

SUPERENDIVIDAMENTO E O TRATAMENTO JURÍDICO DISPENSADO ÀS FAMÍLIAS COMO NÚCLEO CONSUMIDOR VULNERÁVEL

NATHÉRCIA PEDOTT¹; FERNANDO COSTA AZEVEDO²

¹Universidade Federal de Pelotas – nathercia@outlook.com

²Universidade Federal de Pelotas – fecoaze@ig.com.br

1. INTRODUÇÃO

O tema deste trabalho versa sobre o tratamento jurídico dispensado aos consumidores em situação de superendividamento e se este tratamento faz jus à proteção constitucional que é conferida à família, visto que o fenômeno do superendividamento pode atingir não apenas a pessoa superendividada como também seus dependentes. Também deve-se levar em consideração que, no Brasil, o superendividamento não possui uma previsão expressa na legislação, muito embora esteja em tramitação o Projeto de Lei 3515 de 2015¹ (que teve origem no projeto de Lei 282 de 2012), o qual acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor um capítulo exclusivo para o tratamento do superendividamento. Este trabalho faz parte da pesquisa desenvolvida dentro do Programa de Pós Graduação em Direito – Mestrado em Direito da Universidade Federal de Pelotas.

O superendividamento, segundo o entendimento da doutrina, constitui a impossibilidade do devedor de pagar suas dívidas com o patrimônio e renda que possui. O superendividamento sofre uma subclassificação na doutrina europeia, podendo ser ativo, quando os consumidores fazem uso do crédito sem ter condições de satisfazer seus credores posteriormente; ou passivo, quando os consumidores deixam de pagar suas dívidas em razão de circunstâncias imprevistas, como problemas de saúde ou desemprego (MARQUES, 2000 apud MIRAGEM e LIMA, 2014, p. 96 -97).

O superendividamento ativo ainda possui uma subclassificação, podendo ser inconsciente, quando os consumidores contrataram acreditando que poderiam restituir o crédito emprestado, ou consciente, quando os consumidores utilizaram o crédito sabendo da condição de não poder pagar o credor (MIRAGEM e LIMA, 2014, p. 97).

Um dos principais fatores que levam ao superendividamento dos consumidores é a sociedade pós-moderna de consumo, combinando a oferta de crédito com a busca pela felicidade dos consumidores e a influência massiva da mídia (MIRAGEM e LIMA, 2014, p. 99).

Além disso, o modo de consumir também foi se modificando ao longo do tempo. A compra de produtos perde o caráter pessoal e duradouro de outrora, sendo os produtos cada vez mais “descartáveis” e rapidamente substituídos, a fim de acompanhar a produção em massa. Os objetos acabam por tornarem-se indicadores de status pessoal, amparados pela publicidade, fomentando a sociedade do hiperconsumo (Pereira; Calgaro; Varela, 2014, p. 180-181).

Nesse sentido, as famílias como núcleo consumidor vulnerável não deixam de ser afetadas pela nova forma de consumir difundida na sociedade, quanto pelo superendividamento.

Assim, esta pesquisa possuirá como objetivo geral verificar o tratamento dado ao consumidor e a sua família tendo em vista a situação de

¹ Veja o inteiro teor do Projeto de Lei 3515 de 2015 em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>. Acesso em junho de 2019.

superendividamento. Como objetivos específicos, pretende-se abordar a transformação das relações de família e da sociedade de consumo e a sua relação com o superendividamento; e verificar a proteção da família como núcleo hipervulnerável em processos de superendividamento por meio de análise jurisprudencial.

2. METODOLOGIA

O trabalho utiliza-se do método dedutivo de pesquisa, pretendendo a análise do contexto da sociedade de hiperconsumo e endividamento para chegar a uma resposta sobre a afetação das relações sociais familiares. A pesquisa será de caráter qualitativo e será realizada a partir de pesquisa jurisprudencial e de referenciais teóricos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pereira; Calgaro e Varela (2014, p. 181-182) trazem a análise do consumidor superendividado através da sociedade moderna de hiperconsumo. Os autores retratam a publicidade como uma das principais propulsoras da criação de uma “necessidade” de consumo capaz de trazer uma felicidade imediata e também de definir a personalidade e a identidade do consumidor.

A criação dessa nova necessidade surgiu após a Revolução Industrial, quando foi necessário criar meios para que a produção em grande escala e o excedente desta produção fossem desejado pelos consumidores. Indo ao encontro dessa vontade de consumir cada vez mais, surge um crédito fácil à disposição dos consumidores, que contratam para suprir seu desejo de consumo ensinado socialmente, levando ao superendividamento (PEREIRA; CALGARO e VARELA, 2014, p. 186-187).

Torres e Leite (2014, p. 141) trouxeram o fenômeno do superendividamento a partir da análise econômica do direito. Para os autores, as políticas de crédito brasileiras que pretendiam o aumento do consumo e o crescimento econômico com base na aquisição de bens, não tem se mostrando eficazes em seus objetivos, dado o panorama de superendividamento familiar que o Brasil possui hoje.

Tal situação de oferta de crédito, ao invés de trazer o crescimento econômico almejado, tem levado a população que nunca teve acesso a determinados bens de consumo (eletrodomésticos, imóveis) a aderir cada vez mais à oferta de crédito. No entanto, o crédito disponível é marcado pelas altas taxas e juros elevados, o que levou muitos consumidores a não conseguirem arcar com suas dívidas. Assim, a impossibilidade de honrar com as obrigações trouxe consequências como a exclusão social, sentimento de derrota e isolamento (Torres e Leite, 2014, p. 143).

Lima (2014, s/p) aponta para o risco do superendividamento advindo do uso do cartão de crédito, uma vez que a concessão de crédito via cartão é contínua. Além disso, a autora assinala que os juros pela efetuação de apenas o pagamento mínimo da fatura são altos, endividando ainda mais o consumidor. Também os contratos de crédito consignado, comumente oferecidos a aposentados e a pensionistas, os quais são consumidores hipervulneráveis, contribuem para o aumento do superendividamento.

O Conselho Nacional do Comércio divulgou pesquisa na qual ficava demonstrado o alto percentual de famílias endividadas e superendividadas no Brasil. Conforme a pesquisa, 59,1% das famílias brasileiras possuem dívidas, sendo 24,1% dívidas em atraso. Ademais, 9,5% das famílias entrevistadas declararam não terem condições de pagar as dívidas.

Raddatz (2014, p. 12-15) faz uma abordagem da influência da família sobre o consumo. Segundo a autora, as pessoas tendem a consumir de acordo com seus grupos sociais mais próximos, sendo a família o mais influente, por ser um grupo de referência primário, ou seja, os integrantes da mesma família levam em consideração a opinião uns dos outros por possuírem valores, crenças e comportamentos similares.

Além disso, a família não é mais entendida como uma sociedade baseada em hierarquia, cuja proteção da família seria maior até mesmo que a de seus membros. A família de hoje pauta-se na afetividade, na qual seus membros dividem uma comunhão de vida (Strougo, 2004, apud Raddatz, 2014, p. 16). Nesse sentido, a Constituição Federal de 1988 traz a proteção da família pautada no dever de amparo e solidariedade.

4. CONCLUSÕES

Esta pesquisa encontra-se em fase inicial, de modo não ser possível estabelecer conclusões.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Conselho Nacional do Comércio. **Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC)**. Online. Disponível em: <http://cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-maio-de>. Acesso em: 10 de maio de 2019.

TORRES, L. F. de C.; LEITE, F. M. C. **O Superendividamento do Consumidor de Crédito no Brasil sob a Perspectiva da Análise Econômica do Direito**. Publicado em: DIREITO E ECONOMIA II: XXIII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI Tema do Evento: (Re) Pensando o Direito: Desafios para a Construção de novos paradigmas. 30 de Abril a 02 de Maio de 2014 Universidade Federal de Santa Catarina / UFSC /Florianópolis – SC. Disponível em: <http://publicadireito.com.br/publicacao/ufsc/livro.php?gt=208>. Acesso em: 15 de abril de 2019.

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

MIRAGEM, B.; LIMA, C. C. **Patrimônio, Contrato e a Proteção Constitucional da Família: Estudo Sobre as Repercussões do Superendividamento sobre as Relações Familiares**. Publicado em: Revista do Direito do Consumidor, 2014, janeiro-fevereiro. Coordenação Cláudia Lima Marques.

PEREIRA, A. O. K.; CALGARO, C.; VARELA, W. N. **O Superendividamento do Consumidor Brasileiro: Aspectos Jurídicos e Sociais**. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo - Vol. IV | n. 15 | SETEMBRO 2014. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/79119552.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2019.

RADDATZ, C. M. K. **Família, sociedade e consumo: a contribuição da mulher no direito do consumidor**. Monografia – Curso de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre-RS. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/129567>. Acesso em 19 de abril de 2019.

BOLADE, G.A. **O superendividamento do consumidor como um problema jurídico-social**. ANIMA: Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET. Curitiba PR - Brasil. Ano III, nº 8, p. 180-209, jul/dez. 2012, ISSN 2175-7119. Disponível em: <http://anima-opet.com.br/pdf/anima8/9-O-Superendividamento-do-Consumidor-como-um-Problema-Juridico-Social.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2019.

GRACIA, R. U. **A proteção dos consumidores superendividados em face do mínimo existencial**. Cadernos da Escola de Direito e Relações Internacionais, Curitiba, 20: 86-106. ISSN 1678-2933. Disponível em: <http://revistas.unibrasil.com.br/cadernosdireito/index.php/direito/article/view/476/449>. Acesso em 20 de abril de 2019.