

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
Escola de Direito, Turismo e Museologia  
Departamento de Direito

**Henrique Resende Versiani Machado**

**A VULNERABILIDADE QUALIFICADA DO CONSUMIDOR IDOSO E O  
SUPERENDIVIDAMENTO: uma análise do PL 3515/15**

Ouro Preto/MG  
2021

**Henrique Resende Versiani Machado**

**A VULNERABILIDADE QUALIFICADA DO CONSUMIDOR IDOSO E O  
SUPERENDIVIDAMENTO: uma análise do PL 3515/15**

Monografia apresentada ao curso de Direito da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Área de concentração: Direito do Consumidor.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Comarela Milanez

Ouro Preto/MG

2021



## FOLHA DE APROVAÇÃO

Henrique Resende Versiani Machado

### A VULNERABILIDADE QUALIFICADA DO CONSUMIDOR IDOSO E O SUPERENDIVIDAMENTO: uma análise do PL 3515/15

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Universidade Federal  
de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito

Aprovada em 29 de abril de 2021.

#### Membros da banca

Dr. - Felipe Comarela Milanez - Orientador(a) (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Dra. - Iara Antunes de Souza - (Universidade Federal de Ouro Preto)  
Ms. - Wilson Pantoja Machado

Felipe Comarela Milanez, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 29/04/2021.



Documento assinado eletronicamente por **Felipe Comarela Milanez, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 30/04/2021, às 14:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0165850** e o código CRC **93EB164D**.

## RESUMO

O trabalho aqui proposto tem como objetivo investigar o fenômeno do superendividamento a partir de reflexões sociológicas e jurídicas, compreendendo a natureza social do tema e a importância de tratamento para a situação através do Direito. Após estabelecer a relação entre a sociedade de consumo atual e o crescente superendividamento dos consumidores, pretende-se relacionar esse fenômeno com a vulnerabilidade dos consumidores, implicando que essa vulnerabilidade do indivíduo consumidor, expressamente reconhecida como base principiológica do microsistema do Direito do Consumidor no Brasil, tende a influir no caminho para o superendividamento. A partir disso, trata da vulnerabilidade qualificada (ou hipervulnerabilidade) do consumidor idoso, indicando a urgente necessidade de se garantir uma efetiva proteção a esse grupo de consumidores em face do mercado financeiro e do superendividamento. Analisando a mais avançada proposta de tratamento do tema no Brasil, o Projeto de Lei 3515/15, pretende-se avaliar o potencial desse diploma, caso aprovado, em garantir a proteção desses consumidores.

**Palavras-chave:** Superendividamento. Hipervulnerabilidade. Sociedade de Consumo.

## **ABSTRACT**

The research aims to investigate the phenomenon of the over-indebtedness of the consumers through sociological and legal reflections, covering both the social nature of the topic and the importance of treating the situation by fundamentals of Law. After establishing the relation between the society of consumers and the ascending perception of the over-indebtedness, it is intended to relate this phenomenon with the vulnerability of the consumers, implying that this vulnerability, expressly recognized as a basic principle for the consumer law microsystem in Brazil, tends to influence the path towards over-indebtedness. Based on that, it deals with the qualified vulnerability (or hyper-vulnerability) of the elderly consumer, indicating the urgent need to ensure an effective legal protection to this group of consumers in the face of the financial market and the over-indebtedness. Analyzing the most advanced proposal of treatment for this theme in Brazil, the bill 3515/15, the research intends to evaluate its potential, if approved by the legislative house, to ensure the protection of this group of consumers.

**Keywords:** Over-indebtedness. Hyper-vulnerable consumers. Society of consumers.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BAPCPA *Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act*

BRASILCON Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor

CC Código Civil

CDC Código de Defesa do Consumidor

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDEC Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

INSS Instituto Nacional do Seguro Social

MP Medida Provisória

PL Projeto de Lei

REsp Recurso Especial

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
<b>2 A SOCIEDADE DE CONSUMIDORES .....</b>	<b>10</b>
2.1 Vida líquida e consumo .....	10
2.2 Livre escolha na sociedade de consumidores .....	16
2.3 A sociedade de consumidores e a oferta de crédito.....	20
<b>3 SUPERENDIVIDAMENTO .....</b>	<b>24</b>
3.1 Conceito .....	26
3.2 Superendividamento no mundo: modelos de tratamento .....	29
3.3 O superendividamento no Brasil .....	35
<b>4 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR .....</b>	<b>39</b>
4.1 O princípio da vulnerabilidade no Direito Consumerista brasileiro.....	40
4.2 A vulnerabilidade qualificada do consumidor idoso.....	43
4.3 A vulnerabilidade do consumidor no mercado financeiro .....	47
4.4 Vulnerabilidade e superendividamento: uma via de mão dupla .....	48
<b>5 O CONSUMIDOR IDOSO NO MERCADO DE CONSUMO .....</b>	<b>50</b>
5.1 O assédio de consumo como fator de risco para o consumidor idoso .....	50
5.2 A abertura do mercado de crédito para o consumidor idoso e o crédito consignado .....	53
<b>6 O PL 3515/15 .....</b>	<b>59</b>
6.1 Surgimento e estado atual do Projeto de Lei.....	62
6.2 Um modelo brasileiro de tratamento do superendividamento .....	62
6.2.1 Boa-fé .....	63
6.2.2 Mínimo existencial .....	64
6.3 Prevenção e tratamento do superendividamento no PL 3515/15.....	65
6.3.1 Prevenção a partir da informação de qualidade .....	66
6.3.2 O tratamento a partir da conciliação .....	68
6.4 O PL 3515/15 e a proteção do consumidor idoso.....	70
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>76</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>79</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O superendividamento dos consumidores é um fenômeno recorrente na sociedade de consumo atual. A centralidade do ato de consumo nas vidas dos indivíduos, aliada à expansão do mercado de crédito observada em muitos países nas últimas décadas, trouxe como consequência altas taxas de endividamento e inadimplência dos consumidores.

O superendividamento ocorre quando um consumidor se encontra em uma situação na qual é percebida a impossibilidade de, a partir dos seus rendimentos, arcar com todos os seus débitos sem comprometer a sua subsistência.

O presente trabalho pretende relacionar o fenômeno do superendividamento com a vulnerabilidade do consumidor, princípio reconhecido pelo Direito brasileiro. Nesse sentido, entende que as fragilidades inerentes ao indivíduo consumidor nas relações de consumo exercem função de propulsão rumo ao endividamento.

A partir dessa premissa, o trabalho expõe a necessidade de se dar a devida atenção para a situação dos consumidores hipervulneráveis, notadamente, a situação dos consumidores idosos perante o mercado de crédito e o superendividamento.

Enquanto vários países já positivaram um modelo jurídico de tratamento do superendividamento, o Brasil segue sem dispositivo legal que regule o tema. O Projeto de Lei 3515/15, que tramita na Câmara dos Deputados, após aprovação no Senado, é, hoje, a proposta mais avançada para tratar do fenômeno.

O trabalho pretende, portanto, após a exposição dos temas, proceder a uma análise do potencial desse Projeto de Lei em efetivar uma verdadeira proteção ao grupo de consumidores idosos.

A elaboração do trabalho se dá por meio de pesquisa bibliográfica e dogmática acerca da sociedade de consumo, do fenômeno do superendividamento e dos princípios que fundamentam o microssistema do Direito do Consumidor no Brasil.

São adotados os métodos de abordagem jurídico-teórico, no que diz respeito ao estudo doutrinário utilizado para as delimitações conceituais, e jurídico-sociológico, na medida que apresenta o superendividamento como, antes de tudo, um fenômeno social, e defende o seu tratamento a partir do Direito, de forma, necessariamente, coerente com a realidade social. O método de investigação é jurídico-compreensivo.

O trabalho se divide em cinco seções, que se conectam dentro do amplo contexto social e jurídico do superendividamento.

A primeira seção apresenta o contexto social do superendividamento. Focando, principalmente, nos estudos de Zygmunt Bauman, essa seção apresenta as características que definem a sociedade de consumo e as consequências que dela advém.

Na segunda seção é apresentado o fenômeno do superendividamento e os principais modelos de tratamento já existentes em países estrangeiros.

A terceira seção passa a discorrer sobre a vulnerabilidade do consumidor, princípio base do Direito do Consumidor brasileiro, e apresenta a situação de hipervulnerabilidade, ou vulnerabilidade qualificada, de alguns grupos de consumidores.

A quarta seção se aprofunda na situação do consumidor idoso no mercado de consumo no Brasil. É apontado o crescimento da população idosa no país e a abertura do mercado de crédito a esse grupo de consumidores. São demonstradas algumas das situações práticas que expõe a vulnerabilidade agravada desses consumidores, como o assédio de consumo e o fornecimento de crédito não responsável.

Por fim, o quinto capítulo procede à análise do Projeto de Lei 3515/15, que propõe a regulamentação de um modelo de tratamento para o superendividamento e o fomento à reeducação financeira do consumidor e às práticas de crédito responsável. Primeiramente é feita a apresentação dos principais fundamentos da proposta para a criação de um modelo nacional de tratamento, e, por fim, busca analisar o potencial do Projeto em promover uma efetiva proteção ao consumidor idoso hipervulnerável em face do mercado financeiro.

## 2 A SOCIEDADE DE CONSUMIDORES

Antes de entrar, de fato, na análise quanto à eficácia de um Projeto de Lei, é preciso buscar compreender qual é a razão de ser desse projeto. Qual é o contexto social que envolve a temática dessa norma que se busca positivar?

A necessidade de criação de normas visando o tratamento do superendividamento já foi vista por diversos países<sup>1</sup>, que implementaram dispositivos legais com essa finalidade em seus ordenamentos jurídicos. Isso ocorre porque se tornou visível o crescimento dos índices de superendividamento nas sociedades atuais<sup>2</sup>. Mas afinal, o que é o superendividamento? Por que ele ocorre? Quais foram as evoluções históricas e sociais que levaram a esse fenômeno? É preciso estar atento a essas questões para buscar uma solução que seja coerente, e, especialmente, adequada à realidade social.

O superendividamento surge como fenômeno notável e crescente no período da pós-modernidade, ou, usando as denominações adotadas pelos autores que serão citados neste capítulo, na modernidade líquida, ou na hipermodernidade. É um período em que o consumo passa a exercer um papel central na vida dos indivíduos, sendo peça importante desde a formação identitária do indivíduo em face da sociedade, até a busca por uma felicidade hedonista que, supostamente, poderia ser encontrada no mercado.

Neste capítulo será estudado o contexto social que eleva o consumo ao centro da estrutura da sociedade atual, para, assim, buscar a base sociológica da expansão do fenômeno do superendividamento.

### 2.1 Vida líquida e consumo

“Modernidade líquida” é um termo cunhado pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman<sup>3</sup> para descrever o período que se inicia após a Segunda Guerra Mundial, e

---

<sup>1</sup> Países como os Estados Unidos, o Canadá, a França, a Bélgica e Portugal, possuem legislações específicas para regular a questão do tratamento do consumidor superendividado.

<sup>2</sup> O fenômeno do superendividamento passou a ser notado em larga escala a partir da experimentação da expansão do crédito, que ocorreu primeiramente na Europa e nos EUA a partir dos anos 70, conforme aponta Kilborn (2006).

<sup>3</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2001.

em que se encontra a sociedade contemporânea, marcada pela fluidez das relações sociais.

Em contraponto à “modernidade sólida” de outrora, na qual os laços que se formavam entre os indivíduos e a sociedade eram rígidos e duradouros, essa nova configuração da vida em sociedade, que vigora no mundo ocidental, se destaca pela intensa velocidade em que os vínculos são criados, modificados e extintos.

Numa sociedade líquido-moderna, as realizações individuais não podem solidificar-se em posses permanentes porque, em um piscar de olhos, os ativos se transformam em passivos, e as capacidades, em incapacidades. As condições de ação e as estratégias de reação envelhecem rapidamente e se tornam obsoletas antes de os atores terem uma chance de aprendê-las efetivamente. (...) Prever tendências futuras a partir de eventos passados torna-se cada dia mais arriscado e, freqüentemente, enganoso.<sup>4</sup>

Conforme se extrai dos textos de Bauman<sup>5</sup>, a figura do tempo ocupa um espaço de grande relevância na modernidade líquida. A velocidade desenfreada com que as tendências da sociedade líquido-moderna se alternam faz com que seja preciso estar sempre atento para não perder as mudanças de vista e não ficar para trás. O pensamento e a cultura são mutáveis, assim como as relações interpessoais.

À medida em que caracteriza a vida líquida, Bauman expõe o papel central que o consumo passa a ocupar nesse meio. O que antes era uma sociedade de produtores, passa a ser uma sociedade de consumidores.

Na sociedade de produtores, que evocava uma disciplina baseada na padronização do comportamento individual, buscava-se um ambiente ordenado, confiável, regular, e, sobretudo, que fosse resistente ao tempo.<sup>6</sup> O propósito principal nessa sociedade era a garantia de uma segurança a longo prazo, de modo que, nas palavras do autor, “os bens adquiridos não se destinavam ao consumo imediato – pelo contrário, deviam ser protegidos da depreciação ou dispersão e permanecer intactos.”<sup>7</sup>

A sociedade de consumidores, por sua vez, toma um rumo totalmente oposto nesse viés, pois essa sociedade privilegia o presente e deixa o futuro em segundo

<sup>4</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 7.

<sup>5</sup> Analisando especialmente as obras “Vida Líquida” (2007) e “Modernidade Líquida” (2001), que levantam a questão da velocidade acelerada com as quais os pensamentos e comportamentos se modificam nos tempos atuais.

<sup>6</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 42.

<sup>7</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 42.

plano. O importante é adquirir de imediato aquilo que lhe traga felicidade instantânea. Assim que essa aquisição deixar de ser útil, ou deixar de ser moda, também é importante descartá-la, tão logo seja possível, para buscar aquilo que seja mais novo.

Nesse sentido, a depreciação dos bens de consumo não só deixa de ser um problema, como passa a ser a regra, senão a obrigação. A felicidade na sociedade de consumidores não é diretamente relacionada à satisfação de necessidades, mas a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes, que implicam no uso imediato e na rápida substituição dos objetos destinados a satisfazê-las.<sup>8</sup> Um ambiente líquido-moderno, conforme o autor, é “inóspito ao planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo.”<sup>9</sup>

É importante notar que a sociedade de consumidores não se classifica como tal apenas por perceber uma larga presença do ato de consumo, mas pela centralidade que o fenômeno consumista apresenta nas mais diversas áreas dessa sociedade, de modo que esse fenômeno passa a exercer influência desde a formação da identidade do indivíduo, até o modo como funcionam as suas relações afetivas e profissionais.

Dizer "sociedade de consumidores" é dizer mais, muito mais, do que apenas verbalizar a observação trivial de que, tendo considerado agradável o consumo, seus membros gastam a maior parte de seu tempo e de esforços tentando ampliar tais prazeres. É dizer, além disso, que a percepção e o tratamento de praticamente todas as partes do ambiente social e das ações que evocam e estruturam tendem a ser orientados pela "síndrome consumista" de predisposições cognitivas e avaliativas.<sup>10</sup>

O “consumo”, que é uma atividade básica e individual, não é suficiente para classificar a sociedade de consumidores. Essa conotação só passa a existir a partir do momento que esse consumo assume um protagonismo na vida social, trazendo à tona o fenômeno do “consumismo”. Enquanto o consumo é um ato que diz respeito aos seres como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade.<sup>11</sup>

Bauman afirma que a luta pela singularidade se tornou o principal motor da produção e do consumo de massa.<sup>12</sup> Uma das principais angústias do indivíduo na

<sup>8</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 44.

<sup>9</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 45.

<sup>10</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 109.

<sup>11</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 41.

<sup>12</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 36.

modernidade líquida diz respeito à sua própria formação como indivíduo. À medida que o mercado de consumo nota essa angústia, ele passa a se aproveitar dela para oferecer ao indivíduo-consumidor um leque de opções de bens de consumo que prometem ao comprador a possibilidade de adotar para si uma ou outra identidade.

Em nossa sociedade de indivíduos que buscam desesperadamente sua individualidade, não há escassez de auxílios, registrados ou autoproclamados, que (pelo preço certo, é claro) se mostrarão totalmente dispostos a nos guiar pelos calabouços sombrios de nossas almas, onde os nossos autênticos "eus" permanecem supostamente aprisionados, lutando para escapar em busca da luz.<sup>13</sup>

O mercado se dispõe a prontamente apresentar, nas vitrines e nos meios de comunicação, tudo aquilo que o indivíduo precisa para formar a sua identidade, desde livros de autoajuda, para garantir que a sua escolha seja realmente feita pelo seu "eu interior", até as peças de roupa adequadas para cada estilo de vida. O mercado está sempre presente e sempre pronto para expor sua gama aparentemente inacabável de opções.

No entanto, o mercado também entendeu que para a sociedade de consumidores seguir existindo, esses desejos humanos devem estar sendo sempre alimentados, na mesma medida em que forem satisfeitos. Para a sociedade de consumidores, não há interesse em satisfazer plenamente um desejo sem que nasça dessa satisfação uma nova necessidade. Nos termos de Bauman, "A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não-satisfação de seus membros."<sup>14</sup> Ainda que a sociedade de consumo ofereça inúmeras possibilidades e promessas de satisfação de desejos nunca antes imaginadas, essa sociedade precisa que esses desejos continuem existindo, para que ela própria não perca a sua razão de existir.

A sociedade de consumo tem por base a premissa de satisfazer os desejos humanos de uma forma que nenhuma sociedade do passado pôde realizar ou sonhar. A promessa de satisfação, no entanto, só permanecerá sedutora enquanto o desejo continuar irrealizado; o que é mais importante, enquanto houver uma suspeita de que o desejo não foi plena e totalmente satisfeito.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 28.

<sup>14</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 64.

<sup>15</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 106.

Um dos efeitos decorrentes dessa realidade é a crescente obsolescência programada dos bens de consumo. Os bens, por mais modernos que sejam, não podem resistir por muito tempo. É preciso que eles rapidamente se tornem obsoletos. Para isso, o mercado precisa garantir que, em um tempo relativamente curto, esses bens percam o espaço, não sendo mais considerados úteis aos olhos do consumidor ideal, aquele que está sempre se atualizando. É preciso garantir que, com o tempo, o produto perca o seu valor, seja por mal funcionamento, seja por não ser adequado às novas atualizações, ou seja por, simplesmente, não ser mais visto como aceitável dentro dos altos padrões da sociedade de consumidores. A consequência desse modelo de economia e de mercado é uma sociedade de excessos e de desperdício, onde tudo tem vida curta, e a única coisa que resta de sólida, é o lixo.<sup>16</sup>

A estratégia empresarial da obsolescência programada não é uma criação tão recente. Já em 1960, o americano Vance Packard publicava a obra “Estratégia do Desperdício”, na qual se aprofundava nesse conceito. O jornalista identifica esse tipo de manipulação desde a década de 1920, e aponta a existência de três tipos de obsolescência que poderiam ser (e eram) manipuladas<sup>17</sup>: obsolescência de função, quando um produto se torna antiquado a partir da introdução de um novo produto que executa melhor a função; obsolescência de qualidade, quando o produto é manipulado para que se torne gasto ou deixe de funcionar em determinado tempo; e obsolescência de desejabilidade, quando um produto que ainda tem perfeita funcionalidade torna-se obsoleto em nossas mentes porque não acompanhou um aprimoramento de estilo do mercado, tornando-se menos desejável.

Além de trabalhar para manter vivas as necessidades dos consumidores, Bauman expõe que, na sociedade de consumo, muitas vezes é o próprio mercado quem cria novos desejos, para que ele mesmo possa criar as soluções. Forma-se, assim, um ciclo contínuo que tem como fim a manutenção da ansiedade do consumidor e a constante sede por novos desejos, até então desconhecidos.

A sociedade de consumo consegue tornar permanente a insatisfação. Uma forma de causar esse efeito é depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido alçados ao universo dos desejos do consumidor. Uma outra forma, ainda mais eficaz, no entanto, se esconde da ribalta: o método de satisfazer toda necessidade/desejo/vontade de uma

---

<sup>16</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 118.

<sup>17</sup> PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965. p. 51.

forma que não pode deixar de provocar novas necessidades/desejos/vontades.<sup>18</sup>

Fato é que essa configuração social voltada ao consumo ultrapassa as barreiras do mercado, influenciando na vida pessoal e nas relações afetivas e profissionais das pessoas afetadas por essa sociedade.

O mercado não se contenta em oferecer produtos em uma vitrine. A manutenção da sociedade de consumo carece de uma atuação em âmbitos mais íntimos na vida dos potenciais consumidores. A sociedade de consumo acaba afetando o modo como as pessoas veem o mundo, e, principalmente, o modo como são formadas e desenvolvidas as relações entre essas pessoas.

O mercado agora atua como intermediário nas cansativas atividades de estabelecer e cortar relações interpessoais, aproximar e separar pessoas, conectá-las e desconectá-las, datá-las e deletá-las do diretório de texto. Altera as relações humanas no trabalho e no lar, no domínio público assim como nos mais íntimos domínios privados. (...) Narra o viver como uma sucessão de problemas quase sempre “solucionáveis”, que no entanto precisam e podem ser resolvidos somente por meios que estão disponíveis apenas nas prateleiras das lojas.<sup>19</sup>

Diante do processo de tomada das vidas íntimas e das relações humanas, um dos notáveis efeitos colaterais da sociedade de consumo, segundo Bauman, é a transformação do próprio consumidor em mercadoria.

Bauman afirma que “na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria”.<sup>20</sup> Isso ocorre porque, assim como ocorre com as mercadorias, nessa sociedade as pessoas também são constantemente analisadas por seus atributos. Os indivíduos são avaliados por outras pessoas, pelo mercado de trabalho, e pelo próprio mercado de consumo, que irão classificar o seu grau de utilidade na sociedade com base nas suas condições e escolhas de consumo. A formação da identidade nessa sociedade, acaba sendo também uma promoção de marketing pessoal, pois as pessoas devem se esforçar para passar uma boa imagem de si próprias, e assim evitar as trágicas consequências de serem consideradas más consumidoras.

---

<sup>18</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 106

<sup>19</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 117.

<sup>20</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 20.

## 2.2 Livre escolha na sociedade de consumidores

Outro importante estudioso da sociedade de consumo é o francês Gilles Lipovetsky. Lipovetsky<sup>21</sup> denomina o período atual como “hipermodernidade”. Esse período, segundo o autor, se destaca pelo distanciamento do indivíduo das instituições de Estado e dos pensamentos de grupo. É um período de crescente individualização dos desejos, das necessidades e dos interesses pessoais.

A hipermodernidade traça um novo hedonismo voltado à satisfação imediata dos prazeres individualmente percebidos. Nesse aspecto, a hipermodernidade de Lipovetsky converge com a modernidade líquida de Bauman, ao ponto que ambos atrelam à sociedade de consumidores uma “cultura agorista”<sup>22</sup>, caracterizada pela pressa na satisfação dos desejos.

Nasce toda uma cultura hedonista e psicologista que incita à satisfação imediata das necessidades, estimula a urgência dos prazeres, enaltece o florescimento pessoal, coloca no pedestal o paraíso do bem-estar, do conforto e do lazer. Consumir sem esperar; viajar; divertir-se; não renunciar a nada: as políticas do futuro radiante foram sucedidas pelo consumo como promessa de um futuro eufórico.<sup>23</sup>

A abertura para o crescimento de um fenômeno de “hiperconsumo” inicia-se a partir do afastamento do “eu” individual das instituições coletivas. Nesse ponto, os desejos e prazeres individuais passam a ser a prioridade, e o consumo, munido de um aparato midiático, é uma ferramenta pronta para a satisfação desses anseios.

Lipovetsky não vê o crescimento do consumo como algo necessariamente ruim. O autor aponta que a fase atual da sociedade de consumo possibilita uma tendência à personalização dos bens de consumo, ao passo que cede ao consumidor mais opções do que nunca, para que cada um possa buscar aqueles bens que satisfaçam melhor aos seus desejos individuais e aos seus próprios padrões de conforto e felicidade.<sup>24</sup> Essa personalização possibilita que o consumidor tenha uma maior autonomia em relação às opções de consumo.

<sup>21</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

<sup>22</sup> Termo cunhado por Stephen Bertman, conforme creditado em Bauman (2008).

<sup>23</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo. Barcarolla, 2004. p. 60.

<sup>24</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo. Companhia das Letras, 2007. p. 102-103.

Outro ponto levantado pelo autor, diz respeito à democratização do consumo. Lipovetsky<sup>25</sup> divide a evolução da sociedade de consumo em três fases, e faz notar que, na primeira fase, que começa em meados dos anos 1880, notável pelo modelo fordista de produção, há um abismo muito grande entre as classes sociais, no sentido de que o consumo é exercido basicamente pela elite econômica, enquanto a classe trabalhadora era completamente alheia a esse meio.

A partir da segunda fase, que se inicia por volta de 1950 e dura até o final da década de 70, ocorre uma grande massificação dos bens de consumo, que leva a uma abertura do mercado de consumo às classes sociais menos abastadas, diminuindo a distância dessa classe trabalhadora em relação a esses bens. É uma fase voltada à expansão quantitativa de produção. É nesse momento, também, que os meios de comunicação passam a exercer papel fundamental na propagação da cultura de consumo.

A terceira fase nesse processo evolutivo, que ocorre a partir do início dos anos 80, é a era do “hiperconsumo”, que consolida essa democratização. Nessa terceira fase, em que o consumo se volta à satisfação dos prazeres individuais, o ato de consumir, muito mais acessível a todos, se torna trivial. O autor também nota que o consumidor passa a ter um comportamento cada vez mais volátil, destacando a busca incessante pelas novidades de mercado.

A democratização do acesso ao consumo, combinada com a ampla variedade de opções no mercado, possibilitou aos consumidores obter um conhecimento maior acerca dos produtos que estão comprando, além de poder comparar preços, modelos e fornecedores e escolher aquele que lhe seja mais benéfico.

Apesar de ver o consumo por uma perspectiva mais otimista do que Bauman, Lipovetsky<sup>26</sup> também enxerga um problema quando se trata do fenômeno do consumismo. Para o autor, isso passa a ser problema a partir do momento que se percebe a existência de consumidores que, mesmo com um amplo acesso à informação, acabam cedendo facilmente aos assédios postos pela publicidade e pelos meios de comunicação na sociedade de consumo.

Percebe-se, portanto, que tanto Bauman, quanto Lipovetsky, apontam que, de fato, nunca houve tantas opções disponíveis ao consumidor quanto se tem hoje. Cabe

---

<sup>25</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo. Companhia das Letras, 2007. p. 102.

<sup>26</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo. Barcarolla, 2004.

questionar, porém, até que ponto essas escolhas, feitas diariamente na sociedade de consumo, são realmente livres.

Para Bauman, o capitalismo de consumo fomenta a ilusão da livre escolha no “supermercado das identidades”, em que o consumidor acredita ser o único capaz de decidir sobre como formar a sua identidade, e ainda se sente livre para fazer, e desfazer identidades à vontade.<sup>27</sup> Mas Bauman questiona se essa liberdade é genuína, afinal, faz notar que “essa liberdade não funciona sem dispositivos e substâncias disponíveis no mercado”.<sup>28</sup>

Se a promessa de individualização do consumidor por meio do consumo é feita através da oferta de bens que, em verdade, são fabricados em massa para serem comprados pelo maior número de pessoas possíveis, até que ponto essa individualização é real?

A dependência do consumidor em relação ao mercado de consumo não se limita à questão da oferta e da procura. O mercado não apenas fabrica os objetos que estarão postos nas vitrines, como exerce um verdadeiro controle da moda e da cultura vigente. Em um mundo digital, de informação extremamente veloz, o poder dos meios de comunicação é enorme na formação de comportamentos culturais e sociais, e o mercado de consumo se utiliza da publicidade para propagar as ideias que fomentam o seu discurso, e que criam e recriam tendências e produtos.

Afinal, é possível falar em liberdade, se o indivíduo da sociedade de consumidores convive, desde o berço, com o assédio do capitalismo de consumo através de publicidade extensiva e agressiva?

Tão logo aprendem a escrever, ou talvez mesmo antes disso, a “dependência das lojas” se instala nas crianças. Bombardeadas de todos os lados por sugestões de que precisam deste ou daquele produto vendido em loja para ser o tipo certo de pessoa, ou alguém capaz de cumprir seu dever social e ser visto fazendo precisamente isso, sentem-se inadequadas, deficientes e abaixo do padrão se não puderem atender prontamente o chamado.<sup>29</sup>

Bauman indica que a indústria publicitária da atualidade trabalha para seduzir consumidores desde a mais tenra infância, de modo que se torna normal que as

---

<sup>27</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2001. p. 98.

<sup>28</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2001. p. 99.

<sup>29</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 146.

crianças sejam vistas, até pelos pais, como consumidores capazes de selecionar os bens adequados aos seus anseios.<sup>30</sup>

Outro ponto merece discussão. A sociedade de consumo fundamenta a sua liberdade na diversa gama de opções disponíveis ao consumidor. Mas o que resta àqueles que não puderem mergulhar nessa sociedade? Existe alguma liberdade em se exilar da sociedade de consumidores? O que ocorre com aquelas pessoas que, por razões econômicas ou pessoais, não possam participar ativamente do movimentado universo do consumo?

O consumidor ideal para a vida consumista, segundo Bauman, é aquele que busca manter a rotatividade dos bens de consumo, pois compreende, e aproveita, o fato de que os objetos devem ter falhas, para que possam estar sempre melhorando e possibilitando novas experiências:

Os adeptos mais habilidosos e sagazes da arte consumista sabem como se regozijar por se livrar de coisas que ultrapassaram o tempo de uso (leia-se: de desfrute). Para os mestres dessa arte, o valor de cada objeto está igualmente em suas virtudes e limitações: os defeitos já conhecidos e aqueles que ainda serão (inevitavelmente) revelados prometem renovação e rejuvenescimento iminentes, novas aventuras, novas sensações, novas alegrias.<sup>31</sup>

Mas Bauman também identifica a figura do “consumidor falho”. O consumidor falho é o pobre, aquele que não possui os meios para participar ativamente da sociedade de consumo como o consumidor ideal. O consumidor falho não faz girar o mercado de consumo, não movimenta a economia, não usa aquele produto que o tornaria adequado ao presente.

Antes de mais nada, os pobres de hoje (ou seja, as pessoas que são “problemas” para as outras) são “não-consumidores”, e não “desempregados”. São definidos em primeiro lugar por serem consumidores falhos, já que o mais crucial dos deveres sociais que eles não desempenham é o de ser comprador ativo e efetivo dos bens e serviços que o mercado oferece. Nos livros de contabilidade de uma sociedade de consumo, os pobres entram na coluna dos débitos, e nem por exagero da imaginação poderiam ser registrados na coluna dos ativos, sejam estes presentes ou futuros.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 149.

<sup>31</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007. p. 11.

<sup>32</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2008. p. 160.

O consumidor falho não tem utilidade à sociedade de consumo, e, por isso, é destinado à exclusão, irrevogável, e sem apelação. Bauman pontua que, às vistas da sociedade de consumo, o consumidor falho é indesejável, é uma baixa colateral do consumismo que, por isso, deveria ser descartado dessa sociedade.

A sociedade de consumidores, portanto, é também uma sociedade excludente, afinal, nas palavras de Bauman, “todos nós estamos condenados à vida de opções, mas nem todos temos os meios de ser optantes.”<sup>33</sup> Aqueles que não possuem meios econômicos suficientes para garantir uma vida adequada aos padrões da sociedade de consumo não deixam de estar imersos nessa mesma sociedade. A consequência disso é a marginalização do consumidor falho, com a sua exclusão de diversos círculos sociais que não aceitam essa postura. O único modo de evitar essa humilhação, é gastar seus rasos recursos em bens que não condizem com as suas principais necessidades.

O pobre é forçado a uma situação na qual tem de gastar o pouco dinheiro ou os poucos recursos de que dispõe com objetos de consumo sem sentido, e não com suas necessidades básicas, para evitar a total humilhação social e evitar a perspectiva de ser provocado e ridicularizado.<sup>34</sup>

Seja a vida na sociedade de consumo plenamente livre ou não, fato é que nunca se consumiu tanto quanto se consome hoje. O mercado nota a oportunidade alçada por esse panorama de consumo movido por desejos imediatos na cultura do agora. É preciso permitir que as pessoas sigam comprando, inclusive quando não tenham, em mãos, o capital necessário para pagar pelo bem que desejam adquirir. A expansão e popularização do crédito surge, então, para movimentar o mercado de consumo, e para satisfazer os consumidores, ávidos em fazer mais uma compra.

### **2.3 A sociedade de consumidores e a oferta de crédito**

A sociedade de consumidores foi o cenário ideal para a expansão de crédito que passou a ocorrer nas últimas décadas. Notando a crescente percepção de angústia por parte de consumidores que, por não terem em mãos o dinheiro “hoje”, se

---

<sup>33</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro. Zahar, 1999. p. 94.

<sup>34</sup> Citado de N.R. Shrestha por Russell W. Belk, “The human consequences of consumer culture” in Karin M. Ekström e Helene Brembeck, *Elusive Consumption*, Berg, 2004, p. 69 apud BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008, p. 74.

sentem frustrados ao não conseguir adquirir um objeto de desejo, as instituições financeiras passam a elevar a oferta, e a exploração, do mercado de crédito.

O lançamento dos cartões de crédito de amplo acesso ao público consumidor vem alinhado com uma promessa extremamente sedutora: você não precisa mais adiar a realização do seu desejo, você pode satisfazê-lo hoje mesmo.

As ofertas de cartões de crédito fazem uma publicidade que visa a incitar a ideia de que os bancos modernos são mais compreensivos e mais benevolentes do que foram em momentos passados. Os bancos modernos não só entendem os anseios do consumidor, como agora irão ajudá-los a conseguir todas aquelas coisas que eles desejam. O consumidor não precisa mais se preocupar com a falta de dinheiro para adquirir um bem, pois:

Graças a Deus e à benevolência dos bancos, isso já acabou! Com um cartão de crédito, é possível inverter a ordem dos fatores: desfrute agora e pague depois! Com o cartão de crédito você está livre para administrar sua satisfação, para obter as coisas quando desejar, não quando ganhar o suficiente para obtê-las.<sup>35</sup>

Essa promessa representava tudo o que o consumidor ideal mais sonhava. Com o crédito cada vez mais acessível, as engrenagens da sociedade de consumo podem girar cada vez mais rápido. Bauman adverte, porém, que essa promessa vem com algumas cláusulas ocultas, que não são ditas nos informes publicitários. A primeira delas parece evidente, mas, ainda assim, passa despercebida na cultura consumista. Haverá um momento que o “futuro” se transformará no “agora”.<sup>36</sup> Quando esse momento chegar, os empréstimos contraídos deverão ser pagos. A renda desse “novo presente” estará comprometida, tornando ainda mais difícil a satisfação dos próximos desejos que virão. A angústia de não poder acessar um objeto de desejo soma-se à angústia de precisar pagar um objeto do qual já fez uso, e que, muitas vezes, já nem é desejado mais.

Mas o consumidor ainda não precisa se desesperar, pois existe uma saída para esse problema. O consumidor pode buscar um novo empréstimo para pagar a antiga dívida, e ainda sobrar para seguir consumindo.

Não pode pagar sua dívida? Em primeiro lugar, nem precisa tentar: a ausência de débitos não é o estado ideal. Em segundo lugar, não se preocupe: ao contrário dos emprestadores insensíveis de antigamente,

<sup>35</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 29.

<sup>36</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 29.

ansiosos para reaver seu dinheiro em prazos prefixados e não renováveis, nós, modernos e benevolentes credores, não queremos nosso dinheiro de volta. Longe disso, oferecemos mais créditos para pagar a velha dívida e ainda ficar com algum dinheiro extra (ou seja, alguma dívida extra) a fim de pagar novas alegrias. Somos os bancos que gostam de dizer "sim".<sup>37</sup>

É nessa saída, porém, que se esconde a segunda cláusula oculta apontada por Bauman, e um dos grandes segredos das instituições financeiras: elas não querem que você quite seus débitos; ou melhor, elas não querem que você deixe de ser um devedor. Não é do interesse dos bancos, que o efeito dos créditos seja reduzido a um lucro pontual, traduzido em um único empréstimo, prontamente adimplido. As dívidas contraídas devem ser transformadas numa fonte permanente de lucro.<sup>38</sup>

O que nenhuma publicidade declarava abertamente, deixando a verdade a cargo das mais sinistras premonições dos devedores, era que os bancos credores realmente não queriam que seus devedores pagassem suas dívidas. Se eles pagassem com diligência os seus débitos, não seriam mais devedores. E são justamente os débitos (os juros cobrados mensalmente) que os credores modernos e benevolentes (além de muito engenhosos) resolveram e conseguiram transformar na principal fonte de lucros constantes.<sup>39</sup>

O autor destaca o fato de que o mercado de crédito é, como qualquer outro, um negócio que visa ao lucro. Para alcançar esse lucro, os clientes que mais interessam aos bancos, são justamente aqueles que irão se manter endividados. O cliente que paga prontamente as suas dívidas e que se esforça para pagar os débitos até os prazos estabelecidos não é interessante para esse propósito.<sup>40</sup> O que garante o lucro no fornecimento de crédito não é o pronto adimplemento, mas a continuidade das dívidas. Conforme aponta Bauman: "o devedor ideal é aquele que jamais paga integralmente suas dívidas".<sup>41</sup> A consequência, então, é a formação de toda uma classe de consumidores endividados.

A atual "contração do crédito" não é resultado do insucesso dos bancos. Ao contrário, é o fruto, plenamente previsível, embora não previsto, de seu extraordinário sucesso. Sucesso ao transformar uma enorme maioria de homens, mulheres, velhos e jovens numa raça de devedores. Alcançaram seu objetivo: uma raça de devedores eternos e a autoperpetuação do "estar

<sup>37</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 30.

<sup>38</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 29.

<sup>39</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 30.

<sup>40</sup> Bauman cita como exemplo uma instituição de crédito britânica que causou polêmica ao tornar público o fato que ela se recusava a fornecer novos cartões de crédito aos clientes que quitavam todos os seus débitos mensais, não incorrendo, pois, em encargos financeiros.

<sup>41</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 30.

endividado", à medida que fazer mais dívidas é visto como o único instrumento verdadeiro de salvação das dívidas já contraídas (...)  
Hoje, ingressar nessa condição é mais fácil do que nunca antes na história da humanidade, assim como escapar dessa condição jamais foi tão difícil. Todos os que podiam se transformar em devedores e milhões de outros que não podiam e não deviam ser induzidos a pedir empréstimos já foram fisgados e seduzidos para fazer dívidas.<sup>42</sup>

Conforme pontua o sociólogo, nunca foi tão fácil se tornar um endividado, e nunca foi tão difícil deixar de sê-lo. Uma oferta de crédito abundante, mas muitas vezes enganosa, acaba sendo causa para um fenômeno de endividamento em massa, que é catalisado por todo o complexo de características culturais e sociais percebidas na sociedade de consumidores, levando muitos desses endividados a se encontrarem cada vez mais perdidos em seus débitos.

---

<sup>42</sup> BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito**. Rio de Janeiro. Zahar, 2010. p. 31.

### 3 SUPERENDIVIDAMENTO

A relação entre o endividamento massivo dos consumidores e a sociedade de consumo descrita por Bauman é indicada pela professora Cláudia Lima Marques, um dos principais nomes do direito consumerista brasileiro e uma das pioneiras no estudo do superendividamento no Brasil:

O endividamento é um fato inerente à vida em sociedade, ainda mais comum na atual sociedade de consumo. Para consumir produtos e serviços, essenciais ou não, os consumidores estão, quase todos, constantemente se endividando. A nossa economia de mercado seria, pois, por natureza, uma economia do endividamento. Consumo e crédito são faces de uma mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes como o Brasil.<sup>43</sup>

Percebe-se que o entendimento da autora vai ao encontro com os escritos do sociólogo polonês sobre a sociedade de consumidores. O endividamento, como fenômeno de larga escala, não está alheio à vida social, mas, pelo contrário, decorre dessas características postas pela sociedade de consumidores.

Convém ressaltar, conforme pontua Wilson Pantoja Machado<sup>44</sup>, que o endividamento não é, por si só, uma condição prejudicial ao consumidor. O estar endividado é uma situação de normalidade na sociedade de consumo. O crédito possibilita ao consumidor usufruir de coisas às quais não teria acesso em condições normais, e, sendo assim, pode proporcionar bem-estar às famílias daqueles que o adquirem. O problema ocorre quando o endividamento se torna um ônus excessivo e uma carga insuportável para o endividado.

O fenômeno do superendividamento é uma decorrência de um agravamento do crescente endividamento da população, e vem recebendo a atenção de juristas, entre outros estudiosos das ciências sociais, devido à sua notável presença nas sociedades ocidentais ou ocidentalizadas de consumo<sup>45</sup>.

---

<sup>43</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 256.

<sup>44</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 9.

<sup>45</sup> Com o termo “sociedades ocidentalizadas de consumo” busco fazer referência às nações que podem não ser vistas como “sociedades ocidentais”, a depender da conceituação adotada, mas que apresentam influência cultural dos padrões propagados pelo ocidente. A definição de “mundo ocidental” é controversa e varia conforme os parâmetros analisados e o momento histórico a que se refere, sendo que a própria América Latina é um exemplo de região que costuma repousar em um limbo conceitual.

A pauta do superendividamento exige uma atenção considerável, já que esse fenômeno, especialmente quando em larga escala, implica em situações graves, que trazem prejuízos tanto no campo social quanto no campo econômico dos locais em que se apresenta.

Do lado social, o superendividamento condena indivíduos e famílias a uma vida de complicações financeiras, escassez de recursos e de constante agonia, que pode afetar desde a vida social<sup>46</sup> até a saúde mental<sup>47</sup> dessas pessoas. O cidadão superendividado é afetado em seus mais fundamentais direitos, ao cair em situações em que se vê obrigado a optar entre a própria subsistência ou a quitação de uma dívida.

Enquanto isso, pelo lado econômico, o superendividamento também prejudica o mercado de consumo, ao passo que um montante de consumidores superendividados significa um montante de consumidores excluídos do mercado de consumo, e, com isso, um mercado que não gira na proporção desejada, prejudicando até mesmo a geração de emprego e de renda.<sup>48</sup>

Por todas essas razões, países como a França e os Estados Unidos já buscam meios para reduzir esse problema através da implementação de dispositivos legais que visam propiciar o tratamento e a prevenção do superendividamento.

O Brasil não foge à regra dos demais países em sociedades de consumo, e também se encontra em meio a uma crise do superendividamento, com milhões de brasileiros envolvidos nessa delicada situação.<sup>49</sup> A discussão relativa ao superendividamento já é ampla na política e na doutrina jurídica nacional, mas ainda

---

No mundo contemporâneo, o fenômeno da globalização, aliado à evolução das ferramentas de comunicação, veio a potencializar enormemente o poderio de influência global dos padrões de consumo, de comportamento e de cultura dos países vistos como berços do ocidente. A crescente propagação da cultura ocidental ao redor do globo é o que caracteriza um fenômeno de ocidentalização em sociedades diversas.

<sup>46</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sarah. **Sobreendividamento, a outra face do crédito**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 29.

<sup>47</sup> EFING, Antônio Carlos; MENDES, Caroline Janaína; DE MEIRELLES, Jussara Maria Leal. **Uma análise do superendividamento a partir de uma perspectiva socioambiental e do direito ao meio ambiente equilibrado**. In: Revista Direito e Desenvolvimento. vol. 10, nº 2. p. 88-103, jul/dez 2019. p.91.

<sup>48</sup> MARQUES, Cláudia Lima; SAYEG, Ricardo H. **Tempestade de risco, superendividamento em massa e resgate da economia brasileira**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jul-29/garantias-consumo-tempestade-risco-superendividamento-resgate-economia>. Acesso em: 03 mar. 2021.

<sup>49</sup> Mais de 30 milhões de brasileiros se encontram em situação de superendividamento, segundo dados do IDEC. Disponível em: <https://idec.org.br/idec-na-imprensa/projeto-que-pode-ajudar-30-milhoes-de-superendividados-segue-empacado-na-camara>. Acesso em: 13 de abril de 2021.

não há no ordenamento jurídico brasileiro qualquer dispositivo legal visando tratar desse problema, apesar da insistência de muitos doutrinadores, e entidades da sociedade civil, que apontam essa urgência.

### 3.1 Conceito

Enquanto não existe uma legislação voltada ao superendividamento no Brasil, também não existe um conceito jurídico devidamente positivado delimitando o que abrange o “superendividamento”. Destarte, o conceito que comumente se utiliza no Brasil para definir o sentido de superendividamento é aquele que vem se consolidando por via doutrinária.

Pensar uma conceituação adequada para o superendividamento é fundamental para definir concretamente quais casos, e quais indivíduos, serão afetados e beneficiados por uma eventual legislação de tratamento do superendividamento. É importante que os requisitos exigidos no enquadramento legal sejam formulados de modo claro e fundamentado, para evitar qualquer possibilidade de aprovação de uma norma que se torne excessivamente paternalista ou que venha a ser facilmente suscetível de abusos e fraudes.

Dentre as diversas definições, um conceito que se mostrou muito aceito pela doutrina nacional é o postulado pela professora Cláudia Lima Marques:

O superendividamento pode ser definido como impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de renda e patrimônio.<sup>50</sup>

É possível notar que, em vista desse conceito, há alguns requisitos que devem ser observados para que uma situação seja classificada como de superendividamento.

É preciso, em primeiro lugar, que o devedor seja pessoa física, caso contrário estaríamos diante de uma falência da pessoa jurídica ou de uma recuperação judicial, institutos já regulamentados no direito comercial. Necessário também, que essa pessoa física seja consumidora, restringindo, assim, o superendividamento aos

---

<sup>50</sup> MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, 2010, p. 21.

débitos de consumo, e pressupondo, em regra, a exclusão de profissionais liberais, produtores e fabricantes<sup>51</sup>. Também se faz presente o requisito da boa-fé desse consumidor endividado. Esse cuidado é importante para evitar que um instituto que venha a ser criado para tratar a situação do superendividado possa beneficiar consumidores que hajam de má-fé na celebração de contratos, inclusive com finalidades fraudulentas.

Por fim, o principal ponto no que diz respeito ao reconhecimento do superendividamento de um consumidor está na impossibilidade de pagamento das dívidas sem o comprometimento do seu mínimo existencial. O consumidor superendividado, portanto, é aquele que vive na constante agonia de não ter meios econômicos suficientes para arcar com seus débitos sem abrir mão de meios de subsistência para si ou para sua família.

Isso significa dizer, também, que o mero inadimplemento não configura o superendividamento. É preciso verificar a impossibilidade global de adimplemento. Conforme expressam Maria Manuel Leitão Marques e Catarina Frade, o mero inadimplemento pode ser apenas um lapso do devedor, ou, ainda, uma decisão de livre vontade baseada em um custo-benefício do inadimplemento, que não significa, necessariamente, uma incapacidade, ainda que temporária, de arcar com o pagamento da dívida.<sup>52</sup>

Nota-se que não há nenhum tipo de valor quantitativo posto para qualificar uma situação de superendividamento. Isso ocorre porque a condição deve ser verificada no caso concreto, a partir da comparação entre ativo e passivo do indivíduo e da sua família, bem como da análise das suas necessidades básicas.<sup>53</sup>

Neste momento, é relevante diferenciar brevemente a figura do superendividamento do instituto da insolvência civil, previsto no art. 955 do CC/03<sup>54</sup>, que expressa: “procede-se à declaração de insolvência toda vez que as dívidas

---

<sup>51</sup> WODTKE, Guilherme Domingos Gonçalves. **O superendividamento do consumidor**: as possíveis previsões legais para seu tratamento. Disponível em: [http://conteudo.pucrs.br/wp-content/uploads/sites/11/2017/03/guilherme\\_wodtke\\_2014\\_2.pdf](http://conteudo.pucrs.br/wp-content/uploads/sites/11/2017/03/guilherme_wodtke_2014_2.pdf). Acesso em: 23 fev. 2021. p. 3.

<sup>52</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão; FRADE, Catarina Cláudia Ferreira. **Regular o Sobreendividamento**. Disponível em: <http://docplayer.com.br/6169775-Regular-o-sobreendividamento.html>. Acesso em: 16 fev. 2021. p. 4.

<sup>53</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins (2010), apud SCHMIDT NETO, André Perin. **Superendividamento do consumidor**: conceito, pressupostos e classificação. Revista da SJRJ, Rio de Janeiro, n. 26, 2009. p. 168.

<sup>54</sup> BRASIL. **Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/10406compilada.htm). Acesso em: 23 fev. 2011.

excedam à importância dos bens do devedor”. Nota-se que o critério para a insolvência é apenas que o valor das dívidas exceda o valor dos bens do devedor. A insolvência é um procedimento que visa simplesmente a satisfação dos créditos pendentes através da liquidação do patrimônio do devedor, sem se importar com o ser humano por trás desses débitos<sup>55</sup>. Para André Perin Schmidt Neto, a insolvência civil na prática é inexistente, já que o procedimento leva muitos anos e gera a impossibilidade de o insolvente administrar plenamente o seu próprio patrimônio, impedindo a prática de atos da vida cotidiana.<sup>56</sup>

A insolvência, assim como a falência, serve principalmente para reunir o patrimônio restante e dividir entre os credores. Às pessoas jurídicas, tal procedimento pode ser proveitoso quando não há mais solução para determinada sociedade. Para a pessoa física, no entanto, o procedimento é desastroso, podendo gerar a mendicância de uma família inteira.<sup>57</sup>

Voltando à definição de superendividamento, há, ainda, uma classificação comumente utilizada na doutrina europeia, e que vem sendo adotada também no Brasil, que cria uma diferenciação entre duas espécies de superendividamento: o superendividamento ativo, e o superendividamento passivo.

O superendividamento ativo ocorre quando o consumidor contribui para se colocar nessa condição, a partir da tomada de medidas imprudentes ou negligentes no controle de suas finanças. O superendividamento passivo, por sua vez, ocorre quando a impossibilidade de cumprimento das dívidas decorre de um acontecimento imprevisto, como o desemprego, o divórcio, uma doença, ou qualquer outro fato imprevisível que venha a comprometer a sua renda ou aumentar consideravelmente as suas despesas.<sup>58</sup>

Essa diferenciação se mostra muito relevante no estudo dos dados relativos ao superendividamento e na busca por uma real compreensão dos motivos que levam mais ou menos pessoas a adentrar nessa situação. A classificação também é importante na medida em que foge da ideia de culpa subjetiva contratual do

<sup>55</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. **Superendividamento do consumidor**: conceito, pressupostos e classificação. Revista da SJRJ, Rio de Janeiro, n. 26. p. 168.

<sup>56</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. **Superendividamento do consumidor**: conceito, pressupostos e classificação. Revista da SJRJ, Rio de Janeiro, n. 26. p. 169.

<sup>57</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. **Superendividamento do consumidor**: conceito, pressupostos e classificação. Revista da SJRJ, Rio de Janeiro, n. 26. p. 170.

<sup>58</sup> MARQUES, Maria Manuel Leitão; FRADE, Catarina Cláudia Ferreira. **Regular o Sobreendividamento**. Disponível em: <http://docplayer.com.br/6169775-Regular-o-sobreendividamento.html>. Acesso em: 16 fev. 2021. p. 4.

consumidor endividado, tendendo a superar a diferença entre fatos subjetivos e objetivos supervenientes.<sup>59</sup>

Cláudia Lima Marques ainda classifica o estado de superendividamento como um fenômeno social e jurídico, e indica a necessidade de formulação de um tratamento que vise solucionar esse fenômeno tendo como base o Direito do Consumidor.

Este estado é um fenômeno social e jurídico a necessitar algum tipo de saída ou solução pelo direito do consumidor, a exemplo do que aconteceu com a falência e a concordata no direito das empresas: seja por meio de parcelamento, prazos de graça, redução dos montantes, dos juros, das taxas, seja por todas as demais soluções possíveis para que possa pagar ou adimplir todas ou quase todas as suas dívidas em face de todos os credores, fortes e fracos, com garantias ou não. Tais soluções, que vão desde informação e controle da publicidade, direito de arrependimento, tanto para prevenir como para tratar o superendividamento, são fruto dos deveres de informação, cuidado e principalmente de cooperação e lealdade oriundos da boa-fé para evitar a ruína do parceiro, que seria sua “morte civil”, sua exclusão do mercado de consumo ou sua “falência” civil com o superendividamento.<sup>60</sup>

O tratamento do superendividamento como fenômeno social e jurídico deve ser feito, nesse contexto, via ordenamento jurídico. A preocupação expressa por renomados juristas brasileiros demonstra a necessária positivação de dispositivo ligado ao direito consumerista que venha a propor soluções para essa situação, a exemplo do que já ocorre em outros países.

### 3.2 Superendividamento no mundo: modelos de tratamento

O superendividamento é um fenômeno que se tornou corriqueiro nas sociedades de consumo ao redor do globo, especialmente a partir da expansão do crédito para consumo. Na Europa e nos Estados Unidos, centros do capitalismo e das economias de consumo, as consequências da expansão do crédito começaram a ser largamente percebidas a partir da década de 70.

<sup>59</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 258.

<sup>60</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 256-257.

O ritmo da expansão do crédito ao consumidor acelerou explosivamente no final dos anos 70, e no início dos anos 80, com a democratização do crédito, tanto na Europa, quanto nos Estados Unidos. (...) Os consumidores foram deixados amplamente entregues aos seus próprios dispositivos na escolha do quantum do seu débito. A abertura do mercado de crédito ao consumidor introduziu um frenesi de competição entre os fornecedores desse “produto” altamente rentável. A intensa pressão competitiva forçou as empresas a fazer propaganda da estrutura de seus produtos para tirar vantagem das poderosas forças competitivas – da parcialidade psicológica e da fraqueza dos seus consumidores.<sup>61</sup>

A percepção desse nível avançado de endividamento em massa das populações a partir da popularização do crédito, fez com que surgissem nesses países preocupações atinentes a essa situação. A partir disso, esses países passaram a introduzir em seus ordenamentos jurídicos institutos que propusessem modelos de tratamento à situação do consumidor de crédito endividado. Conforme se verá, os modelos adotados na América do Norte e na Europa, divergem em alguns pontos, que refletem os pensamentos políticos, econômicos e sociais desses países.

Tendo como base um pensamento influenciado por um paradigma liberal da economia de mercado, o modelo *fresh start*, adotado pelos Estados Unidos a partir da instituição do *Bankruptcy Code*, em 1978, tem o núcleo centralizado no tratamento e na repressão do fenômeno de superendividamento.<sup>62</sup> É um modelo que vislumbra o forte desenvolvimento da sociedade de consumo e o livre-comércio, entendendo o consumidor como um agente do mercado que deve exercer livremente o seu direito de escolha.<sup>63</sup> Por essas razões, esse modelo encontrou solo fértil nos Estados Unidos, país com tradições liberais, o que facilitou sua aceitação e absorção nos meios jurídicos e sociais<sup>64</sup>.

Esse modelo de tratamento do superendividamento, portanto, busca fundamentalmente uma célere reinserção do consumidor no mercado de consumo. O *fresh start* visa conceder ao consumidor uma “segunda chance”, uma oportunidade de se reinserir no mercado de consumo e voltar a movimentar a economia, sem as amarras dos débitos exacerbados que o impediam de consumir volumosamente.

---

<sup>61</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor:** buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 70-71.

<sup>62</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 23.

<sup>63</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 23.

<sup>64</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor.** Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 24.

Esse sistema de falência individual se assemelha ao adotado para as falências empresárias, e leva por volta de três meses para estar concluído, sendo efetivado em três simples passos.<sup>65</sup> O procedimento se inicia com a entrada do devedor com uma petição inicial contendo um levantamento detalhado das suas dívidas, bens e rendas. Em seguida, nomeia-se um administrador judicial, que promoverá uma liquidação do patrimônio, buscando uma justa distribuição dos bens do devedor entre os credores. Por fim, não havendo mais bens disponíveis, as obrigações são extintas e todas as dívidas restantes são perdoadas, com algumas exceções (dívidas tributárias, pensões alimentícias, entre outras.).<sup>66</sup>

Uma justa crítica ao modelo de tratamento adotado pelos Estados Unidos, diz respeito ao fato de que, nesse processo de rápida reinserção do consumidor ao mercado, há pouca, ou quase nenhuma, preocupação com as causas que levaram esses consumidores a essa situação. Conforme as observações de Wilson Pantoja, não há significativo espaço para se pensar e debater sobre as condições que levaram o consumidor ao superendividamento. Não há interesse em saber se houve negligência de informações por parte do credor, se houve erro por parte do devedor ou se houve oferta predatória de crédito. De igual modo, não se debate a boa-fé na relação jurídica contratual e muito menos são levantadas preocupações acerca das angústias e problemas sociais vivenciados pelo devedor superendividado.<sup>67</sup>

O modelo *fresh start* não demonstra ter grandes preocupações com a reeducação financeira do consumidor e da sociedade de consumo. A situação é facilmente resolvida através de um procedimento quase automatizado que passa pela liquidação do patrimônio do devedor e termina com um perdão generalizado dos seus débitos excedentes. Também elabora crítica nesse sentido o professor americano Jason Kilborn, que adverte que esse sistema parece ignorar, ou até mesmo piorar, os conceitos que direcionam os consumidores nesse caminho<sup>68</sup>, já que “após ingressar com a ação e encontrar com o depositário uma única vez, os devedores não precisam

---

<sup>65</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor**: buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 43.

<sup>66</sup> SILVA, Gabriela Borges. **Regulação para o tratamento do superendividamento**: diretrizes para a construção de um modelo de falência da pessoa natural no Brasil. Dissertação (Mestrado) – Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2019. p. 82.

<sup>67</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 24.

<sup>68</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor**: buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 84.

mais pensar na situação que os levou a entrar e sair do superendividamento.”<sup>69</sup> Para o autor, a facilidade e rapidez desse sistema de “livre saída da prisão”<sup>70</sup> tende a influenciar os consumidores a adotar comportamentos inadequados do ponto de vista de segurança financeira.

Certamente, se a informação disponível ao consumidor é que o sistema representa um modo fácil de livrar-se do débito, isso exacerba a tendência dos consumidores em reduzir o potencial de custos futuros de um comportamento de risco quanto ao crédito.<sup>71</sup>

A partir das críticas que passaram a ser feitas a esse modelo de tratamento, apontando principalmente a sua alta suscetibilidade à utilização de má-fé, com abusos e fraudes, os Estados Unidos começaram a adotar algumas restrições às entradas no procedimento de *fresh start* (previsto no capítulo 7 do *Bankruptcy Code*). Essas restrições foram consagradas no *Bankruptcy Abuse Prevention and Consumer Protection Act* (BAPCPA), de 2005. As medidas restritivas apontadas no diploma, buscam criar critérios para selecionar os casos passíveis de tratamento através do *fresh start*. Como efeito desse ato, os casos que são rejeitados para o tratamento conforme o capítulo 7, passam a ser resolvidos através do capítulo 13 do *Bankruptcy Code*, que prevê a reestruturação do passivo do devedor sem a sua liquidação, por meio de um plano de reorganização das dívidas, com duração de três a cinco anos.<sup>72</sup> Apesar de mais longo e menos amigável ao devedor, o tratamento previsto no capítulo 13 também permite o perdão das dívidas ao devedor que não tenha conseguido cumprir com o seu plano de pagamento, desde que cumpra alguns requisitos.

Adotando uma filosofia bem diversa do *fresh start*, outro notável modelo de tratamento do superendividamento é o modelo francês, de caráter mais conservador, sob o ponto de vista do perdão da dívida, porém mais preocupado com o aspecto social, visando a reeducação dos membros da sociedade como forma de prevenção do superendividamento.

---

<sup>69</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor:** buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 84.

<sup>70</sup> Termo utilizado pelo autor, em tradução de Lisianne Santos Cabral de Melo.

<sup>71</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor:** buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 85.

<sup>72</sup> SILVA, Gabriela Borges. **Regulação para o tratamento do superendividamento:** diretrizes para a construção de um modelo de falência da pessoa natural no Brasil. Dissertação (Mestrado) – Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2019. p. 82.

Em contraponto às tradições liberais que foram base para o modelo de falência individual americano, os países europeus de tradição romano-germânica formaram seus modelos de tratamento do superendividamento fundamentados em princípios mais voltados ao paradigma do bem-estar social.

Nesse viés, é notável no modelo francês a influência de princípios que visam a melhor garantia dos Direitos Humanos e da dignidade da pessoa, bem como a proteção do mínimo existencial.

O modelo também espelha outra preocupação histórica do Direito Romano, que diz respeito ao cumprimento das obrigações contratuais. Conforme pontua Gabriela Borges Silva, a cultura jurídica dos países de tradição romano-germânica está enraizada no princípio *pacta sunt servanda*<sup>73</sup>. Sendo assim, esse ordenamento encontra inevitavelmente uma resistência considerável às iniciativas de perdão imediato das dívidas.

Dito isso, nota-se que o foco central no modelo francês não está no tratamento, mas na prevenção do superendividamento e na reeducação tanto do consumidor que passa pelos procedimentos previstos, quanto da sociedade de consumidores de um modo geral.

Sendo assim, ao contrário do *fresh start*, que, em regra, concede amplos perdões de dívidas aos devedores, o modelo social evita entrar nessa esfera. O padrão de resolução da situação do superendividado no modelo europeu passa por duas fases, uma conciliatória, de natureza administrativa, e uma judicial.

Preenchidos os requisitos para início do procedimento, a fase conciliatória acontece perante uma comissão de superendividamento (*Commission de Surendettement des Particuliers*), que elabora a proposição de um plano de repactuação das dívidas, tendo o prazo máximo de dez anos.<sup>74</sup> O plano poderá conter reescalonamento dos pagamentos, remissão de dívidas, redução ou supressão de taxas de juros, substituição de garantias, e uma obrigação do devedor em abster-se de atos que agravem sua insolvabilidade<sup>75</sup>. Esse plano deverá ser aceito pelo devedor

---

<sup>73</sup> SILVA, Gabriela Borges. **Regulação para o tratamento do superendividamento**: diretrizes para a construção de um modelo de falência da pessoa natural no Brasil. Dissertação (Mestrado) – Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2019. p. 83.

<sup>74</sup> SILVA, Gabriela Borges. **Regulação para o tratamento do superendividamento**: diretrizes para a construção de um modelo de falência da pessoa natural no Brasil. Dissertação (Mestrado) – Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2019. p. 87.

<sup>75</sup> DA COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 234.

e pelos seus credores, e ser ratificado em juízo. Não ocorrendo acordo na conciliação, o procedimento será resolvido na fase judicial, que irá impor um plano de pagamentos, observando as particularidades do caso concreto.

Uma peça chave do pensamento europeu relativo ao superendividamento e ao seu tratamento é a boa-fé. Cabe ressaltar que a definição de superendividamento, no *Code de la Consommation* francês, por exemplo, inclui a boa-fé como requisito essencial para o seu enquadramento. Sendo assim, só é considerado superendividado para fins legais o consumidor que age com os comportamentos adequados visando a boa-fé contratual. Importante notar também, que não é só por parte do devedor que esses comportamentos são analisados. A boa-fé do credor também é alvo de análise, o que abre espaço para debates acerca de dolo, culpa, erro, publicidade agressiva, fraude contratual, deslealdade, entre outros temas, que permitem um maior aprofundamento em relação à responsabilidade civil e contratual das partes<sup>76</sup>.

Outra questão importante adotada pelo modelo francês, é o cuidado com a manutenção do mínimo existencial do devedor, que deve ser respeitado e reservado no momento da elaboração dos planos de pagamentos.

O foco do tratamento do superendividamento sob o modelo francês, portanto, é o próprio indivíduo que se encontra nessa situação. Nesse sentido, Kilborn aponta que o modelo europeu parece priorizar o aspecto educacional do processo, em vez de um retorno econômico imediato para os credores<sup>77</sup>. O autor entende também que essa desejada reeducação para o consumo é favorecida pelo fato desse modelo apresentar consequências mais duradoras no tempo, o que tende a gerar uma reflexão maior aos agentes envolvidos no processo.

É exigido da grande maioria dos consumidores, fazer ao menos uma tentativa de quitação do débito, em vários anos de renda futura. Como resultado, em muitos casos, o devedor não abre mão da renda futura, ou entrega uma pequena porção desta, mas cada caso requer que o devedor, no mínimo, submeta um plano de pagamento de sua renda futura fora do limiar de um máximo valor.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 29.

<sup>77</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor**: buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 86.

<sup>78</sup> KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor**: buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 85.

Comparando esses dois modelos de tratamento, nota-se que eles apresentam grandes diferenças desde as suas naturezas e prioridades até o modo como se efetivam na prática. Essas diferenças traduzem a afirmação de que o Direito é um reflexo da política e da sociedade.

É possível estabelecer, até certo ponto, uma relação de dicotomia entre os dois modelos, sendo um centrado no tratamento para a reinserção no mercado, e o outro na reeducação para a prevenção de um fenômeno social e proteção do indivíduo. Essa dicotomia foi forte por algum tempo, mas hoje é possível notar que ela vem se reduzindo<sup>79</sup>, especialmente nos últimos anos, a partir das modificações legais nos Estados Unidos que passam a elevar o status do modelo de plano de repactuação de dívidas, que se assemelha em certos aspectos ao paradigma europeu. De certo modo, portanto, o tempo e a prática vêm criando pontos de convergência entre os dois modelos.

### 3.3 O superendividamento no Brasil

O fenômeno do superendividamento, notado aprioristicamente nos países centrais do capitalismo ocidental, passou a crescer nas últimas décadas também nos países de economia emergente. Há muitos anos, a professora Cláudia Lima Marques indica o crescimento do superendividamento no Brasil, e aponta a necessidade de que sejam criadas soluções para esse problema a partir do Direito.

Desde 1995, alerto que este fenômeno instala-se também em países emergentes e que o direito brasileiro está sendo chamado a dar uma resposta justa e eficaz a esta realidade complexa, principalmente se devemos distinguir superendividamento de pobreza em nosso país. A massificação do acesso ao crédito, a forte privatização dos serviços essenciais e públicos, agora acessíveis a todos, com qualquer orçamento, mas dentro das duras regras do mercado, a nova publicidade agressiva sobre crédito popular, a nova força dos meios de comunicação de massa e a tendência do abuso impensado do crédito facilitado e ilimitado no tempo e nos valores, inclusive com descontos em folha e de aposentados, pode levar o consumidor e sua família a um estado de superendividamento.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento: a responsabilidade pré-contratual do credor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p. 32.

<sup>80</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 259-260.

O Brasil experimentou uma notável crescente nas taxas de consumo a partir da implementação do Plano Real, em 1994, que aplicou medidas econômicas que conseguiram conter a inflação e minimizar os impactos da grave crise econômica que o país enfrentava, conseguindo, a longo prazo, alcançar uma estabilização da economia.<sup>81</sup> Clarissa Lima e Karen Bertoncello apontam para uma tríplice relação entre Plano Real, estabilidade econômica e expansão do crédito, indicando nesse período uma democratização do recurso do crédito entre os consumidores com renda familiar de até 10 salários mínimos<sup>82</sup>. Segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC):

A criação do Plano Real, em julho de 1994, trouxe um novo ambiente de estabilização de preços e modificações consideráveis para o sistema financeiro brasileiro. Com o controle inflacionário, a lucratividade dos bancos deixou de depender da captação de depósitos e passou a depender do crescimento das operações de crédito. O crédito a pessoas físicas revelou-se importante para a sustentação do nível da atividade econômica, dinamizando a demanda interna via ampliação do consumo das famílias, com linhas de crédito disponíveis no mercado para aquisição de bens e serviços abundantes. Porém, não necessariamente são vantajosas aos consumidores devido às altas taxas de juros.<sup>83</sup>

A partir de meados dos anos 2000, o país passou por um momento de grande crescimento econômico, com uma diminuição da dívida externa e um aquecimento do mercado interno nos anos seguintes, que fez com que a indústria brasileira passasse por um forte crescimento nesse período, que foi acompanhado por uma queda no desemprego e pela ampliação de programas sociais. Tudo isso contribuiu para garantir um maior poder de compra para as classes mais baixas da população.

Desse ponto em diante, o crédito, que durante muito tempo foi restrito aos mais abastados, no Brasil, passou a experimentar uma democratização de acesso, abrindo-se para a população de um modo geral. A expansão do crédito no Brasil possibilitou o acesso aos bens essenciais de consumo para muitas pessoas, mas, a longo prazo, também ocasionou no efeito colateral do superendividamento.

---

<sup>81</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

<sup>82</sup> LIMA; BERTONCELLO, 2010, apud VIEIRA, Gabriella de Castro. **O consumismo e o consequente superendividamento**: a necessidade da atualização da legislação consumerista. In: Direito do Consumidor: temas práticos para a advocacia. Org. Alan de Matos Jorge. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018. p.104.

<sup>83</sup> IDEC. Caderno legislativo financeiro. Disponível em: [https://idec.org.br/arquivos/congresso/caderno-legislativo\\_financeiro.pdf](https://idec.org.br/arquivos/congresso/caderno-legislativo_financeiro.pdf). p. 66.

A explosão do crédito no Brasil, nos últimos anos, tem sido acompanhada por uma ideia de inclusão social. Entretanto, sem uma educação financeira adequada, a população de baixa renda passou a consumir bens e serviços antes inacessíveis a ela, sem qualquer instrução ou auxílio de como se comportar diante desta nova realidade, principalmente com relação ao crédito. Sem essa educação financeira, muitas pessoas passaram a contrair crédito para pagar outros créditos. Essas pessoas, em determinado momento, atingiram uma situação de superendividamento, criando uma espécie de bola de neve. Essa realidade é um grave problema coletivo, social e jurídico.<sup>84</sup>

Wellerson Miranda Pereira chama a atenção para o fato que no Brasil, o fenômeno de expansão de crédito veio acompanhado de práticas comerciais que chegam ao “limiar da abusividade”, colocando em risco, especialmente segmentos mais vulneráveis da população.

No Brasil, embora com algumas décadas de atraso, assiste-se nos últimos anos, semelhantemente ao que ocorreu na Europa e nos Estados Unidos nas décadas de 70 e 80, a uma liberalização nunca antes vista do crédito, com forte apelo publicitário dirigido em larga escala sobretudo a segmentos mais vulneráveis da população, notadamente os aposentados. As investidas de tais práticas, deve-se reconhecer, deileitam-se no limiar da abusividade, implicando graves riscos de endividamento excessivo e irrefletido.<sup>85</sup>

Como consequência da expansão do crédito e do consumo, sem uma legislação que acompanhasse essa tendência, o Brasil vive hoje um cenário dramático de superendividamento. Segundo o IDEC, há mais de 60 milhões de brasileiros em situação de inadimplência, dos quais cerca de 30 milhões são superendividados.<sup>86</sup>

Uma observação importante em relação a esse contingente de consumidores superendividados, é que, segundo Cláudia Lima Marques, a partir de observações acerca de um estudo empírico realizado a partir de 100 casos no Rio Grande do Sul, a grande maioria desses superendividados não são endividados ativos, ou seja, não são consumistas que gastam, propositalmente, além do que recebem. O estudo apontou que mais de 70% desses casos indicavam um superendividamento passivo, aquele que decorre de um “acidente da vida”.<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> IDEC. Caderno legislativo financeiro. Disponível em: [https://idec.org.br/arquivos/congresso/caderno-legislativo\\_financeiro.pdf](https://idec.org.br/arquivos/congresso/caderno-legislativo_financeiro.pdf). p. 66-67.

<sup>85</sup> PEREIRA, Wellerson Miranda. **Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva do direito comparado**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 167-168.

<sup>86</sup> Disponível em: <https://idec.org.br/idec-na-imprensa/cresce-numero-de-endividados-saiba-organizar-financas>. Acesso em 13 de abril de 2021.

<sup>87</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa

Nota-se, portanto, um preocupante número de consumidores brasileiros de boa-fé tornando-se superendividados. Apesar disso, ao contrário dos demais países citados neste capítulo, o país segue inerte no que diz respeito à efetivação de um modelo de tratamento legal para o fenômeno.

---

empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 302.

## 4 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

O Direito moderno, quando se depara com relações jurídicas em que há um notável desequilíbrio de poderes entre as partes, tende a criar mecanismos de proteção para aquele que se mostra vulnerável. Isso ocorre em diversas áreas do Direito. Um exemplo concreto se dá no Direito do Trabalho, através do princípio *in dubio pro operario*, que reconhece a relação desigual que se forma entre empregado e empregador, desde os poderes empregatícios, financeiros e jurídicos que podem estar envolvidos, até a capacidade de produção de provas.

O Direito Privado apresentou ao longo das últimas décadas uma interessante evolução no que diz respeito às perspectivas de comunicação entre autonomia e (des)equilíbrio contratual. Se por algum tempo entendeu-se que na formação de vínculos contratuais de Direito Privado a autonomia de vontade das partes contratantes deveria ser respeitada acima de tudo, a fim de garantir as suas livres escolhas, hoje o panorama é um pouco diferente. Sobre essa evolução no conceito de autonomia como princípio contratual, ensina Robert Wider:

Se antes a liberdade de contratar representava o axioma máximo da autonomia individual, hoje, este direito deixa de representar um poder reconhecido a um indivíduo, para instrumentalizar uma política econômica do Estado, na defesa e proteção dos mais fracos.<sup>88</sup>

A evolução do princípio da autonomia privada, no Direito brasileiro, consagrou a preocupação com o equilíbrio contratual nas relações privadas, de modo que veio a priorizar, com o tempo, uma maior igualdade fática de condições negociais entre as partes, ainda que isso implique em limitar de certo modo a autonomia de vontade.

Enquanto outrora, diante de um paradigma liberal de Estado, entendia-se o direito à autonomia da vontade das partes nas relações privadas como absoluto, isso já não é mais enxergado através do prisma da autonomia privada. A autonomia privada reconhece, em algumas situações, a necessidade de intervenção estatal nas relações privadas, no sentido de impor limites visando uma proteção às partes mais vulneráveis das relações jurídicas. Entende-se, com vistas na moderna conceituação de autonomia privada, que a parte dominada na relação contratual jamais atingirá uma

---

<sup>88</sup> WIDER, Roberto. **O Direito dos Contratos e a autonomia da vontade: a proteção especial dos consumidores**. In: Estudos de Direito do Consumidor. nº 5. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2003. p. 329.

liberdade negocial plena, se posta em uma situação desproporcional que não leve em conta essa desproporcionalidade.

Os entendimentos modernos de Direito como força capaz de reduzir desigualdades presentes nas relações jurídicas se baseiam no conceito de igualdade material e na busca pelo real equilíbrio na relação jurídica.

Nesse sentido, o princípio da vulnerabilidade, no Direito do Consumidor, apresenta função e fundamento semelhante.

#### 4.1 O princípio da vulnerabilidade no Direito Consumerista brasileiro

O princípio da vulnerabilidade do consumidor tem previsão expressa no art. 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor.<sup>89</sup> Na letra da Lei, o primeiro princípio apontado em favor da Política Nacional das Relações de Consumo é o: “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”.

A vulnerabilidade do consumidor é o princípio básico e o ponto de partida do Código de Defesa do Consumidor<sup>90</sup>, que mantém relação de origem não apenas na previsão constitucional da proteção do consumidor como ordem econômica<sup>91</sup>, mas também com o reconhecimento expresso no art. 5º, XXXII, de que o consumidor é merecedor de uma proteção especial por parte do Estado. A partir do reconhecimento da necessidade de proteção especial, que se origina do manifesto desequilíbrio entre as partes da relação, o Código de Defesa do Consumidor institui um verdadeiro microsistema destinado à proteção da parte mais vulnerável antes, durante e após a prática de um ato de consumo.

O desenvolvimento do conceito de vulnerabilidade sob o ponto de vista jurídico guarda estreita relação com a dignidade da pessoa humana. É a partir desse princípio constitucional que o Direito compreende a necessária proteção do ser humano em face de situações de vulnerabilidade.<sup>92</sup>

---

<sup>89</sup> BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. art. 4º, I. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm). Acesso em 09 de março de 2021.

<sup>90</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 228.

<sup>91</sup> Previsão do art. 170, §5º da Constituição Federal de 1988.

<sup>92</sup> AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013. p. 37.

A vulnerabilidade expressa no CDC é inerente ao indivíduo consumidor e não está necessariamente atrelada às suas condições econômicas ou sociais. Apenas por situar-se no polo consumidor da relação de consumo, há a presunção absoluta de vulnerabilidade para esse indivíduo.

A vulnerabilidade no Direito do Consumidor é uma situação coletiva que promove um estado inerente de risco ao grupo dos consumidores, e como tal, a cada um dos sujeitos que integram esse grupo.<sup>93</sup> A partir disso, o princípio da vulnerabilidade indica a técnica adequada para aplicar as regras de atuação do legislador, com a noção instrumental que guia a aplicação destas normas protetivas e reequilibradoras, visando a justiça equitativa.<sup>94</sup>

Cláudia Lima Marques indica a existência de três espécies de vulnerabilidade<sup>95</sup> na relação de consumo: a técnica, a jurídica e a fática.<sup>96</sup>

A vulnerabilidade técnica diz respeito à falta de conhecimento específico por parte do comprador acerca do objeto que ele adquire.<sup>97</sup> A maioria dos consumidores, ao adquirir um produto ou serviço, não possui um amplo conhecimento técnico acerca dos atributos e das especificações desse bem, sendo, portanto, mais facilmente enganado. O fornecedor, por sua vez, possui, em regra, uma ampla gama de conhecimentos acerca de todo o processo de fabricação desse objeto de consumo.

A vulnerabilidade fática, ou socioeconômica, decorre do reconhecimento da manifesta e notória desproporção de forças intelectuais e econômicas<sup>98</sup>. Essa vulnerabilidade é verificada especialmente quando o consumidor se põe em litígio com

---

<sup>93</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 228.

<sup>94</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 228-229.

<sup>95</sup> No livro utilizado neste trabalho a autora cita três espécies, mas, em alguns textos, Marques já insere a vulnerabilidade informacional como uma quarta espécie. Para manter a coerência com a referência bibliográfica adotada, foi optado por tratar da vulnerabilidade informacional de forma separada das demais.

<sup>96</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 229.

<sup>97</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 229.

<sup>98</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 229.

uma grande empresa que detém um considerável poder econômico, que não se compara aos rasos recursos da maioria dos consumidores.

Na vulnerabilidade jurídica, o consumidor leigo não possui o conhecimento científico específico para conhecer e buscar os seus direitos. Essa modalidade de vulnerabilidade também se estende ao desconhecimento das áreas de contabilidade e economia.<sup>99</sup>

Além das três espécies apontadas, hoje também é possível apontar uma vulnerabilidade informacional, que diz respeito ao controle das informações sendo exercido pelos fornecedores. Ela pode ser vista como uma decorrência da vulnerabilidade técnica, mas nos tempos modernos vem ganhando maior relevância, especialmente porque, cada vez mais, a informação passa a ser vista como uma poderosa ferramenta, que ultrapassa barreiras e se movimenta rapidamente. Nesse sentido, o problema não é a falta de informação, mas o domínio dessas informações por uma das partes contratantes, que pode até manipulá-las para fazer com que elas cheguem à outra parte (ao consumidor) em uma forma enganosa.<sup>100</sup>

Essa especificação dos diversos tipos de vulnerabilidade aos quais os consumidores estão sujeitos é importante para compreender alguns dos elementos geradores desse manifesto desequilíbrio estabelecido na relação de consumo. Nota-se que o Direito reconhece o poder que as corporações possuem. Esse poder se torna evidente na sociedade de consumo, especialmente a partir da revolução industrial e, mais ainda, com o avanço tecnológico dos meios de comunicação e de publicidade. As características peculiares da sociedade de consumidores acabam potencializando essas vulnerabilidades, afinal, aos olhos do indivíduo consumidor, é melhor ser vulnerável do que ser excluído.

Uma tendência moderna que agrava e deixa visível a vulnerabilidade dos consumidores é a expansão das relações de consumo acordadas através de contrato de adesão. O contrato de adesão é um tipo de contrato massificado, contendo todas as cláusulas pretendidas pelo fornecedor e que é impresso em quantidade numerosa, para apenas ser entregue ao consumidor final para o aceite.

---

<sup>99</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 229.

<sup>100</sup> STJ. RECURSO ESPECIAL: **REsp 1.195.642 RJ 2010/0094391-6**. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. DJ: 13/11/2012. JusBrasil, 2012. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj/inteiro-teor-22829800>. Acesso em: 18 mar. 2021.

Sobre a problemática da dificuldade de compreensão e manifestação de vontade do consumidor perante os contratos de adesão, expressa Carlos Roberto Barbosa Moreira:

Os contratos de adesão e similares notabilizam-se por serem técnicos, complexos, às vezes pouco esclarecedores e transparentes, elaborados com o intuito de dificultar a manifestação de vontade livre e consciente do consumidor. Em verdade, o consumidor é um litigante eventual, ao passo que o fornecedor, principalmente se representado por empresa de certa magnitude, é um litigante habitual, acostumado a disputas judiciais com outros consumidores.<sup>101</sup>

Diante do contrato de adesão, o consumidor se vê em uma posição em que há pouca, ou nenhuma, condição de negociação. Nesse tipo de contratação, é duvidoso dizer que há plena expressão de vontade ou autonomia por parte do consumidor, já que os termos são pré-fabricados e independem da sua individualidade. Além disso, as informações são postas pelo fornecedor da forma que melhor lhe beneficia, e muitas vezes de forma pouco explicativa, quando não desonesta. Tudo isso favorece e acresce a superioridade fática, técnica e jurídica do fornecedor perante esse consumidor.

A vulnerabilidade do consumidor, em termos práticos, se escancara em diversas situações decorrentes da sociedade de consumo moderna. É importante notar, porém, que apesar da vulnerabilidade ser característica de todos os consumidores, isso não impede que haja uma graduação dessas vulnerabilidades nos casos concretos. A partir da observação de características afetas ao sujeito consumidor no caso concreto, é possível perceber que, para alguns, se adicionam novas camadas de vulnerabilidade. É o que acontece, por exemplo, com o consumidor idoso.

#### **4.2 A vulnerabilidade qualificada do consumidor idoso**

Conforme expresso no tópico anterior, o Código de Defesa do Consumidor indica a presunção absoluta de vulnerabilidade para todo e qualquer indivíduo que seja classificado como consumidor em uma relação jurídica.

---

<sup>101</sup> BARBOSA MOREIRA (1993) *apud* SCHMITT, Cristiano Heineck. **A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso.** Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, n. 70, abr./jun. 2009.

Para alguns indivíduos, ou grupos de indivíduos, porém, essa vulnerabilidade pode ser ainda mais destacada, em razão de determinadas condições fáticas, jurídicas e sociais.

Já é amplamente discutido e aceito pela doutrina e pela jurisprudência brasileira o conceito de hipervulnerabilidade, ou vulnerabilidade qualificada, para determinados grupos de consumidores. O termo “hipervulnerabilidade” apareceu pela primeira vez na jurisdição brasileira no julgamento do REsp 586.316-MG<sup>102</sup>, tendo sido utilizada pelo Ministro Relator Herman Benjamin.

Ao Estado Social importam não apenas os vulneráveis, mas sobretudo os hipervulneráveis, pois são esses que, exatamente por serem minoritários e amiúde discriminados ou ignorados, mais sofrem com a massificação do consumo e a "pasteurização" das diferenças que caracterizam e enriquecem a sociedade moderna.<sup>103</sup>

A hipervulnerabilidade do consumidor ocorre quando esse indivíduo possui, perante uma relação de consumo, não só aquela vulnerabilidade inerente ao consumidor, como também um segundo grau de vulnerabilidade, que pode decorrer de diferentes situações fáticas. Entre os grupos de indivíduos que costumam ser considerados consumidores hipervulneráveis pela doutrina estão os idosos, as crianças, os adolescentes e os portadores de deficiência.<sup>104</sup>

Cada um desses grupos apresenta diferentes razões para a compreensão jurídica da sua hipervulnerabilidade. As camadas de vulnerabilidade que podem ser notadas em cada um deles podem advir de aspectos relativos à idade, à aptidão física e mental, ou a quaisquer outras situações que possam limitar a sua livre manifestação de vontade, ou até mesmo criar uma situação de submissão ou total ausência de condições de resistência às abordagens persuasivas, advindas dos estímulos de consumo.

---

<sup>102</sup> COELHO, Mariana Carvalho Victor; AYALA, Patryck de Araujo. **A hipervulnerabilidade do consumidor idoso e a sua tendência ao superendividamento no contexto de uma sociedade do hiperconsumo.** In: Revista de Direito do Consumidor. vol. 121. ano 28. p. 247-275. São Paulo: Ed. RT, jan./fev. 2019. p. 253.

<sup>103</sup> STJ. RECURSO ESPECIAL: **REsp 586.316 MG 2003/0161208-5.** Relator: Ministro Herman Benjamin. DJ: 17/04/2007. JusBrasil, 2012. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/4092403/recurso-especial-resp-586316>. Acesso em: 25 mar. 2021.

<sup>104</sup> NISHIYAMA, Adolfo. DENSA, Roberta. **A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes.** In: Revista de Direito do Consumidor, vol. 76. p. 13-45. São Paulo: Ed. RT, out./dez. 2010.

Para o consumidor idoso, alvo deste estudo, Bruno Miragem aponta dois principais aspectos que justificam a sua hipervulnerabilidade como consumidores, sendo eles:

a) a diminuição ou perda de determinadas aptidões físicas ou intelectuais que o torna mais suscetível e débil em relação à atuação negocial dos fornecedores; b) a necessidade e catividade em relação a determinados produtos ou serviços no mercado de consumo, que o coloca numa relação de dependência em relação aos seus fornecedores.<sup>105</sup>

O primeiro ponto diz respeito a uma condição natural do ser humano de perda gradual das aptidões físicas e intelectuais com o passar do tempo. Evidente que há idosos completamente saudáveis. A idade dos 60 anos, que classifica juridicamente o idoso, não carrega hoje o mesmo peso que já carregou. O avanço da ciência, da tecnologia e da medicina ampliam consideravelmente a expectativa de vida da população e podem minimizar os impactos da idade na saúde. Ainda assim, é preciso garantir a proteção daqueles que possam ter, por essas razões, qualquer comprometimento na sua compreensão negocial como consumidor.

O segundo aspecto toca em uma outra questão, que diz respeito à maior necessidade, por parte de consumidores idosos, de determinados produtos e serviços, cuja ausência se faz mais danosa a ele do que aos consumidores em geral. São exemplos disso os contratos de planos de saúde e seguros de saúde, além de medicamentos.<sup>106</sup> Nesse sentido leciona Schmitt:

A falta de qualidade dos serviços públicos de saúde no Brasil denuncia um ambiente de ausência de concorrência para as empresas administradoras de planos e seguros de assistência privada à saúde, que passam, então, a desfrutar de amplo mercado consumidor, podendo ditar as regras conforme seus anseios.

Assim, esta categoria de fornecedores tem plenas condições fáticas para exercer predomínio sobre seus consumidores, ditando, por exemplo, as regras de um contrato, de forma livre, ocasionando, por vezes, relações desequilibradas.<sup>107</sup>

A maior necessidade de um serviço ou produto torna o consumidor mais frágil, afinal, não podendo abrir mão de um bem de consumo cuja falta lhe ocasionaria um

<sup>105</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014. p. 128.

<sup>106</sup> NISHIYAMA, Adolfo. DENSA, Roberta. **A proteção dos consumidores hipervulneráveis**: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. In: Revista de Direito do Consumidor, vol. 76. p. 13-45. São Paulo: Ed. RT, out./dez. 2010. p. 20.

<sup>107</sup> SCHMITT, Cristiano Heineck. **A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso**. Revista de Direito do Consumidor. vol. 70. p. 139-171. São Paulo: Ed. RT, abr./jun. 2009, p. 145.

dano extremo, o consumidor se vê refém do fornecedor do serviço, e pode acabar tendo que aceitar condições muitas vezes abusivas. É em razão dessa necessidade, que, em muitas situações, essa nova camada de vulnerabilidade se fará presente ainda que o consumidor se comporte de forma atenta, consciente e aparentemente livre.

Segundo Cláudia Lima Marques, outros pontos também podem ser citados para expressar a hipervulnerabilidade do idoso, como a alta taxa de analfabetismo e a baixa escolaridade observada entre os idosos no Brasil, e, também, a desvalorização do idoso no mundo contemporâneo, marcado por relações precárias e instáveis, que os tornam vítimas fáceis para práticas abusivas.<sup>108</sup>

A ideia de hipervulnerabilidade do consumidor idoso possui fundamento no próprio CDC, que, em seu art. 39, inciso IV, menciona a fraqueza do consumidor em razão da idade, vedando expressamente ao fornecedor se valer dessa fraqueza para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

Comentando o artigo supracitado, ensina Cláudia Lima Marques:

Efetivamente, e por diversas razões, há que se aceitar que o grupo dos idosos possui uma vulnerabilidade especial, seja pela sua vulnerabilidade técnica exagerada em relação a novas tecnologias (*home-banking*, relações com a máquina, uso necessário de internet, etc.); sua vulnerabilidade fática quanto à rapidez das contratações; sua saúde debilitada; a solidão de seu dia-a-dia, que transforma um vendedor de porta-em-porta, um operador de *telemarketing*, talvez na única pessoa com a qual tenham contato e empatia naquele dia; sem falar em sua vulnerabilidade econômica e jurídica.<sup>109</sup>

Cabe ressaltar que a proteção do idoso na legislação brasileira não é exclusividade do Direito do Consumidor, afinal, se trata, antes de tudo, de matéria constitucional.

Na Carta Magna, pode-se observar a proteção ao idoso, de forma generalizada, a partir do princípio da dignidade da pessoa humana, previsto em seu artigo 1º, inciso III, e também em seu artigo 3º, que prevê com objetivo fundamental da República promover o bem de todos, sem discriminação em razão de idade. Como disposição

<sup>108</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BARBOSA, Fernanda Nunes. **A proteção dispensada à pessoa idosa pelo direito consumerista é suficiente como uma intervenção reequilibradora?** Civilistica.com. Rio de Janeiro, a. 8, n. 1, 2019. Disponível em: <http://civilistica.com/a-protecao-dispensada-a-pessoa-idosa/>. Data de acesso: 26 mar. 2021. p. 10-11.

<sup>109</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013. p. 895-896

específica de proteção ao idoso, destaca-se o artigo 230, que estipula o dever da família, da sociedade e do Estado de amparar as pessoas idosas.

Toda essa concepção de vulnerabilidade jurídica do cidadão idoso levou, ainda, à promulgação do Estatuto do Idoso<sup>110</sup>, que deixa evidente a intenção do legislador pátrio em promover dispositivos especiais de proteção a esse grupo de indivíduos.

É certo, portanto, que o Direito brasileiro se preocupa em garantir proteção aos mais vulneráveis, e é certo também que sobre o consumidor idoso recaem múltiplas camadas de vulnerabilidade. O Direito do Consumidor brasileiro demonstra preocupação nesse sentido em sede doutrinária, jurisprudencial e até normativa, através das disposições do CDC. É cabível questionar, porém, se essa proteção normativa é eficaz para essa proteção, considerando tratar-se de disposições de natureza basicamente principiológica, vagas e generalistas, não adentrando em assuntos específicos que merecem uma maior atenção.

#### **4.3 A vulnerabilidade do consumidor no mercado financeiro**

Um dos mercados, se não o mercado, em que a vulnerabilidade do consumidor se mostra mais evidente, e onde apresenta um enorme potencial para causar danos graves, é justamente o de crédito e das instituições financeiras.

Não é novidade que as instituições financeiras possuem um poderio econômico gigantesco, além de uma avançada utilização das técnicas de marketing e um arsenal jurídico muito bem treinado e preparado para o litígio. Além disso, os contratos de adesão são frequentes, e, na maioria das vezes, as explicações passadas aos contratantes são rasas ou imprecisas.

Sobre a vulnerabilidade específica do consumidor de crédito, ensinam Lima e Bertoncello:

Outrossim, deverá ser vislumbrada a especial vulnerabilidade em que se encontra o consumidor quando celebra contrato de crédito dada a influência de diversos fatores sobre sua liberdade de decisão em negócios desta natureza, pois o contraente será duas vezes consumidor: o consumidor em geral e o consumidor de crédito. De acordo com a doutrina de Nicole Chardin, o consumidor de crédito está submetido à pressão de forças mais numerosas que o consumidor avista, dentre elas as forças externas, identificadas pela

---

<sup>110</sup> BRASIL. **Estatuto do idoso**: lei federal nº 10.741, de 01 de outubro de 2003. Brasília, DF: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2004.

publicidade feita pelo fornecedor, e as forças internas, estas representadas pelos desejos e necessidades do consumidor. Além disso, a especial vulnerabilidade do consumidor de crédito deve-se ao fato de que o consumo pode ter mais afinidade com os desejos e necessidades do que propriamente com a vontade de consumir.<sup>111</sup>

Algumas anomalias vividas na realidade brasileira indicam de forma objetiva algumas situações que implicam na manutenção da alta vulnerabilidade do consumidor de crédito no país. Uma delas, conforme aponta Martins da Costa, diz respeito à desinformação sobre a efetiva taxa anual de juros, que muitas vezes é disfarçada ou omitida dos anúncios de crédito, ainda que seja um dado técnico, objetivo e de transparência obrigatória.<sup>112</sup> Outra situação, indicada por Lima e Bertoncello, diz respeito à baixa preocupação na realidade brasileira relativa à prevenção do superendividamento, uma vez que a indústria de crédito ao consumo tem focado exitosamente a clientela de baixa renda, sem demonstrar preocupação com esse comprometimento financeiro.<sup>113</sup>

Situações como essas refletem as consequências da ausência de normas específicas e eficazes na regulação e fiscalização do crédito responsável, e ocasionam em um agravamento das vulnerabilidades dos consumidores diante desse mercado.

#### 4.4 Vulnerabilidade e superendividamento: uma via de mão dupla

A partir das exposições que fundamentam a vulnerabilidade do consumidor, especialmente perante o mercado de crédito, é possível estabelecer algumas relações entre a vulnerabilidade e o superendividamento dos consumidores. Aqui, faz-se notar duas relações: a) a vulnerabilidade do consumidor é causa para o fenômeno do superendividamento. b) a situação de superendividamento é causa para um agravamento das vulnerabilidades.

---

<sup>111</sup> DE LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Tratamento do crédito para consumo na América Latina e superendividamento**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 194.

<sup>112</sup> DA COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 241.

<sup>113</sup> DE LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Tratamento do crédito para consumo na América Latina e superendividamento**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 206.

A primeira afirmação se justifica a partir da observação de que o mercado de consumo se utiliza de uma exploração consciente dessas vulnerabilidades para atrair o consumidor, o que facilita a entrada dos indivíduos na situação de superendividamento. A vulnerabilidade traduzida no conhecimento limitado do consumidor de questões técnicas, jurídicas e econômicas se une às informações duvidosas propagadas pelo marketing agressivo e às pressões exercidas pela sociedade de consumo, e acaba servindo como propulsão com destino ao débito.

A segunda afirmação implica no fato que o consumidor que adentra a condição de superendividamento, torna-se ainda mais vulnerável em razão dos débitos. Aquela vulnerabilidade que já existia pelo seu caráter de consumidor torna-se ainda mais grave a partir do momento em que ele se vê preso no emaranhado de dívidas, que provocam complicações significativas em sua vida financeira e pessoal. O superendividamento não cria a vulnerabilidade, mas provoca um agravamento na situação ao enfraquecer, subjugar e tornar ainda mais dependente o indivíduo consumidor.

## 5 O CONSUMIDOR IDOSO NO MERCADO DE CONSUMO

As transformações sociais ocorridas no Brasil nas últimas décadas fizeram com que o país, que até a década de 60 era conhecido como país jovem, passasse por um notável processo de envelhecimento da população<sup>114</sup>. Junto a essas transformações sociais, os avanços da ciência, da medicina e da tecnologia refletiram na pirâmide etária brasileira através da percepção da redução da taxa de fertilidade no país e do crescimento da expectativa de vida do brasileiro. Esses dados, combinados, ocasionaram uma disparada no número de idosos no Brasil.

Segundo levantamento de dados do IBGE apresentados por Doll e Cavallazzi, o aumento da expectativa de vida do brasileiro, aliada à queda na taxa de fecundidade no país, fizeram com que a população idosa (aquela composta por indivíduos com 60 anos ou mais), que em 1960 correspondia a 4,7% da população, passasse a representar, em 2010, 10,8% dos cidadãos brasileiros.<sup>115</sup>

Ao mesmo tempo em que cresceu numericamente o quantitativo de indivíduos idosos no Brasil, o mercado de consumo passou a dar mais atenção a esse nicho de mercado, afinal, notava-se o crescimento de toda uma classe de potenciais consumidores.

Determinados espaços do mercado de consumo, especialmente aqueles campos ligados à saúde e ao bem-estar, passaram a voltar uma maior atenção a essa parcela de consumidores idosos, muitas vezes aproveitando das fragilidades acrescidas a esse grupo para persuadi-los a partir de publicidades especialmente idealizadas para o estímulo do consumo pelo consumidor idoso.

Paralelamente, o mercado de crédito, que por muito tempo se fechou ao público idoso, notando essa situação, abre as portas para “acolher” essas pessoas, passando a oferecer o crédito que se faria necessário para adquirir os bens que o mercado a eles destina.

### 5.1 O assédio de consumo como fator de risco para o consumidor idoso

---

<sup>114</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento dos idosos**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol. 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT. set./out. 2016.

<sup>115</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento dos idosos**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol. 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT. set./out. 2016.

Existem determinadas situações características do mercado de consumo que apresentam maiores riscos para o consumidor idoso, podendo atuar como verdadeiros propulsores no caminho desse consumidor rumo ao superendividamento.

Entre essas situações estão o assédio de consumo e o fornecimento de crédito não responsável, que, segundo Marques, “constituem, atualmente, um grande problema enfrentado pelo Direito do Consumidor, especialmente em relação ao consumidor idoso.”<sup>116</sup>

O assédio de consumo pode ser descrito como um conjunto de práticas comerciais agressivas, que limitam a liberdade de escolha do consumidor.<sup>117</sup> Esse assédio de consumo é notável em relação aos consumidores idosos, especialmente em relação ao *targetting*, marketing focado em grupos específicos, e geralmente mais vulneráveis, como ocorre com os idosos.

Exemplos disso não faltam, especialmente nos nichos de mercado que mais visam o consumidor idoso como público alvo principal, que são aqueles voltados à saúde e ao bem-estar, campos em que se encontram também as maiores vulnerabilidades do consumidor idoso.

Enxergando essas vulnerabilidades, os agentes econômicos utilizam de estratégias publicitárias muitas vezes enganosas e abusivas para seduzir o consumidor idoso.

Um exemplo de publicidade que favorece o assédio de consumo a esse grupo, é descrito por Luiz Fernando Afonso, que afirma que, nas sociedades de consumo modernas o exagero nos cuidados com a saúde, fomentado pela publicidade ostensiva nesse segmento, substituiu a mera prevenção e tornou a velhice, fase natural da vida, em uma terrível doença a ser evitada.<sup>118</sup> Segundo o autor, “não vivemos mais para atingir a maturidade, vivemos para prevenir, evitar a doença

---

<sup>116</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BARBOSA, Fernanda Nunes. **A proteção dispensada à pessoa idosa pelo direito consumerista é suficiente como uma intervenção reequilibradora?** Civilistica.com. Rio de Janeiro, a. 8, n. 1, 2019. Disponível em: <<http://civilistica.com/a-protecao-dispensada-a-pessoa-idosa/>>. Data de acesso: 26 mar. 2021. p. 3.

<sup>117</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BARBOSA, Fernanda Nunes. **A proteção dispensada à pessoa idosa pelo direito consumerista é suficiente como uma intervenção reequilibradora?** Civilistica.com. Rio de Janeiro, a. 8, n. 1, 2019. Disponível em: <<http://civilistica.com/a-protecao-dispensada-a-pessoa-idosa/>>. Data de acesso: 26 mar. 2021. p. 4.

<sup>118</sup> AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso.** Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013. p. 202.

chamada velhice, retardando o quanto pudermos os seus efeitos.”<sup>119</sup>. Desse modo, nega-se a velhice como fase da vida. A época feliz da maturidade se transforma em terror, angústia e temor.<sup>120</sup>

É a partir da percepção dessa fragilidade que o mercado de medicamentos passa a veicular anúncios publicitários com promessas que transmitem a ideia de cura para supostos males, que na verdade são fases naturais da vida. A publicidade para o consumo nessa área aproveita-se da hipervulnerabilidade do consumidor idoso para incitar o consumo excessivo e equivocado dos medicamentos, induzindo à falsa ideia de que esses produtos poderiam retardar, ou até mesmo impedir, os efeitos naturais do envelhecimento.<sup>121122</sup>

As práticas comerciais abusivas e a exploração das fragilidades do consumidor idoso se configuram como situações de risco para o endividamento. O mercado cria necessidades para o consumidor idoso, e a publicidade faz a sua parte vendendo os ideais e as ilusões que sustentam a tese da importância na obtenção de tais bens de consumo.

Outro mercado em que são notáveis as práticas comerciais abusivas que configuram o assédio de consumo, é o mercado de crédito. Um exemplo palpável disso está nas insistentes ligações para oferta de crédito consignado, que seguem ocorrendo por via telefônica no país.

Conforme se verá, a abertura do mercado de crédito para o consumidor idoso, especialmente a partir da ascensão da modalidade do crédito consignado, trouxe algumas preocupações que refletem a especial fragilidade desses consumidores perante o setor bancário e financeiro.

---

<sup>119</sup> AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013. p. 202.

<sup>120</sup> AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013. p. 205.

<sup>121</sup> AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013. p. 209.

<sup>122</sup> Conforme discorre Luiz Fernando Afonso, a ideia de mercado de consumo medicalizado não se restringe ao comércio de medicamentos, mas pode ser percebido também nas ofertas de alimentos funcionais, espécies de produtos que, segundo a publicidade propagada pelos fornecedores, substituiria os alimentos *in natura*, com qualidades que deteriam o aumento do peso e dos níveis de colesterol, regulariam o intestino, fortaleceriam o sistema imunológico e preveniriam doenças. Desse modo, o mercado busca criar uma narrativa da necessidade e essencialidade da adoção, pelo consumidor idoso, de uma nova dieta, a partir da inserção de alimentos apresentados como “milagrosos” que, assim como os medicamentos, evitariam a chegada do grande mal da velhice.

## 5.2 A abertura do mercado de crédito para o consumidor idoso e o crédito consignado

Ao direcionar o olhar para a situação da pessoa idosa frente ao mercado de crédito, Doll e Cavallazzi percebem que, ao contrário do que ocorre em boa parte dos países, em que os idosos geralmente encontram dificuldades para conseguir contratar crédito em um banco, no Brasil esse crédito não só é facilitado como é estimulado pelos bancos através de estratégias de marketing bastante agressivas para seduzir esse consumidor.<sup>123</sup>

Há uma tendência observada no país nos últimos anos que indica o aumento das ofertas de contratação de crédito voltadas aos consumidores idosos, em especial aos aposentados. Muitas vezes essas ofertas se apresentam através de campanhas publicitárias que prometem crédito fácil e “amigo”, a solução para todos os seus problemas. Cláudia Lima Marques chama atenção para o bombardeio publicitário de crédito fácil para aposentados, afirmando que:

(o bombardeio publicitário de crédito fácil para aposentados) é efetivamente um dado preocupante, pois se permite a inclusão dessa faixa etária no acesso ao crédito, crédito este que, facilitado e descontado em folha, sem qualquer proteção do *reste à vivre*, pode facilmente levar as pessoas de baixa renda, que são a maioria dos aposentados no Brasil, a uma situação de superendividamento e bem rapidamente.<sup>124</sup>

Segundo Doll e Cavallazzi, o assédio do mercado financeiro e de crédito ao consumidor idoso, passa a ocorrer especialmente a partir do advento da Lei 10.820/2003<sup>125</sup>, que permitiu aos aposentados e pensionistas consignar até 30% (posteriormente aumentado para 35%, sendo 5% exclusivo para uso em cartão de

<sup>123</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento dos idosos**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol. 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT. set./out. 2016.

<sup>124</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 304.

<sup>125</sup> BRASIL. **Lei nº. 10.820, de 17 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/10.820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/10.820.htm). Acesso em 13 de abril de 2021.

crédito consignado<sup>126</sup>) da sua aposentadoria para a garantia de pagamento de um crédito.<sup>127</sup>

Em tempos de pandemia (e de toda a crise financeira que assola boa parte dos brasileiros), a margem de crédito consignado recebeu, inclusive, uma autorização para ser aumentada, passando a ser permitido, por tempo determinado, o comprometimento de até 40% da renda pelo crédito consignado, sendo 5% exclusivos para o cartão de crédito consignado. Essa alteração foi feita, primeiramente, pela MP 1.006/2020<sup>128</sup>, posteriormente convertida na Lei nº 14.131/2021<sup>129</sup>, válida até o final de 2021.

Fato é que essa modalidade de crédito atraiu muita atenção dos bancos, afinal, ainda que as taxas de juros aplicadas sejam menores do que as dos empréstimos tradicionais, o banco possui a segurança do adimplemento dos pagamentos que são repassados diretamente pelo INSS, tornando o negócio dos créditos consignados muito lucrativo.<sup>130</sup>

A modalidade do empréstimo consignado foi um sucesso quando surgiu no contexto do mercado brasileiro (através da Lei 10.820/2003), traduzido no empréstimo de mais de 11,5 bilhões de reais, espalhados entre 6,8 milhões de contratos, apenas nos sete primeiros meses de vigência da Lei.<sup>131</sup>

Esse sucesso foi impulsionado por um marketing ostensivo, que, usando personalidades conhecidas do público brasileiro, buscava vender a nova modalidade de crédito para aposentados como um “crédito amigo”, escondendo os seus

---

<sup>126</sup> Conforme alteração promovida pela MP nº 681 de 2015 e, posteriormente, pela Lei nº 13.172 de 2015.

<sup>127</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

<sup>128</sup> BRASIL. **Medida Provisória nº. 1.006, de 1º de outubro de 2020**. Aumenta a margem de crédito consignado dos titulares de benefícios de aposentadoria e pensão do Regime Geral de Previdência Social durante o período da pandemia de covid-19. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv1006.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv1006.htm). Acesso em 13 de abril de 2021.

<sup>129</sup> BRASIL. **Lei nº. 14.131, de 30 de março de 2021**. Dispõe sobre o acréscimo de 5% (cinco por cento) ao percentual máximo para a contratação de operações de crédito com desconto automático em folha de pagamento até 31 de dezembro de 2021; e altera a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Lei/L14131.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14131.htm). Acesso em 13 de abril de 2021.

<sup>130</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

<sup>131</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

problemas e exagerando os seus benefícios. Também se trabalhou muito com o marketing de contato direto, tanto pessoalmente, nas portas das agências bancárias, quanto via telefone.<sup>132</sup>

Doll e Cavallazzi atentam para o fato de que o grande sucesso do crédito consignado não foi capaz de esconder os problemas percebidos desde o princípio. Por essa razão, o INSS precisou formular diversas alterações nas regras para proteger os aposentados e pensionistas. Entre janeiro de 2005 e janeiro de 2008, por exemplo, foram formuladas oito alterações nas normas e regras do empréstimo consignado. Algumas delas, conforme apontam os autores, indicam a tendência dos bancos em abusar da situação dos consumidores, como aquelas relacionadas à não entrega de cópias de contratos, à impressão em letras muito pequenas, entre outras.<sup>133</sup>

Evidente que, para o consumidor, o crédito consignado também apresenta vantagens. Essa modalidade, além de possibilitar a obtenção de crédito a um grupo que, por muito tempo, foi excluído do mercado financeiro, também traz condições mais favoráveis, em relação às taxas de juros, do que os empréstimos tradicionais.

Assim como ocorre com o crédito “tradicional,” portanto, o empréstimo consignado pode ser uma ferramenta útil, que pode ser bem aproveitada por um consumidor que faça um uso atento e calculado, levando em conta os riscos e os custos envolvidos na operação.

É preciso se atentar, porém, que o indivíduo que toma esse empréstimo como aposentado é, em regra, um consumidor hipervulnerável, que, afetado por diversas camadas de vulnerabilidade, negocia com uma instituição financeira a obtenção de uma modalidade de crédito com características peculiares que também agravam o desequilíbrio da relação.

Destaca-se como problemática na oferta de crédito consignado no Brasil a habitual falta de clareza e de precisão nas informações que são passadas ao consumidor contratante. É frequente a utilização de ofertas prometendo ao aposentado um crédito fácil, a juros baixos e sem consulta ao Serasa.

---

<sup>132</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso.** In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

<sup>133</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso.** In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

Muitas vezes essas ofertas surpreendem o consumidor direto no caixa eletrônico, sendo possível a contratação a partir de poucos cliques, o que expõe mais uma fragilidade de muitos consumidores idosos, relativa à carência de conhecimento tecnológico, o que pode gerar situações de confusão com o uso de caixas eletrônicos e, principalmente, de modalidades de *internet banking*.

Além disso, a concretização das contratações de empréstimos consignados é feita por contratos de adesão, que, conforme já explicado, deixa o consumidor de mãos atadas quanto à pretensão negocial.

O risco de superendividamento do consumidor idoso a partir do crédito consignado é uma realidade. As instituições financeiras, muitas vezes, deixam de lado a ideia de crédito responsável, e exageram nas ofertas e no assédio para a contratação dessa modalidade de empréstimo. Nos termos de Carpena e Cavallazzi, “se o crédito é ‘fácil’, o endividamento também o será”.<sup>134</sup>

O acesso facilitado e sem burocracias, ainda que tenha um lado positivo, pode acabar concedendo empréstimos a consumidores que mal refletiram sobre o assunto. Os consumidores, dotados de diversas vulnerabilidades, muitas vezes não entendem o verdadeiro impacto financeiro daquele contrato que está sendo firmado, e se assustam ao perceber a queda nos seus rendimentos e na sua capacidade de compra.

Uma pesquisa realizada pelo Procon de São Paulo e o Grupo de Pesquisa “Educação e Envelhecimento”, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul<sup>135</sup>, com a participação de 215 pessoas idosas nesses dois estados, apontou algumas das principais razões que levam o consumidor aposentado a contratar um empréstimo consignado. As principais razões apontadas no estudo foram, nessa ordem: ajuda aos familiares, reforma da casa, pagamento de outras dívidas, problemas de saúde e necessidades básicas.<sup>136</sup>

A primeira dessas razões, que diz respeito à aquisição de crédito consignado para ajudar a família, guarda relação com o fato de que muitas famílias brasileiras

---

<sup>134</sup> CARPENA, Heloisa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação.** In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006. p. 328.

<sup>135</sup> Projeto de pesquisa “O idoso frente ao empréstimo consignado: implicações educacionais”, realizado sob coordenação de Johannes Doll na UFRGS.

<sup>136</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso.** In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

possuem um idoso como “chefe de família”.<sup>137</sup> Para muitas famílias, o maior provedor da casa é um indivíduo idoso, que auxilia no sustento de filhos ou netos. É cultural o pensamento de que o idoso serve apenas para dar sustento aos que dele dependem, deixando de lado os desejos do próprio indivíduo idoso.<sup>138</sup>

Também chama a atenção a quantidade de idosos que contratam o crédito consignado para efetuar o pagamento de outras dívidas. Ainda que o raciocínio possa fazer lógica, já que o crédito consignado apresenta taxas mais favoráveis ao devedor, ele tende a demonstrar que o consumidor já se encontra em um círculo vicioso, e é um forte indicador de que já há um superendividamento por parte desses indivíduos.<sup>139</sup>

Já a quantidade de indivíduos que recorrem ao crédito consignado para arcar com necessidades básicas e despesas cotidianas, expõe um grande problema, à medida que, após a contratação do crédito, esse consumidor terá uma renda fixa ainda menor, em razão dos descontos do empréstimo. Se antes esse consumidor já se encontrava com dificuldade para arcar com suas despesas básicas, depois do empréstimo, especialmente se não houver planejamento, pode ficar ainda mais difícil.

A partir do reconhecimento dessa abertura do mercado de crédito aos consumidores idosos, e tendo em vista as reflexões acerca das diversas camadas de vulnerabilidades aplicadas a esses indivíduos, é possível compreender a implicação de existência de uma tendência do consumidor idoso ao superendividamento, no cenário atual.

Apesar da carência de dados relativos a um perfil do superendividado no Brasil, alguns estudos empíricos como o realizado por Cláudia Lima Marques, a partir de 6.165 casos levantados em cinco anos (2007-2012) do projeto-piloto de conciliação em bloco em matéria de superendividamento em Porto Alegre, demonstram que essa preocupação é razoável. A pesquisadora nota que os idosos representavam 18,6%

---

<sup>137</sup> AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013. p. 37.

<sup>138</sup> CHAGAS, Rebecca Lorena de Sousa; SANTANA, Héctor Valverde. **Crédito consignado e o superendividamento do consumidor idoso**. In: Revista Jurídica ESMP-SP, vol. 16. p. 212-231. 2018. p. 222.

<sup>139</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

do total de consumidores analisados pelo estudo, um número maior do que o percentual de idosos na população em geral.<sup>140</sup>

É preciso garantir a proteção efetiva desse grupo de consumidores. As normas previstas no CDC, ainda que importantes para o contexto do consumidor no Brasil, não possui um tratamento específico sobre o superendividamento ou dispositivos importantes para a proteção do consumidor idoso nesse setor.

Conforme se verá, o Projeto de Lei 3515/15, que visa regulamentar o tratamento do superendividamento do consumidor no Brasil, dá uma atenção especial à questão do crédito consignado, e também à questão da informação adequada ao consumidor. Essas preocupações demonstram, ainda que não expressamente, que o Projeto de Lei se atenta às preocupações atinentes às vulnerabilidades do consumidor idoso, e tem o potencial de criar disposições que auxiliem na proteção desse grupo de consumidores.

---

<sup>140</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Conciliação em matéria de superendividamento dos consumidores: principais resultados de um estudo empírico de 5 anos em Porto Alegre.** Disponível em: <https://www.enfam.jus.br/wp-content/uploads/2020/05/11-Artigo-CLM-Coimbraconciliacao06fimenv-4.1.pdf>. Acesso em: 12 de abril de 2021.

## 6 O PL 3515/15

O superendividamento se trata de um fenômeno social que repercute para além do próprio indivíduo, gerando impactos econômicos e sociais, o que despertou a necessidade de se garantir um tratamento jurídico atual e adequado à mitigação ou até mesmo à superação dessas situações geradoras da camada de vulnerabilidade decorrente do superendividamento.

No caso brasileiro, apesar da relevância do tema, o superendividamento ainda não encontra um tratamento adequado no Direito positivo. O que há é um Projeto de Lei nascido no Senado e que hoje tramita na Câmara dos Deputados, pronta para pauta no Plenário.

Conforme exposto neste trabalho, a urgente necessidade de criação de legislação específica para a repressão do fenômeno do superendividamento foi apontada nos últimos anos por diversos doutrinadores e estudiosos do Direito do Consumidor no Brasil, como Cláudia Lima Marques<sup>141</sup>, Clarissa Costa de Lima<sup>142</sup>, Rosângela Cavallazzi<sup>143</sup>, entre muitos outros.

A importância de uma legislação que garanta uma maior atenção para o fenômeno social, jurídico e econômico do superendividamento, torna-se ainda maior tendo em vista a realidade socioeconômica do Brasil, um país de economia emergente marcado pela desigualdade.

José Reinaldo de Lima Lopes<sup>144</sup>, já em 1996 chamava a atenção para o fato de que os quadros de superendividamento em um país emergente, como o Brasil, que já apresentava àquela época um enorme abismo social, onde os 50% mais pobres da

---

<sup>141</sup> MARQUES, Cláudia Lima; PFEIFFER, Roberto Castellanos. **Superendividamento dos consumidores:** Vacina é o PL 3.515 de 2015. Disponível em: [http://www.escoladaajuris.org.br/observatorio/images/ConJur\\_-\\_Superendividamento\\_dos\\_consumidores\\_\\_Vacina\\_%C3%A9\\_o\\_PL\\_3.515\\_de\\_2015.pdf](http://www.escoladaajuris.org.br/observatorio/images/ConJur_-_Superendividamento_dos_consumidores__Vacina_%C3%A9_o_PL_3.515_de_2015.pdf). Acesso em: 01 de abril de 2021.

<sup>142</sup> LIMA, Clarissa Costa de; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Prevenção do superendividamento deve reunir toda a sociedade.** 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jun-03/garantias-consumo-prevencao-superendividamento-reunir-toda-sociedade>. Acesso em: 05 de abril de 2021.

<sup>143</sup> LIMA, Clarissa Costa de; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Prevenção do superendividamento deve reunir toda a sociedade.** 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jun-03/garantias-consumo-prevencao-superendividamento-reunir-toda-sociedade>. Acesso em: 05 de abril de 2021.

<sup>144</sup> LOPES, José Reinaldo de Lima. **Crédito ao consumidor e superendividamento:** uma problemática geral. Revista de Informação Legislativa. vol 129. ano 33. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas. 1996.

população detinham apenas 12% da renda nacional<sup>145</sup>, era absolutamente dramático.<sup>146</sup>

Em um país como o Brasil, há toda uma classe de pessoas para as quais o crédito se faz necessário para possibilitar (ou ao menos facilitar) o acesso aos bens de consumo mais essenciais para a vida digna, como geladeiras, fogões e eletrodomésticos em geral.<sup>147</sup>

Sob esse contexto, é possível observar a enorme relevância de se pensar em soluções adequadas para a questão do endividamento do consumidor, considerando todos os reflexos sociais que delas podem advir. Nesse sentido, destaca-se o exemplo francês, cuja legislação leva em conta que, na atualidade, o tratamento do consumidor superendividado é um imperativo nacional de luta contra as exclusões sociais.<sup>148</sup> No que tange ao tratamento do superendividamento, o regime francês seguiu evoluindo com base em análises constante dos seus efeitos na esfera social e econômica.<sup>149</sup>

Nota-se, portanto, o atraso em que o Brasil se encontra no que diz respeito à legislação específica voltada ao consumo de crédito e ao controle do superendividamento. O *Bankruptcy Code*, dos Estados Unidos, é datado de 1978, mesmo ano que surgiu, na França, a *Loi Scrivener I*, com um olhar específico sobre o crédito para consumo. No Brasil, porém, nenhuma proposta passou por todos os trâmites do processo legislativo até o momento, demonstrando que o país já se encontra algumas décadas atrasado na discussão acerca do tratamento adequado ao fenômeno do superendividamento.

Na ausência de legislação específica para tratar do superendividamento, o consumidor em débito pode buscar amparo no CDC.

Ao contrário do Direito francês, que prevê tratamento específico à situação do crédito para consumo através de lei própria, o CDC não dedica especial atenção a

---

<sup>145</sup> Números relativos a 1990, vide LOPES (1996).

<sup>146</sup> E segue sendo dramático. Em 2018, o rendimento médio mensal do 1% mais rico da população foi de 27.744 reais, enquanto o rendimento médio dos 50% mais pobres foi de 820 reais, conforme dados do IBGE. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/economia/desigualdade-recorde-1-mais-rico-tem-33-vezes-mais-que-50-mais-pobre/>. Acesso em 13 de abril de 2021.

<sup>147</sup> DA COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 232.

<sup>148</sup> DA COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 233.

<sup>149</sup> DA COSTA, Geraldo de Faria Martins. **Superendividamento: solidariedade e boa-fé**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 235.

esse tema. Apesar disso, o Código inclui as atividades de natureza bancária, financeira ou de crédito dentro do conceito de “serviço de consumo”.<sup>150</sup>

Sendo assim, fica expresso o entendimento da legislação no sentido de considerar a relação de crédito, bem como as demais relações bancárias e financeiras, como relação de consumo, submetendo-as às regras do CDC.

Desse modo, o consumidor superendividado pode buscar soluções para a sua condição por vias judiciais ou extrajudiciais a partir dos dispositivos já inclusos no CDC, especialmente através dos princípios da boa-fé e da solidariedade. Apesar disso, a doutrina e os institutos de defesa do consumidor<sup>151</sup> afirmam constantemente a necessidade de regulamentação do fenômeno através de normas específicas. Nesse sentido, Cláudia Lima Marques indica a insuficiência do CDC em tratar da questão do superendividamento sem uma legislação específica que acompanhasse o fenômeno da expansão do crédito:

O desafio proposto pela expansão do crédito ao consumo, sem uma legislação forte que acompanhasse essa massificação, a não ser o Código de Defesa do Consumidor e o princípio geral de boa-fé, criou uma profunda crise de solvência e confiança no País, não só na classe média, como nas classes mais baixas, de um lado, aumentando fortemente os lucros dos bancos e promovendo a inclusão no sistema bancário de milhões de aposentados e consumidores de baixa renda, mas de outro multiplicando as ações individuais de pessoas físicas endividadas, em especial as revisionais no Judiciário, muitas sem sucesso, aumentando o risco e como um todo a conflitualidade e os abusos nas relações de crédito, multiplicando as reclamações nos órgãos de defesa dos consumidores e associações, e o sentimento de impunidade e insatisfação com o sistema financeiro e com o direito do consumidor.<sup>152</sup>

A despeito de ainda seguir sem aprovação qualquer Projeto de Lei que institua de forma concreta um plano de tratamento do superendividamento no Brasil, alguns locais no Brasil já realizam experiências de conciliação para essa matéria. Esses projetos de conciliação reúnem os devedores com os seus respectivos credores na intenção de repactuar os termos da dívida, podendo usar para isso as disposições do CDC, além da Constituição Federal.

<sup>150</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Tratamento do crédito para consumo na América Latina e superendividamento**. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 195.

<sup>151</sup> Institutos de defesa do Consumidor como o IDEC e a BRASILCON advogam em favor da aprovação do Projeto de Lei 3515/15.

<sup>152</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 263-264.

O principal destaque nesse quesito é o projeto-piloto criado em Porto Alegre, pelas professoras Clarissa Costa de Lima e Karen Rick Danilevicz Bertoncetto<sup>153</sup>. Com o sucesso da iniciativa, inclusive com o apoio de credores e instituições financeiras, e a grande repercussão na mídia, o projeto incentivou a criação de diversos outros programas de conciliação em bloco dos consumidores superendividados em todo o Rio Grande do Sul, no Paraná, em São Paulo, em Pernambuco, na Paraíba, no Distrito Federal e em cidades como Uberlândia/MG.<sup>154</sup>

Essas experiências de conciliação em matéria de superendividamento surgiram como um método para tratar de maneira específica os conflitos causados pelo superendividamento, ainda que sob a luz das normas vigentes. Esse modelo de conciliação acabou se tornando uma importante influência para a elaboração do modelo de tratamento do superendividamento no Projeto de Lei 3515/15.

## 6.1 Surgimento e estado atual do Projeto de Lei

O Projeto de Lei 3515/15 (anteriormente PL 283/2012) foi elaborado com o objetivo de modificar o Código de Defesa do Consumidor para otimizar o tratamento relativo ao consumo de crédito e incluir disposições específicas para regulamentar a prevenção do superendividamento e o tratamento ao superendividado. O Projeto de Lei também busca acrescentar um parágrafo ao art. 96 do Estatuto do Idoso.

O anteprojeto de Lei foi resultado de um amplo estudo elaborado por uma comissão de especialistas em Direito do Consumidor enviado ao Senado em 2012. Aprovado por unanimidade no Senado, o Projeto de Lei ainda aguarda votação na Câmara de Deputados, sem previsão de data, apesar da pressão exercida por órgãos de defesa do consumidor, como o IDEC e o BRASILCON, pela votação do PL em caráter de urgência.

## 6.2 Um modelo brasileiro de tratamento do superendividamento

---

<sup>153</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Conciliação em matéria de superendividamento dos consumidores: Principais resultados de um estudo empírico de 5 anos em Porto Alegre.** p. 3. Disponível em: <https://www.enfam.jus.br/wp-content/uploads/2020/05/11-Artigo-CLM-Coimbraconciliacao6fimenv-4.1.pdf>. Acesso em 07 de março de 2021.

<sup>154</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Conciliação em matéria de superendividamento dos consumidores: Principais resultados de um estudo empírico de 5 anos em Porto Alegre.** p. 3. Disponível em: <https://www.enfam.jus.br/wp-content/uploads/2020/05/11-Artigo-CLM-Coimbraconciliacao6fimenv-4.1.pdf>. Acesso em 07 de março de 2021.

Conforme já exposto, existem diferentes modelos legais de tratamento do superendividamento no mundo, com destaque para o modelo americano de *fresh start* e o modelo francês de reeducação financeira. O PL 3515/15, portanto, surge com a pretensão de estabelecer um modelo brasileiro de tratamento do superendividamento.

Para a criação de um modelo nacional, foi preciso se basear em dados do contexto social brasileiro e na observação empírica dos resultados alcançados tanto pelos modelos de tratamento existentes em outros países, quanto nos projetos realizados no Brasil de conciliação em matéria de superendividamento.

Ao realizar a leitura do PL 3515/15, é possível perceber claramente que o modelo ali proposto possui forte influência do modelo francês de tratamento do superendividamento. Essa influência é refletida na finalidade expressa do PL em fomentar a reeducação financeira do consumidor brasileiro como forma de prevenção do superendividamento e também nas soluções práticas de repactuação dos planos de pagamentos como forma de tratamento à situação do consumidor superendividado.

Também é notável a importância da observação dos projetos nacionais de conciliação em matéria de superendividamento, já que é através de uma tratativa conciliatória que se pretende repactuar as dívidas e remediar a condição do consumidor.

Alguns pontos fundamentais do modelo de prevenção e de tratamento proposto pelo Projeto de Lei podem demonstrar essas similaridades com o modelo europeu e mostrar, também, como eles se relacionam com os princípios já consolidados no Direito do Consumidor brasileiro, evidenciando as adequações do Projeto à realidade social brasileira e ao ordenamento jurídico nacional.

### 6.2.1 Boa-fé

O Projeto de Lei 3515/15 define o superendividamento como “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.”<sup>155</sup>

---

<sup>155</sup> BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3515 de 2015**. Altera 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

Nota-se que a definição adotada pelo Projeto de Lei é bastante similar àquela proposta por Cláudia Lima Marques. Conforme já discorrido neste trabalho, a definição legal utilizada para enquadrar o superendividamento é uma questão de grande importância.

A definição escolhida para o texto da proposta, mais uma vez sob clara influência da Lei francesa, inclui, portanto, o requisito da boa-fé para qualificar uma situação de superendividamento.

A exigência de boa-fé para a qualificação do superendividado é, ainda, reforçada, no PL, pela inclusão do parágrafo 3º no art. 54-A do CDC alterado, que traria que não se aplicam as suas disposições 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.

Essas disposições visam trazer uma maior segurança jurídica para o lado do fornecedor, inviabilizando o uso da lei para configuração de fraude e a proteção de consumidores que tenham adquirido as dívidas com finalidade desonesta.

A definição legal contendo a exigência de boa-fé do consumidor tende a privilegiar aqueles atingidos pelo superendividamento passivo, ou seja, os sujeitos cuja causa do superendividamento adveio de situações imprevisíveis ou inesperadas, como o desemprego, a doença, o divórcio, entre outros fatores, que, conforme já pontuado, são a grande maioria dos superendividados no Brasil.

### **6.2.2 Mínimo existencial**

Também merece especial atenção o cuidado que o PL 3515/15 tem para buscar garantir a proteção e a manutenção do mínimo existencial para o indivíduo consumidor.

Novamente, é evidenciada a influência da legislação francesa na formulação do PL. O *reste à vivre* é, no Direito francês, condição básica e central no tratamento do superendividamento.

Ao dispor sobre o tratamento do superendividamento, o PL estabelece expressamente que os planos de pagamentos acordados nas audiências de

---

prevenção e o tratamento do superendividamento. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>. Acesso em: 13 de abril de 2021.

conciliação entre devedor e credores devem garantir a manutenção do mínimo existencial. Isso significa dizer que o PL torna explícito o impedimento legal de um comprometimento da renda do consumidor que extrapole o mínimo necessário ao consumidor para que seja possível manter uma vida digna para ele e para sua família.

Essa preocupação é observada, também, nas prescrições que indicam a necessidade de o credor fazer uma avaliação prévia da condição financeira e da condição de endividamento do consumidor com o qual negocia, firmando uma responsabilidade pré-contratual do credor de também se atentar a essas questões.

O mínimo existencial, que, pode-se dizer, é o núcleo material do princípio da dignidade da pessoa humana<sup>156</sup>, é o conjunto de direitos fundamentais absolutamente indispensáveis para a garantia de uma vida digna. Isso inclui, para o consumidor, conforme demonstra o PL, a preservação de uma renda mínima que compreenda a possibilidade de manutenção de subsistência e de aquisição de bens que tornem possível essa vida digna.

A preservação do mínimo existencial a partir do PL 3515/15 se apresenta como norma de restrição à autonomia da vontade baseada na necessária proteção da parte mais fraca. Nesse sentido:

Para tornar efetiva a previsão constitucional de proteção ao consumidor, sobretudo com a proteção do conteúdo essencial dos direitos fundamentais, é possível impor restrições à autonomia da vontade das partes, desde que seja para garantir o mínimo existencial. Ainda mais quando tratamos de relação contratual já reconhecida pelo ordenamento jurídico como desequilibrada.<sup>157</sup>

Nota-se, portanto, que as disposições do Projeto de Lei demonstram a preocupação efetiva com a situação do indivíduo consumidor superendividado, cuja dignidade é retirada pelo comprometimento quase total de suas fontes de renda.

### **6.3 Prevenção e tratamento do superendividamento no PL 3515/15**

---

<sup>156</sup> GONÇALVES, Geyson. **O superendividamento e o mínimo existencial**: uma abordagem garantista. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2016. p. 121.

<sup>157</sup> GONÇALVES, Geyson. **O superendividamento e o mínimo existencial**: uma abordagem garantista. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2016. p. 105.

É possível perceber que o PL 3515/15 busca o combate ao superendividamento através da utilização de duas frentes: a prevenção e o tratamento.

O Projeto apresenta, primeiramente, normas que buscam possibilitar uma efetiva prevenção do superendividamento do consumidor. As normas de prevenção propostas estão intimamente ligadas à ideia de informação (clara, correta e adequada) ao consumidor.

Em seguida, o Projeto apresenta as normas que estabelecem de fato os procedimentos para a resolução e o tratamento da situação prática de superendividamento.

### **6.3.1 Prevenção a partir da informação de qualidade**

Mostrando mais uma vez a influência do modelo francês de tratamento, o PL 3515/15 demonstra grande preocupação com a reeducação dos consumidores. O projeto não se limita a elaborar um plano prático de tratamento para a situação do consumidor superendividado, mas pretende a criação de um sistema que vise, também, através da informação, prevenir o superendividamento e promover a educação financeira dos consumidores de modo geral.

É por isso que o Projeto de Lei prevê a inclusão de um novo princípio expresso ao art. 4º do CDC: o “fomento de ações visando à educação financeira e ambiental dos consumidores”.

O PL estabelece uma forte ligação entre a prevenção do superendividamento e o princípio da informação. O Projeto de Lei busca garantir maior proteção ao consumidor de crédito ao fornecer não apenas uma quantidade maior de informações, mas que essa informação seja pautada por predicados elementares capazes de garantir que ela alcançará o seu objetivo. Busca, também, coibir a prática da publicidade abusiva, com novas vedações expressas.

As principais disposições objetivas de prevenção do superendividamento aparecem na criação de um novo capítulo específico no CDC: “Da prevenção e do tratamento do superendividamento”.

A prevenção, nesse capítulo, estabelece obrigações objetivas de informações que devem ser passadas pelos fornecedores para o fechamento de qualquer contratação de crédito, como o custo efetivo total, a descrição dos elementos que compõe esse crédito e a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa de juros de

mora e o total de encargos previstos para o atraso no pagamento. Essas informações devem constar de forma clara no próprio contrato, na fatura e em instrumento de fácil acesso ao consumidor.<sup>158</sup>

O PL também estabelece vedações expressas para a publicidade de crédito, visando proibir a publicidade abusiva e enganosa. São algumas das proibições expressas a referência ao crédito “gratuito” ou “sem juros”, a indicação de conclusão da operação sem consulta a serviços de proteção ao crédito (o famoso “crédito sem consulta ao Serasa”) e o assédio de consumo por meio eletrônico ou por telefone, especialmente em se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada.<sup>159</sup>

O Projeto ainda estabelece obrigações pré-contratuais ao fornecedor, no sentido de informar e esclarecer o consumidor com base em suas condições específicas sobre todos os custos incidentes e sobre as consequências do inadimplemento e, ainda, avaliar a capacidade e as condições do consumidor em pagar a dívida contratada, com base em documentação requerida e em consulta a bancos de dados.<sup>160</sup>

Outro artigo muito importante do Projeto prevê condições para a modalidade de empréstimo consignado. O PL concretiza no CDC a fixação de um limite de 30% da remuneração do consumidor para os pagamentos de dívidas dessa natureza. Esse limite é referente à soma de todos os empréstimos dessa modalidade adquiridos pelo consumidor, e não para cada empréstimo ou cada instituição.<sup>161</sup>

Percebe-se, portanto, que fica determinada a observância de obrigações contratuais e pré-contratuais por parte do fornecedor, e estabelece critérios objetivos relativos aos deveres de informação, de publicidade responsável e de análise prévia do comprometimento de renda do consumidor. O descumprimento dessas obrigações pode acarretar na revisão judicial da obrigação contratual, além de poder causar outros prejuízos e sanções de natureza indenizatória ao fornecedor.<sup>162</sup>

A decisão pela prevenção passando pela informação ao consumidor mostra-se bastante acertada, afinal, quanto melhor informado (mais esclarecido e devidamente

---

<sup>158</sup> Conforme art. 54-B e seguintes da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>159</sup> Conforme art. 54-C e seguintes da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>160</sup> Conforme art. 54-D e seguintes da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>161</sup> Conforme art. 54-E e seguintes da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>162</sup> Conforme parágrafo único do art. 54-D da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

advertido) for o consumidor mais se reduzem as vulnerabilidades e melhor se previne o superendividamento.

### 6.3.2 O tratamento a partir da conciliação

Para além das disposições de prevenção do superendividamento, o Projeto de Lei também busca regulamentar um tratamento específico para a situação do consumidor superendividado.

É por esse motivo que Marques e Pfeiffer dizem que o PL 3515/15 é, ao mesmo tempo, a vacina (prevenção) e o remédio (tratamento) para o superendividamento do consumidor.<sup>163</sup>

O modelo de tratamento do superendividamento adotado pelo PL 3515/15 tem como centro a realização de audiências conciliatórias entre o devedor e os credores, a fim de elaborar um plano de repactuação das dívidas. Para dispor sobre isso, seria adicionado ao CDC um novo capítulo: “Da conciliação no superendividamento”.

A partir do Art. 104-A, o CDC reformado pelo PL traria as disposições específicas da conciliação para tratamento da situação do superendividado. Nesse capítulo é possível perceber, além da influência do modelo europeu de tratamento a partir de um plano de repactuação das dívidas em médio prazo, a influência do sucesso dos projetos de conciliação em matéria de superendividamento realizados em Tribunais brasileiros.

Conforme a proposta, o consumidor superendividado poderá requerer a instauração de um processo de repactuação das dívidas, com a subsequente realização de uma audiência conciliatória presidida pelo juiz ou por conciliador credenciado e na presença de todos os credores.<sup>164</sup>

Nessa audiência deverá ser apresentada pelo consumidor uma proposta de plano de pagamento com prazo de até cinco anos, preservados o mínimo existencial e as garantias e formas de pagamento originalmente pactuadas.<sup>165</sup>

<sup>163</sup> MARQUES, Cláudia Lima; PFEIFFER, Roberto Castellanos. **Superendividamento dos consumidores: Vacina é o PL 3.515 de 2015.** Disponível em: [http://www.escoladaajuris.org.br/observatorio/images/ConJur\\_-\\_Superendividamento\\_dos\\_consumidores\\_\\_Vacina\\_%C3%A9\\_o\\_PL\\_3.515\\_de\\_2015.pdf](http://www.escoladaajuris.org.br/observatorio/images/ConJur_-_Superendividamento_dos_consumidores__Vacina_%C3%A9_o_PL_3.515_de_2015.pdf). Acesso em: 01 de abril de 2021. p. 3.

<sup>164</sup> Conforme art. 104-A da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>165</sup> Conforme art. 104-A da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

É possível notar como algumas das preocupações do legislador pátrio se assemelham às do legislador europeu. O Projeto procura uma solução que viabilize a repactuação da dívida de modo a possibilitar ao devedor um retorno à dignidade, garantido o seu mínimo existencial, ao mesmo tempo que também proteja as disposições contratuais firmadas, onde for possível.

A proposta ainda exclui do processo de repactuação as dívidas de natureza alimentar, fiscais, parafiscais e aquelas oriundas de contratos celebrados dolosamente sem o propósito de realizar pagamento, bem como as dívidas oriundas dos contratos de crédito com garantia real, dos financiamentos imobiliários e dos contratos de crédito rural.<sup>166</sup>

Nota-se, portanto, mais uma vez, a preocupação do legislador em beneficiar o consumidor de boa-fé, proibindo expressamente a inclusão de dívidas obtidas com objetivos fraudulentos no plano de renegociação. Além disso a norma protegeria dívidas de determinadas naturezas, como a alimentar, que constitui direito fundamental de outrem, além de proteger determinadas modalidades de crédito, o que pode minimizar a resistência do setor financeiro.

O acordo firmado na audiência conciliatória poderá prever: medidas de dilação dos prazos e redução dos encargos das dívidas, entre outras que facilitem o pagamento por parte do devedor; referência à suspensão ou extinção das ações judiciais em curso; data para a exclusão do consumidor dos bancos de dados de cadastros de inadimplentes; e a condição de seus efeitos à abstenção do consumidor de atos que agravem a sua condição de superendividamento.<sup>167</sup>

Nota-se que a norma possibilita, no acordo, a inclusão de cláusulas que protejam ambas as partes. Enquanto o consumidor, além de poder repactuar prazos e encargos, pode se ver livre de processos judiciais e, eventualmente, do banco de dados de inadimplentes, o fornecedor pode requerer uma condicionante que fará com que o consumidor se resguarde financeiramente e busque o adimplemento o mais rápido possível.

Por fim, a sentença judicial que homologa o acordo firmado em conciliação e descreve o plano de repactuação das dívidas tem eficácia de título executivo e força de coisa julgada.<sup>168</sup>

---

<sup>166</sup> Conforme §1º do art. 104-A da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>167</sup> Conforme os incisos do §4º do art. 104-A da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

<sup>168</sup> Conforme §3º do art. 104-A da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

Na hipótese de não ser firmado acordo na fase conciliatória em relação a quaisquer credores, o juiz deverá, a requerimento do consumidor, instaurar processo para revisão e repactuação das dívidas remanescentes através de plano judicial compulsório, garantidas as vozes de ambas as partes no processo e a observância do caso concreto. O plano judicial compulsório garante ao credor, no mínimo, o valor principal acrescido de correções monetárias.<sup>169</sup>

Observa-se, portanto, que o PL 3515/15 apresenta duas vertentes de combate ao fenômeno do superendividamento. Em um primeiro momento visa a prevenção através da reeducação financeira do consumidor e da exigência dos deveres de informação por parte dos fornecedores. Em um segundo momento, busca regular efetivamente um tratamento específico, oficial e unificado para o fenômeno do superendividamento.

Diante de tudo isso, o Projeto mostra-se bastante coerente e atento às tendências do Direito estrangeiro e, principalmente, ao sucesso dos modelos já adotados no Brasil, se atentando também à melhor adequação aos princípios que orientam o microssistema de proteção ao consumidor no Brasil.

#### **6.4 O PL 3515/15 e a proteção do consumidor idoso**

O PL 3515/15 tem como premissa básica a efetivação de um plano de prevenção e tratamento do superendividamento que possibilite a criação de uma espécie de recuperação financeira do consumidor.

Com isso, o Projeto tem a potencialidade de ajudar não só os milhões de consumidores brasileiros que se encontram hoje em situação de superendividamento, como todos os demais consumidores que podem vir a adentrar nessa condição.

Ainda que sirva para atingir uma totalidade de indivíduos consumidores, é possível perceber que ele possui uma grande vocação para efetivar uma importante proteção a um grupo específico, que é o dos consumidores idosos.

Conforme já demonstrado neste trabalho, há uma forte preocupação do Direito brasileiro, de um modo geral, com a proteção do idoso. Preocupação que é reforçada no Direito dos Consumidores.

---

<sup>169</sup> Conforme §4º do art. 104-B da proposta de alteração do CDC pelo PL 3515/15.

Ocorre que, nem sempre, os princípios e normas vigentes na legislação brasileira, ou observadas nas demais fontes de Direito, são suficientes para garantir a efetiva proteção desse grupo de indivíduos. Isso pode ser observado, especialmente, quando há em tela novos direitos ou novas tendências jurídicas, ou, ainda, quando observa-se o surgimento de determinados fenômenos sociais ou de consequências de inovações tecnológicas e culturais.

Para Cláudia Lima Marques, o conjunto normativo atual não é suficiente para garantir a efetiva proteção do consumidor idoso frente à sociedade de consumo. Por essa razão, a autora indica a necessidade de criação de políticas públicas e de uma atualização no CDC a fim de regular temas importantes, como o superendividamento.

À pergunta, no entanto, se o conjunto normativo atual já se mostra suficiente para uma efetiva proteção do consumidor idoso no mercado contemporâneo da oferta, em que a catividade, a dependência, o analfabetismo (inclusive o digital) e o assédio de consumo constituem importantes entraves ao reequilíbrio de forças na relação consumidor-fornecedor, não se pode responder de modo afirmativo. Enquanto políticas públicas efetivas não forem implantadas e a atualização do Código de Defesa do Consumidor não for aprovada, ingressando com força no ordenamento jurídico brasileiro para incluir temas importantes como a proteção do consumidor frente ao comércio eletrônico e ao superendividamento, a tutela do idoso continuará insuficiente.<sup>170</sup>

As disposições do CDC (muitas delas principiológicas) que visam resguardar e proteger todos os consumidores, sem um foco portanto no consumidor idoso, não se mostram adequadas, ou ao menos suficientes, para enfrentar determinadas situações práticas, nas quais os direitos desses indivíduos se veem ameaçados pela ausência de dispositivos objetivos e específicos para essas situações.

No caso do consumo de crédito, nota-se que a legislação não acompanhou as tendências da sua expansão. Apesar das diversas transformações ocorridas no contexto do consumo de crédito nas últimas décadas, inclusive em relação à rápida e notória entrada dos consumidores idosos nesse mercado, a atuação do Direito seguiu restrita às disposições do CDC, que não foram elaboradas para atender especificamente a essa realidade.

Diante desse contexto, percebe-se que é preciso regulamentar as questões advindas da expansão de crédito no país, e, de igual modo, é preciso que esse

---

<sup>170</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BARBOSA, Fernanda Nunes. **A proteção dispensada à pessoa idosa pelo direito consumerista é suficiente como uma intervenção reequilibradora?** *Civilistica.com*. Rio de Janeiro, a. 8, n. 1, 2019. Disponível em: <<http://civilistica.com/a-protecao-dispensada-a-pessoa-idosa/>>. Data de acesso: 26 mar. 2021. p. 23.

regulamento garanta uma real e efetiva proteção ao grupo de consumidores idosos e hipervulneráveis.

A partir dessa perspectiva é possível vislumbrar o PL 3515/15 como um potencial diploma jurídico que não apenas estabelecerá uma inovação no contexto do tratamento do superendividamento, mas também como um dispositivo que, se aprovado, poderá garantir uma maior eficácia na proteção de sujeitos hipervulneráveis no mercado de crédito.

A efetivação da proteção do consumidor idoso em face ao mercado de crédito a partir do PL 3515/15 pode ser percebida em todo o sistema proposto pelo Projeto de Lei, desde a prevenção até o tratamento do superendividamento, podendo ser especialmente notada, também, nos tópicos que tratam especificamente do crédito consignado.

A partir das normas de prevenção do superendividamento, o legislador tenta mitigar alguns dos principais problemas que são apontados como agravantes da situação do idoso como consumidor de crédito, que são a falta de clareza nas informações e as propagandas enganosas.

Em suma, toda aquela prevenção do superendividamento a partir do princípio da informação, dissecada em tópico anterior, se apresenta como um avanço para a proteção dos consumidores hipervulneráveis que muitas vezes veem ignorado o seu direito de ser (bem) informado.

As normas já citadas que impõe a obrigatoriedade de exposição clara de determinadas informações objetivas (custo efetivo total; descrição dos elementos que compõe o crédito; a taxa efetiva mensal de juros; taxa de juros de mora; entre outros) garantem uma maior facilidade de acesso às informações pelo consumidor idoso, a quem a compreensão adequada dos termos pode se mostrar mais difícil em razão da sua hipervulnerabilidade.

Além disso, no art. 54-D, o PL prescreve que, previamente à contratação, o fornecedor deverá informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerando sua idade, saúde, conhecimento e condição social, sobre a natureza e os custos do crédito e avaliar a capacidade do consumidor de pagar a dívida contratada.

Nesse sentido, pode-se entender que ao dever de informação que cabe ao fornecedor se acresce, de certo modo, até mesmo um dever de aconselhamento, já que as informações relativas ao contrato devem ser passadas de forma compatível

com as condições pessoais, e, ainda, a partir de uma avaliação da capacidade financeira desse consumidor.

O fornecedor se vê mais pressionado a seguir esses comandos a partir do momento que se prevê uma solução posterior de repactuação em caso de superendividamento. Sendo assim, a norma se torna eficaz partindo-se do princípio de que o fornecedor tenderá a se resguardar de fornecer crédito a um indivíduo notadamente incapaz de adimplir a longo prazo, já que, em caso de comprometimento de renda, esse contrato poderá ser revisto através do procedimento criado.

Em relação à vulnerabilidade advinda da publicidade e do assédio de consumo, o PL também apresenta propostas que garantem uma melhor proteção ao consumidor idoso.

A proposta de acréscimo do art. 54-C ao CDC, que institui em seus incisos vedação expressa a ofertas de crédito, publicitárias ou não, que façam referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo” ou sem avaliação da situação financeira do consumidor, protege o consumidor idoso de um marketing agressivo e desonesto, e impede os fornecedores de usarem alguns termos que se aproveitam das limitações cognitivas que podem ser apresentadas por alguns consumidores.

No inciso IV do mesmo artigo, o PL prevê a vedação ao assédio de consumo, citando especialmente alguns grupos de consumidores hipervulneráveis, incluindo o consumidor idoso, e fazendo referência ao assédio por meio eletrônico e por telefone.

Interessante notar que o inciso acima referido trata expressamente da vulnerabilidade agravada de determinados grupos de consumidores, de modo que, com a sua aprovação, o CDC passaria a reconhecer, de forma explícita, a situação de hipervulnerabilidade.<sup>171</sup>

Quanto ao crédito consignado, o PL também apresenta disposições específicas que podem ajudar muito na proteção dos consumidores idosos.

Segundo Doll e Cavallazzi, algumas das principais queixas dos consumidores nos Procons são: falta de clareza na oferta e nas informações, falta de transparência em relação ao marketing e publicidade, não entrega de cópia do contrato ao

---

<sup>171</sup> A leitura do art. dispõe que, na oferta de crédito, é proibida a conduta de “assediar ou pressionar o consumidor para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, inclusive a distância, por meio eletrônico ou por telefone, **principalmente se se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada (...)**”

consumidor, cláusulas abusivas, encaminhamento de cartões de crédito sem solicitação e contratos via telefone.<sup>172</sup>

O PL trás disposições que podem ajudar a diminuir os danos causados por todas essas situações.

No art. 54-D, III, o PL inclui a obrigação do fornecedor em, previamente à contratação de qualquer espécie de crédito, “entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados cópia do contrato de crédito.”

Para o caso do crédito consignado, especificamente, a formalização e a entrega da cópia do contrato ocorrerão após o fornecedor obter da fonte pagadora a indicação de existência de margem consignável, segundo o §1º do art. 54-G.

Além disso, o PL inova ao prever, no §2º do art. 54-E, a possibilidade de desistência da contratação de crédito consignado em até sete dias a partir da data de celebração do contrato ou do recebimento da respectiva cópia, sem necessidade de indicar o motivo.

Essa previsão é importantíssima para a proteção do consumidor idoso, que passa a possuir um direito de arrependimento da contratação de crédito consignado. Isso pode reduzir a quantidade de consumidores que contratam essa modalidade de crédito sem entender exatamente quais os termos do empréstimo que está fazendo. Com o contrato em mãos, e um tempo para poder rever essa contratação, o consumidor pode refletir melhor sobre os riscos envolvidos na contratação.

O PL também estabelece, no art. 51, inciso XX, a nulidade de pleno direito de cláusulas contratuais que considerem o simples silêncio do consumidor como aceitação de valores cobrados, especialmente em relação a contratos bancários, financeiros, securitários e de cartões de crédito.

Além de tudo isso, é importante notar que a partir da aprovação do PL, passaria a ser previsto no art. 54-E do CDC o limite de 30% aos créditos consignados em relação ao comprometimento da remuneração mensal líquida do consumidor, sob pena de dar causa imediata à revisão ou renegociação do contrato.

Esse limite, conforme dispõe o § 7º do mesmo artigo, se refere à totalidade de empréstimos consignados obtidos pelo devedor, e não às dívidas com cada credor

---

<sup>172</sup> DOLL, Johannes; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Crédito consignado e o superendividamento do idoso**. In: Revista de Direito do Consumidor. vol 107. ano 25. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

isoladamente. Sendo assim, reforça mais uma vez a responsabilidade do fornecedor em analisar a condição financeira e os débitos do consumidor.

Cabe notar que as disposições acerca do crédito consignado se tornam ainda mais importantes em um momento de pandemia em que, além de se ter aumentado o limite da margem de consignação, percebe-se um aumento substancial nos números de reclamações feitas nos Procons relacionadas a essa modalidade de crédito.<sup>173</sup>

Por fim, a própria elaboração de um tratamento do superendividamento através de um plano de repactuação das dívidas que preserve o mínimo existencial surge como uma opção viável e efetiva para que o consumidor, no caso de ainda assim cair no superendividamento, possa proceder a uma repactuação que garanta a ele honrar os compromissos financeiros ao mesmo tempo que lhe permita arcar com as suas despesas básicas existenciais.

Sendo assim, além de possibilitar de pronto o tratamento adequado aos milhões de consumidores idosos que já se encontram em situação de superendividamento, o PL 3515/15 estabelece um modelo de tratamento que garante, também, uma maior proteção contra contratos maliciosos, cláusulas abusivas, e qualquer outra situação que coloque o consumidor (de boa-fé) em situação de risco financeiro com o comprometimento do seu mínimo existencial.

Isso significa, para o consumidor, um enorme alívio, já que haverá uma saída de emergência, para os casos em que mesmo os dispositivos de prevenção tenham se mostrado insuficientes para evitar o seu superendividamento.

Diante de tudo isso, nota-se que o Projeto de Lei 3515/15, além de proceder à (já tardia) regulamentação do crédito responsável e do tratamento do superendividamento, apresenta-se como um dispositivo com grande potencial para efetivar os ideais de proteção ao consumidor idoso, já previstos no Brasil, mas muitas vezes não verificados na prática.

Além da redução das vulnerabilidades presentes nos momentos pré-contratuais na relação entre o consumidor idoso e o fornecedor de crédito, a efetivação de um modelo de tratamento ao superendividado também garante uma segurança fundamental para o consumidor hipervulnerável.

---

<sup>173</sup> Segundo dados do Procon-SP, as reclamações contra crédito consignado apresentaram aumento de 137% entre os meses de janeiro e novembro de 2020, se comparados com o mesmo período do ano anterior. Disponível em: <https://www.procon.sp.gov.br/reclamacoes-sobre-credito-consignado/>. Acesso em 13 de abril de 2021.

## 7 CONCLUSÃO

Nos tempos atuais, marcados pela globalização, pela rapidez da comunicação, pela velocidade com que o mundo e o mercado se modificam e pela volatilidade das relações interpessoais, o ato do consumo passa a assumir um papel central nas vidas dos indivíduos.

Na sociedade de consumo, é preciso ir às compras não só para sobreviver, mas também para construir a sua própria imagem e para ser identificado como um membro útil a esse agrupamento social. Aquele que não consome, é um consumidor imperfeito<sup>174</sup>, e não merece prosperar nessa sociedade.

É nesse contexto de centralidade do ato do consumo e de surgimento de um crescente contingente de indivíduos sedentos por consumir, que começa a ocorrer a expansão do crédito nessas sociedades. O crédito se apresenta como a oportunidade perfeita para aqueles consumidores que desejam adquirir, de pronto, aqueles bens aos quais aspiram, ainda que não tenha, no momento, recursos financeiros para isso.

Diante dessa expansão, que facilita o acesso ao crédito aos mais diversos grupos de indivíduos, algumas preocupações passam a ser notadas. A sociedade de consumo passa a observar cada vez mais uma quantidade crescente de indivíduos que se tornam completamente incapazes de superar os problemas financeiros decorrentes do uso exagerado do crédito.

Certos consumidores passam a se ver em situações delicadas, nas quais precisam optar por pagar suas dívidas ou arcar com os gastos básicos da sua vida. É o fenômeno do superendividamento.

O superendividamento é, antes de tudo, um fenômeno social, cujo tratamento deve ser proposto através do Direito. Determinados países passam, portanto, a elaborar modelos de tratamento a essa condição. Assim como se regula a falência para as pessoas jurídicas, é preciso regulamentar uma forma de se resgatar o devedor pessoa física, quando da sua incapacidade total de adimplir com as suas dívidas sem comprometer a sua subsistência.

É preciso considerar que o indivíduo consumidor é uma parte vulnerável, na relação consumerista. No Brasil, esse fato é traduzido no princípio da vulnerabilidade,

---

<sup>174</sup> Usando o termo de Bauman.

que rege o Direito do Consumidor no país. O Direito brasileiro, portanto, reconhece o consumidor como a parte mais fraca na relação de consumo.

A sociedade de consumo atual ajuda a ampliar algumas dessas vulnerabilidades, através da publicidade ostensiva e do controle informacional.

Apesar de o Direito do Consumidor, no Brasil, estender a presunção de vulnerabilidade a todo e qualquer indivíduo situado no polo passivo da relação de consumo, é possível notar que algumas pessoas e grupos de pessoas demonstram maiores vulnerabilidades do que outras.

Para além da vulnerabilidade inerente ao consumidor, adicionam-se a alguns indivíduos outras camadas de vulnerabilidade, que podem decorrer de qualidades pessoais e do contexto da relação de consumo.

Alguns grupos de consumidores são considerados hipervulneráveis. É o caso dos consumidores idosos.

Os consumidores idosos possuem uma presunção de vulnerabilidade qualificada, que advém da perda natural de aptidões físicas e intelectuais com o passar dos anos e da maior dependência desses consumidores de determinados mercados, como o da saúde.

É possível estabelecer uma relação entre a vulnerabilidade dos consumidores e o superendividamento. Quanto mais vulnerável o consumidor, mais ele tende a adentrar às estatísticas desse fenômeno. Afinal, quanto menor for a compreensão do consumidor acerca relação em que se encontra, maior é o risco de ele se enganar, ou mesmo de ele ser enganado.

Para o consumidor idoso, essa preocupação se faz necessária especialmente a partir da expansão do crédito consignado no Brasil, que abriu as portas do mercado de crédito a esse grupo de consumidores.

Sem uma legislação forte e específica para tratar do crédito responsável ou para formular um modelo de tratamento para o superendividamento no Brasil, essas situações são tratadas a partir das disposições do CDC, em especial a boa-fé, que não se mostram suficientes para resolver a situação.

No caso do superendividamento, essa proteção não se verifica de forma efetiva na prática. É preciso formular uma proteção mais prática, objetiva e eficaz, que realmente possa garantir a proteção desse grupo em face do mercado de crédito.

O modelo mais avançado de tratamento do superendividamento em discussão no Brasil é o previsto no Projeto de Lei 3515 de 2015, que tramita na Câmara dos

Deputados, e busca criar disposições específicas para impulsionar o crédito responsável e proteger os consumidores do fenômeno do superendividamento.

O PL 3515/15 é uma iniciativa urgente não só pela inovação no que diz respeito ao tratamento do superendividamento, como também pela efetivação de uma proteção de fato ao grupo de indivíduos idosos, que carecem de uma melhor atenção nesse sentido.

Essa afirmação se baseia na análise dos dispositivos previstos no PL, que prometem promover avanços em relação à reeducação financeira do consumidor e à maior exigência de informações claras ao consumidor no mercado de crédito para se alcançar uma prevenção do superendividamento. Além disso, estabelece um modelo efetivo de tratamento do superendividamento, de forma ampla e unificada, que concede aos consumidores uma opção de alívio em último caso, e pressionam os fornecedores à prática do crédito responsável, para evitar a futura repactuação dos débitos de consumo.

As práticas fomentadas pelo PL buscam reduzir os danos causados pelas vulnerabilidades dos consumidores e pelas práticas abusivas dos fornecedores. Nesse sentido, o avanço é enorme especialmente para aqueles indivíduos cujas vulnerabilidades são ainda mais acentuadas.

Diante de tudo isso, tendo em vista o atraso da legislação brasileira em regular o superendividamento e a ausência de dispositivo expresso no CDC destinado a garantir a efetiva proteção do consumidor idoso perante o mercado de crédito, conclui-se que se faz urgente e a aprovação do PL 3515/15 para, através da previsão de normas mais concretas, seja instituído um arcabouço jurídico capaz de garantir ao consumidor idoso condições adequadas para a superação dos impactos negativos causados pelo superendividamento.

## REFERÊNCIAS

AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso.** Versão Digital. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2013

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2001

BAUMAN, Zygmunt. **Vida a crédito.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

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

BRASIL. **Estatuto do idoso:** lei federal nº 10.741, de 01 de outubro de 2003. Brasília, DF: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2004.

BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm). Acesso em 09 de março de 2021.

BRASIL. **Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 11 jan. 2002. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10406compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm). Acesso em: 23 fev. 2011.

BRASIL. **Lei nº. 10.820, de 17 de dezembro de 2003.** Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.820.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.820.htm). Acesso em 13 de abril de 2021.

BRASIL. **Lei nº. 14.131, de 30 de março de 2021.** Dispõe sobre o acréscimo de 5% (cinco por cento) ao percentual máximo para a contratação de operações de crédito com desconto automático em folha de pagamento até 31 de dezembro de 2021; e altera a Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Lei/L14131.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14131.htm). Acesso em 13 de abril de 2021.

BRASIL. **Medida Provisória nº. 1.006, de 1º de outubro de 2020.** Aumenta a margem de crédito consignado dos titulares de benefícios de aposentadoria e pensão

do Regime Geral de Previdência Social durante o período da pandemia de covid-19. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv1006.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Mpv/mpv1006.htm). Acesso em 13 de abril de 2021.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3515 de 2015**. Altera 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. Brasília: Câmara dos Deputados, 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>. Acesso em: 13 de abril de 2021.

CARPENA, Heloisa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), **Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

CHAGAS, Rebecca Lorena de Sousa; SANTANA, Héctor Valverde. Crédito consignado e o superendividamento do consumidor idoso. **Revista Jurídica ESMP-SP**, vol. 16. p. 212-231. 2018.

COELHO, Mariana Carvalho Victor; AYALA, Patryck de Araujo. A hipervulnerabilidade do consumidor idoso e a sua tendência ao superendividamento no contexto de uma sociedade do hiperconsumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 121. ano 28. p. 247-275. São Paulo: Ed. RT, jan-fev 2019.

DA COSTA, Geraldo de Faria Martins. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), **Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006

DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Crédito consignado e o superendividamento do idoso. **Revista de Direito do Consumidor**. vol 107. ano 25. p. 309-341. São Paulo: Ed. RT, set-out. 2016.

EFING, Antônio Carlos; MENDES, Caroline Janaína; DE MEIRELLES, Jussara Maria Leal. Uma análise do superendividamento a partir de uma perspectiva socioambiental e do direito ao meio ambiente equilibrado. **Revista Direito e Desenvolvimento**. João Pessoa. vol. 10, nº 2. p. 88-103, jul/dez 2019

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sarah. Sobreendividamento, a outra face do crédito. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), **Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

GONÇALVES, Geyson. **O superendividamento e o mínimo existencial: uma abordagem garantista**. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. 2016

IDEC. Caderno legislativo financeiro. Disponível em: [https://idec.org.br/arquivos/congresso/caderno-legislativo\\_financeiro.pdf](https://idec.org.br/arquivos/congresso/caderno-legislativo_financeiro.pdf).

KILBORN, Jason. **Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor**: buscando as causas e avaliando soluções. In: Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. Tratamento do crédito para consumo na América Latina e superendividamento. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), **Direitos do Consumidor Endividado**: Superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006.

LIMA, Clarissa Costa de; CAVALLAZI, Rosângela Lunardelli. **Prevenção do superendividamento deve reunir toda a sociedade**. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jun-03/garantias-consumo-prevencao-superendividamento-reunir-toda-sociedade>. Acesso em: 05 de abril de 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **La era del vacío**: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Barcelona: Anagrama, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Anagrama, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento: uma problemática geral. **Revista de Informação Legislativa**. vol 129. ano 33. p. 109-115. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas. 1996.

MACHADO, Wilson Pantoja. **Superendividamento**: a responsabilidade pré-contratual do credor. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018

MARQUES, Cláudia Lima; BARBOSA, Fernanda Nunes. **A proteção dispensada à pessoa idosa pelo direito consumerista é suficiente como uma intervenção reequilibradora?** *Civilistica.com*. Rio de Janeiro, a. 8, n. 1, 2019. Disponível em: <<http://civilistica.com/a-protecao-dispensada-a-pessoa-idosa/>>. Data de acesso: 26 mar. 2021.

MARQUES, Claudia Lima; LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento**. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

MARQUES, Cláudia Lima. **Conciliação em matéria de superendividamento dos consumidores**: Principais resultados de um estudo empírico de 5 anos em Porto Alegre. 2020. Disponível em: <https://www.enfam.jus.br/wp->

content/uploads/2020/05/11-Artigo-CLM-Coimbraconciliacao6fimenv-4.1.pdf. Acesso em 07 de março de 2021.

MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), **Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima; PFEIFFER, Roberto Castellanos. **Superendividamento dos consumidores: Vacina é o PL 3.515 de 2015**. 2020. Disponível em: [http://www.escoladaajuris.org.br/observatorio/images/ConJur\\_-\\_Superendividamento\\_dos\\_consumidores\\_\\_Vacina\\_%C3%A9\\_o\\_PL\\_3.515\\_de\\_2015.pdf](http://www.escoladaajuris.org.br/observatorio/images/ConJur_-_Superendividamento_dos_consumidores__Vacina_%C3%A9_o_PL_3.515_de_2015.pdf). Acesso em: 01 de abril de 2021.

MARQUES, Cláudia Lima; SAYEG, Ricardo H. **Tempestade de risco, superendividamento em massa e resgate da economia brasileira**. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jul-29/garantias-consumo-tempestade-risco-superendividamento-resgate-economia>. Acesso em: 03 mar. 2021.

MARQUES, Maria Manuel Leitão; FRADE, Catarina Cláudia Ferreira. **Regular o Sobreendividamento**. Disponível em: <http://docplayer.com.br/6169775-Regular-o-sobreendividamento.html>. Acesso em: 16 fev. 2021.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

NISHIYAMA, Adolfo. DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. **Revista de Direito do Consumidor**, vol. 76. p. 13-45. São Paulo: Ed. RT, out./dez. 2010.

PACKARD, Vance. **A estratégia do desperdício**. São Paulo: Ibrasa, 1965.

PEREIRA, Wellerson Miranda. Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sob uma perspectiva do direito comparado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.), **Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 70. p. 139-171. São Paulo: Ed. RT, abr./jun. 2009

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista da SJRJ**, Rio de Janeiro, n. 26, p. 167-184, 2009.

SILVA, Gabriela Borges. **Regulação para o tratamento do superendividamento: diretrizes para a construção de um modelo de falência da pessoa natural no Brasil**. Dissertação (Mestrado) – Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2019

STJ. RECURSO ESPECIAL: **REsp 1.195.642 RJ 2010/0094391-6**. Relatora: Ministra Nancy Andrighi. DJ: 13/11/2012. JusBrasil, 2012. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/22829799/recurso-especial-resp-1195642-rj-2010-0094391-6-stj/inteiro-teor-22829800>. Acesso em: 18 mar. 2021.

STJ. RECURSO ESPECIAL: **REsp 586.316 MG 2003/0161208-5**. Relator: Ministro Herman Benjamin. DJ: 17/04/2007. JusBrasil, 2012. Disponível em: <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/4092403/recurso-especial-resp-586316>. Acesso em: 25 mar. 2021.

VIEIRA, Gabriella de Castro. O consumismo e o conseqüente superendividamento: a necessidade da atualização da legislação consumerista. In: **Direito do Consumidor: temas práticos para a advocacia**. Org. Alan de Matos Jorge. p. 101-120. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2018.

WIDER, Roberto. O Direito dos Contratos e a autonomia da vontade: a proteção especial dos consumidores. In: **Estudos de Direito do Consumidor**. nº 5, p.323-350. Coimbra: Centro de Direito do Consumo, 2003.

WODTKE, Guilherme Domingos Gonçalves. **O superendividamento do consumidor**: as possíveis previsões legais para seu tratamento. Disponível em: [http://conteudo.pucrs.br/wp-content/uploads/sites/11/2017/03/guilherme\\_wodtke\\_2014\\_2.pdf](http://conteudo.pucrs.br/wp-content/uploads/sites/11/2017/03/guilherme_wodtke_2014_2.pdf). Acesso em: 23 fev. 2021.