

# GLOBALIZAÇÃO, CONSUMO E SUPERENDIVIDAMENTO

## GLOBALIZATION, CONSUMPTION AND INDEBTEDNESS

Nádia Mahmoud Safade El Kadri\*

Rita de Cássia Resquetti Tarifa Espolador\*\*

### RESUMO

Diante da criação uma Comissão Especial de Juristas no Senado Federal para elaborar proposta de atualização da Lei 8.078/90, cujo tema é o superendividamento, pretende-se investigar a necessidade de legislação específica a respeito do superendividamento do consumidor. Neste contexto, relaciona o fenômeno da globalização à sociedade de consumo de massa e o problema do superendividamento do consumidor. Nesta seara, a globalização reflete que a comercialização e a circulação de bens juntamente com o avanço da tecnologia podem gerar sérios problemas sócios econômicos, acarretados pelo consumo exacerbado. A globalização, portanto, revela-se em facetas pluridimensionais, tendo em vista que abrange sua ação em outros campos não apenas exclusivos da economia, mas, também sociais, visto que o suprendividamento pode levar o indivíduo à exclusão social. Portanto, uma possível atualização do Código de Defesa do Consumidor, voltada a uma concepção de cooperação e lealdade entre consumidor e fornecedor sob a ótica dos princípios da dignidade da pessoa humana e boa-fé vem de encontro aos anseios da sociedade diante de uma proteção legal que vise o crédito responsável, através do consumo analisado sob uma perspectiva local e global.

**Palavras-chave:** Globalização. Consumo. Superendividamento. Lei.

### ABSTRACT

Against the creation of a Jurist Special Commission in the Federal Senate to elaborate the proposal of updating of the Law 8.078/90, whose theme is the indebtedness, it is intended to investigate the need of specific legislation regarding the indebtedness of the consumer. In this context, the phenomenon of globalization relates to the consumer society and the problem of indebtedness consumer. In this harvest, globalization reflects the marketing and movement of goods along with the advancement of technology partners can create serious economic problems, exacerbated by the entailed consumption. Globalization, therefore, is revealed in multi-dimensional facets, with a view to covering his work in other fields of the economy not only unique, but also social, since the indebtedness can lead to social exclusion. Ergo, a possible updating of the Consumer Defense Code, focused on a conception of cooperation and loyalty between consumer and supplier under the optics of principles of dignity of the human person and good faith meet the wishes of society towards a legal, protection that aims the responsible credit, through consumption analyzed under a local and global perspective.

**Key words:** Globalization. Consumption. Indebtedness. Law.

---

\* Graduada em direito pela Universidade Norte do Paraná - UNOPAR; Pós-graduanda do curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Direito Civil e Direito Processual Civil da Universidade Estadual de Londrina. Mestranda do Programa de Mestrado em Direito Negocial na Universidade Estadual de Londrina – UEL. Advogada.

\*\* Doutora em Direito pela Universidade Federal do Paraná. Professora da Universidade Estadual de Londrina, Pontifícia Universidade Católica do Paraná/ Campus Londrina, Escola do Ministério Público do Paraná e de diversas especializações.

## 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento deste trabalho baseia-se na relação existente entre globalização, consumo e o superendividamento, considerando as peculiaridades de cada fenômeno e as conseqüências acarretadas à sociedade.

A oferta de produtos e serviços tem-se expandindo progressivamente face o avanço da integração globalizada e dos avanços da tecnologia, fomentando a distribuição de bens e serviços, constituindo ferramenta indispensável para o desenvolvimento econômico.

Considerando a globalização um processo histórico que contribuiu para a sedimentação do que é conhecido como consumo moderno, pode-se afirmar que a evolução deste também se deu através dos tempos e de fatos que o determinaram.

Métodos de publicidade que abrangem toda uma coletividade e práticas comerciais agressivas, complexas e eivadas de tecnicidade, vinculam o desenvolvimento da economia à possibilidade de superendividamento do consumidor, vulnerável, e na maioria das vezes incapaz de avaliar contratos face suas reais necessidades e possibilidades econômicas.

Trata-se de um problema social à medida que a oferta de crédito facilitado traz como conseqüência a impossibilidade de um grupo cada vez maior de pessoas de quitarem suas dívidas de acordo com o que inicialmente foi pactuado.

O superendividamento do consumidor necessita de tratamento efetivo por parte do Estado e da sociedade, por meio de Lei que traga segurança jurídica no tocante à prevenção e tratamento, com vista a um mercado de consumo que garanta o desenvolvimento da economia atrelado ao respeito à dignidade da pessoa humana.

O consumo, portanto, passa a influenciar não só nos desejos dos indivíduos, mas também ao modo de vida, podendo levar até a exclusão social deste, tanto pelo enquadramento deste na sociedade consumista, quanto no enfrentamento do problema do superendividamento, visto que este não pode fazer frente às suas necessidades básicas.

A lógica da globalização, oportuna para o capitalismo gerou locais propícios de trabalho barato no mundo, sem necessariamente elevar a renda dos trabalhadores, refletindo na qualidade de vida destes e na garantia do bem estar de sua família, visto que estes não conseguem fazer frente às dívidas assumidas em face do consumo democratizado.

O processo da globalização, em que pese trouxe a abertura dos mercados e a possibilidade de comunicação em tempo real, também acarretou em sérias conseqüências

maléficas à sociedade de consumo, dentre elas, o problema do superendividamento do consumidor.

## **2 GLOBALIZAÇÃO**

Conceituar globalização não é tarefa das mais fáceis, tendo em vista que este fenômeno, além de não ser atual, pode apresentar diversas definições, dependendo do enfoque a ser observado.

Verifica-se que o fenômeno da globalização remonta desde a antiguidade sempre relacionada com as viagens em busca de novos mercados, em regiões longínquas, bem como a busca de novos domínios.

As práticas mercantis de povos antigos e atuais podem ser relacionadas ao fenômeno da globalização, hodiernamente denominado e amplamente difundido.

Desta feita, todos os meios de facilitação de comunicação entre povos e nações a fim de fomentarem práticas comerciais, trocas de informações, mercadorias e conhecimento, já podiam ser notados como início do que hoje se denomina globalização.

As grandes navegações, ocorridas no final do século XV e início do século XVI, chamado de Mercantilismo, cujo fluxo de circulação de mercadorias teve extraordinário incremento nesse período, também são indícios da presença de fluxos globais ou de ondas globalizacionais.

Tais acontecimentos demonstram que desde épocas longínquas sempre houve a intenção de busca por sistemas de organização econômica entre os povos, influenciando as sociedades posteriores com incidência em várias regiões do globo e em períodos históricos diferentes.

O fenômeno da globalização não é novo, existe desde os antigos impérios:

Ele já estava presente, por exemplo, nos antigos impérios, provocando sucessivos surtos de modernização econômica, cultural e jurídica. Na era moderna, foi impulsionado pela interação entre a expansão da cartografia, o crescente domínio das técnicas de navegação pelos povos ibéricos e a própria evolução do conhecimento científico (FARIA, 1999, p. 60).

O conceito de globalização não se verifica como original ou inédito na história da humanidade, ele pode ser observado em tempos diferentes, com outras designações, embora voltado à própria história do capitalismo. Neste sentido:

[...] ele pode ser encontrado em análises paradigmáticas sobre os vínculos entre a criação e a reprodução ampliada do capitalismo histórico – enquanto sistema mundial – com os processos de formação de estados e mercados quanto em textos clássicos sobre a organização e a interação de espaços econômicos auto-suficientes e amoldados à natureza mercantil dos impérios modernos (FARIA, 1999, p. 60-61).

No entanto, o que se entende como novo em termos de globalização é a superação das dificuldades antes advindas do binômio espaço/tempo e que nos dias atuais foi superada pela instantaneidade de informações que o mundo todo passa a ter acesso ao mesmo tempo.

Diante deste contexto, as empresas, de coadjuvantes, tornaram-se atores principais face à condução econômica, social, político e jurídica do Estado diante da interação destas, bem como a “dimensão alcançada pelos movimentos transnacionais de capital, especialmente o financeiro; e à formação de uma hierarquia dinâmica de acesso e trocas desiguais entre os fatores de produção” (FARIA, 1999, p. 62).

Para tanto, a organização do trabalho nas empresas também modificou de forma que a mão-de-obra passou a ser verificada em função da qualificação do indivíduo.

Segundo Faria, “a tradicional empresa multinacional é gradativamente substituída pela companhia global ou pela corporação transnacional” (1999, p. 72), gerando assim, capacidade de adaptação aos mercados, planejamento mais estratégico da produtividade e redução dos custos e facilidade de atuação em diferentes contextos sociais, econômicos, políticos e culturais em face da nova ótica mundial global.

Todos estes fatores, na visão de Faria, “são resultantes da convergência de distintas e importantes transformações institucionais, políticas, organizacionais, comerciais, financeiras e tecnológicas ocorridas ao longo das décadas de 70. 80 e 90 (1999, p. 63), numa amplitude mundial.

Para tanto, Faria define a globalização como a “transnacionalização dos mercados de insumos, produção, capitais, finanças e consumo” (1999, p. 13).

Neste contexto, a globalização acarretou reflexos como a liberalização da economia, a universalização cultural e a idéia de democracia política, afetando todos os indivíduos em escala mundial.

Dupas, por sua vez, conceitua globalização como a “intensificação do processo de internacionalização das economias capitalistas” (1999, p. 14).

Neste sentido, em relação aos Estados, a globalização “constrange o poder dos Estados, restringindo sua capacidade de operar seus principais instrumentos discricionários (DUPAS, 1999, p. 14), interferindo no que tange a sua autoridade e soberania, visto que com

a interação das pessoas, idéias, informações em função do avanço da tecnologia e comércio de mercadorias, o espaço territorial entre Estados já não mais encontram fronteiras.

A globalização, em que pese afete os indivíduos mundialmente considerados, também apresenta mazelas que fogem ao controle dos programas de governo dentro de seus territórios nacionais, tendo em vista que o padrão de acumulação de capital das empresas “transnacionais” ‘grifo nosso’, em época de tecnologia de informação, também transforma a vida dos que dependem do trabalho gerado numa economia de produção em massa.

Com efeito, um novo modelo de emprego se formou, e, com todas as mudanças, o trabalhador se vê desamparado face à nova realidade tanto da produção quanto da oferta de trabalho, conforme se verifica nas considerações da doutrina sobre o tema:

[...] um novo paradigma de emprego mais flexível, precário e desprovido das garantias de estabilidade associadas ao padrão convencional. Em sociedades como as ocidentais, nas quais à obtenção de renda como na integração social do indivíduo e na própria formação de sua identidade pessoal, a mudança desse padrão tem causado perplexidade (DUPAS, 1999, p. 16).

O Estado já não mais desempenha o papel de guardião das garantias sociais e passa por um processo de reestruturação de forma a rever suas funções face aos seus nacionais.

Nesse contexto complexo de globalização e de alteração no papel do Estado que surgiu a preocupação com o novo fenômeno que se convencionou chamar de exclusão social (DUPAS, 1999, p. 16).

O fator da exclusão social está intrinsecamente ligado às mazelas da globalização, em especial à possibilidade de superendividamento face à elevação das aspirações de consumo de grande parte da população mundial, e, em específico, neste artigo, no Brasil.

Nesta seara, Dupas exemplifica o sistema consumista adotado pelas sociedades contemporâneas:

O encurtamento das distâncias entre os diversos países do mundo e a exacerbação da mídia global fizeram com que o modo de vida das sociedades de consumo ocidentais, apesar de não estar acessível a todos nem mesmo nos países ricos, fosse adotado como padrão (1999, p. 17).

O consumo, portanto, passa a influenciar não só nos desejos dos indivíduos, mas também ao modo de vida, podendo levar até a exclusão social deste, tanto pelo enquadramento deste na sociedade consumista, quanto no enfrentamento do problema do superendividamento, visto que este não pode fazer frente às suas necessidades básicas.

Numa visão sociológica, Baumann, ao analisar o ser humano face às conseqüências da globalização, afirma que trata-se de fenômeno que tem como principal característica a “compressão tempo/espaço”, e como um processo, define:

[...] globalização é o destino irremediável do mundo, um processo irreversível; é também um processo que nos afeta a todos na mesma medida e da mesma maneira. Estamos todos sendo “globalizados” – e isso significa basicamente o mesmo para todos! (1999, p. 7).

Vê-se então que, com a globalização, os movimentos dos fluxos econômicos paulatinamente favoreceram o acesso ao consumo, delineando assim uma sociedade seduzida por produtos e serviços a fim de satisfazer os anseios do indivíduo conectado, interligado ao mundo, cheio de informações e desejos, porém, em escala global.

### **3 CONSUMO E DIREITOS DO CONSUMIDOR**

O consumo faz parte da natureza humana, pois, necessário à sua própria sobrevivência.

O capitalismo estimula o consumo, a mercantilização e o aumento das necessidades dos indivíduos, edificando assim os pilares da sociedade de consumo.

Por sua vez, o consumo funciona como fato de inclusão social do homem para com seu entorno, ser consumidor atualmente é ser globalizado, conectado ao mundo e o que ele tem de melhor para oferecer na busca contínua de qualidade de vida, bem-estar e interação social.

As técnicas de *marketing*, os meios de comunicação de massas, a internet comprimindo o tempo e o espaço auxiliam a publicidade, facilitam o consumo e alimentam a sensação de ser global, de estar inserido na sociedade e de que não se está atrasado face a tantas inovações.

A globalização, portanto, está diretamente ligada à concepção de consumo de massa, pela qual o núcleo familiar insere-se na sociedade em função da identidade construída pelo ato de consumir.

Bauman afirma que a competitividade global, a busca por lucros levam as empresas a tentar despertar os desejos e seduzir o consumidor, que de forma incessante cria novos produtos e serviços diariamente a fim de garantir o ciclo que não há chegada do consumo:

A indústria atual funciona cada vez mais para a produção de atrações e tentações. E é da natureza das atrações tentar e seduzir apenas quando acenam daquela distância que chamamos de futuro, uma vez que a tentação não pode sobreviver muito tempo à rendição do tentado, assim como o desejo nunca sobrevive a sua satisfação (1999, p. 86)

O consumo, como visto, suplanta a satisfação das necessidades biológicas do ser humano, visto que depois de saciada uma necessidade primária, busca-se outra e outra, conforme sua complexidade, e assim sucessivamente, numa escala de prioridades.

A globalização cria perspectivas novas de consumo, a qual a oferta de produtos e serviços via produção e comunicação de massa, seduzem e despertaram novos desejos ao consumidor moderno. Neste sentido:

A relação tradicional entre necessidades e sua satisfação é revertida: a promessa e a esperança de satisfação precedem a necessidade que se promete satisfazer e serão sempre mais intensas e atraentes que as necessidades efetivas (BAUMAN, 1999, p. 90).

Portanto, complementa Bauman, “o consumidor é uma pessoa em movimento e fadada a se mover sempre” (1999, p. 93), desde que tenha condições para tanto.

Neste contexto, é forçoso afirmar que cada sociedade, em termos de consumo, vive a interagir com o mundo, ultrapassando as fronteiras dos hábitos e da cultura, e, cada sociedade passa a responder de forma peculiar às ofertas de produtos e serviços. No entanto, o que não se pode negar é a disseminação da cultura do consumo influenciada pelo fenômeno da globalização.

Neste sentido, a comunicação de massa tem um papel similar aos fluxos de globalização ao ponto de interferir face ao mercado, tanto a produção quanto ao consumo.

Portanto, a globalização e a comunicação de massa têm importante papel no consumo, em razão de transitarem, promovendo o fluxo de informações e produtos, alimentando as práticas de consumo nas coletividades.

Por sua vez, vive-se hoje o que chamamos de sociedade de consumo em massa, que, na lição de Lipovetsky, “[...] ela coincide com a “civilização do desejo” que foi construída ao longo da segunda metade do século XX” (2007, p. 11).

Após a Revolução Industrial, iniciou-se o processo que atualmente é conhecido como “standartização” da produção, ou produção em massa.

Segundo Nunes, a produção em escalas elevadas refletia na “diminuição dos custos e aumento da oferta, ou seja, um grande número de pessoas abrangidas pela oferta de um mesmo tipo de produto ou serviço” (2010, p. 41).

Neste contexto, a produção manufaturada e em pequena escala dá lugar à produção em série.

Tal fenômeno ganhou força na passagem do século XIX para o século XX, e, após a Segunda Guerra Mundial houve enorme avanço na tecnologia, informática e meios de telecomunicações (NUNES, 2010, p. 41). A partir de então, a produção aumentou vertiginosamente, em escalas cada vez maiores.

O mundo passou então a interagir em todos os aspectos, iniciando assim, a idéia de globalização, e, em termos de consumo, convencionou-se o que hodiernamente é chamado de sociedade de massa.

A Revolução Industrial representou um marco na forma de produção praticamente personalizada, em pequena escala, atingindo mercados locais, para a produção em série, automatizada, e distribuída em grande escala e para mercados longínquos, diante do contexto de mundo globalizado, conforme exemplifica Cavalieri Filho (2009, p. 464):

Se antes a produção era manual, artesanal, mecânica, circunscrita ao núcleo familiar ou a um pequeno número de pessoas, a partir dessa Revolução a produção passou a ser em massa, em grande quantidade, até para fazer frente ao aumento da demanda decorrente da explosão demográfica. Houve também modificação no processo de distribuição, causando cisão entre a produção e a comercialização. [...] essa distribuição passou também a ser feita em massa, em cadeia, em grande quantidade, pelos mega-atacadistas [...].

Segundo Lipovetsky, “a expansão da produção em grande escala é também estimulada pela reestruturação das fábricas em função dos princípios da organização científica do trabalho” (2007, p. 27). Principalmente no setor automobilístico, relacionados a linha de montagem de veículos da marca Ford, esta organização passou a ser adotada como modelo de referência na agilização da produção.

Uma nova filosofia comercial se iniciou, de forma que o aumento da produção levou as empresas a diminuir as margens de lucros, mas venderem em escalas maiores configurando assim a era moderna do consumo, “condutor de um projeto de democratização do acesso aos bens mercantis” (LIPOVETSKY, 2007, p. 28).

Tais mudanças do trabalho manual para a produção maquinaria e eletrônica formaram o alicerce do capitalismo que se baseou inicialmente em um novo tipo de

organização da produção e tecnicidade industrial, que, na lição de Faria, representaram os conceitos tayloristas de gerenciamento e nos métodos fordistas de trabalho forjados na primeira metade do século XX nos EUA (Estados Unidos da América):

Enquanto o taylorismo decompõe tarefas para melhor distribuí-las aos trabalhadores individuais, o fordismo as recompõe, vinculando ou soldando esses mesmos trabalhadores na perspectiva de uma máquina produtiva orgânica. [...] o fordismo se baseia na produção em massa de produtos homogêneos, utilizando tecnologia rígida da linha de montagem com maquinário especializado e rotinas de trabalho padronizadas por métodos tayloristas (1999, p. 76).

Esta concepção de “produção e distribuição, fez surgir novos instrumentos jurídicos – os contratos coletivos, contratos de massa” (CAVALIERI FILHO, 2009, p. 464), baseado no planejamento unilateral, voltado a atingir o maior número de pessoas possível, cabendo ao consumidor, aderi-lo ao não<sup>1</sup>.

Tem-se, portanto, o surgimento da sociedade de consumo, conforme ensina Nishiyama: “[...] e com o crescimento massificado da oferta e da procura surge o fenômeno do consumerismo ou sociedade de consumo (*mass consumption society*)” (2010, p. 48). Desde então, este padrão social de consumo vigora até os dias atuais.

Toda esta mudança econômica atingiu diretamente os consumidores, visto que, com a produção e distribuição em série voltada a sociedade de massa, aumentaram os riscos ao consumidor na mesma proporção do desenvolvimento, surgindo, assim, as práticas comerciais lesivas (NISHIYAMA, 2010, p. 50). Estas são as conseqüências, conforme ensina Bulgarelli:

Em conseqüência, cresceram os riscos de danos causados por produtos defeituosos, que ao se tornarem efetivos em muitos casos, chegaram a tomar proporções catastróficas, como a ingestão de certas drogas medicinais, e gêneros alimentícios passando por defeitos em veículos (carros e aviões), etc. (apud NISHIYAMA, 2010, p. 50).

Com o advento da Revolução Industrial surgiu à necessidade de mudanças no contexto social e político, visto que o Estado Liberal, baseado nos ideais da Revolução Francesa não se adaptou à realidade econômica adquirida com a industrialização e suas mazelas, trazendo à lume novos paradigmas voltados à sociedade, onde o Estado voltasse a intervir nas relações sociais e econômicas com escopo de justiça social.

A visão individualista do liberalismo, a qual consagrou o **princípio da autonomia de vontades** e tinha como base a **igualdade jurídica** dos contratantes ‘grifo do autor’ (NISHIYAMA, 2010, p. 47), perdeu espaço para a nova realidade entre os contratantes,

baseada na igualdade formal destes. No entanto, esta concepção guiou-se para além da igualdade formal, no sentido de que o grupo passaria a ser o centro das atenções no campo do Direito.

Tepedino ressalta a mudança de concepção, bem como a importância do ordenamento jurídico ao tratar de assuntos relativos à coletividade, considerando suas particularidades:

O ordenamento jurídico, que desde a Revolução Francesa, graças ao princípio da igualdade formal, pôde assegurar a todos tratamento indistinto, passa a preocupar-se, no direito contemporâneo, com as diferenças que inferiorizam a pessoa, tornando-a vulnerável. Para o hipossuficiente, com efeito, a igualdade formal mostra-se insuficiente, sendo-lhe motivo de submissão ao domínio da parte hegemonicamente preponderante. Daí voltar-se a ordem jurídica para a investigação das singularidades da pessoa humana. O alvo de atenção do legislador não é mais o sujeito de direito, mas os consumidores, a mulher, as crianças e adolescentes, e assim por diante (2007, p. 55).

Esta realidade passou a guiar as codificações, desenvolvendo, nesta esteira, o direito do consumidor.

Nessa ordem, segundo Tartuce:

[...] são tendências do Direito Privado não só a compatibilização do princípio da liberdade com o da igualdade, como também a busca da expansão da personalidade individual de forma igualitária e o desenvolvimento da comunidade em seu conjunto, mesmo que ao custo de diminuir a esfera de liberdade individual (2007, p. 33).

Conclui-se, portanto, que “a proteção do consumidor está amplamente relacionada com o surgimento da sociedade de consumo” (NISHIYAMA, 2010, p. 48), tendo em vista serem intrinsecamente ligadas.

Neste sentido, “[...] o direito do consumidor foi concebido para eliminar as desigualdades criadas nas relações de consumo pela Revolução Industrial [...]” (CAVALIERI FILHO, 2009, p. 464), onde a sociedade passou a ser regida pelas forças do mercado.

No Brasil, seguindo a tendência mundial, a tutela jurídica do consumidor como parte mais vulnerável da relação de consumo, veio a partir da promulgação da Constituição Federal de 1988, visto que “as Constituições anteriores não tratavam do tema proteção do consumidor” (NISHIYAMA, 2010, p. 119), representando um grande avanço ao ser concebida a tutela jurídica nas relações de consumo.

Neste contexto, a Constituição Federal, no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) em seu artigo 48<sup>2</sup>, determinou a elaboração do Código de Defesa do Consumidor (CDC) – Lei n. 8.078/90, lei principiológica voltada às relações de consumo, considerada um subsistema dentro do ordenamento jurídico, com prevalência sobre as demais leis, exceto a Constituição Federal<sup>3</sup>.

É neste contexto que o presente artigo abordará a problemática do superendividamento do consumidor.

#### **4 SUPERENDIVIDAMENTO**

“Ser consumidor é ser humano. Ser consumidor é alimentar-se, vestir-se, divertir-se... é viver” (KARSAKLIAN, 2009, p. 13).

O Código de Defesa do Consumidor definiu o conceito de consumidor, segundo artigo 2º, *caput*<sup>4</sup>, como o destinatário final que adquire produto ou serviço.

No entanto, o CDC traz outros três conceitos de consumidor por equiparação, de forma que a tutela aos vulneráveis nas relações de consumo seja o mais abrangente possível.

Os conceitos de consumidores por equiparação estão disciplinados no parágrafo único do artigo 2º, pelo qual: “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

Por este dispositivo, confere-se à coletividade de pessoas o mesmo tratamento concedido ao consumidor individual, considerando a proteção de interesses e direitos da coletividade de consumidores, ainda que de forma indeterminável.

Também o artigo 17 do CDC, “para efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”, equipara terceiros, alheios à relação de consumo, ao consumidor, desde que estes venham a sofrer danos acarretados por vícios de qualidade dos produtos ou serviços.

Por fim, o artigo 29 do CDC, que abre o Capítulo V, das “Práticas Comerciais” e abrange também o Capítulo VI, da “Proteção Contratual”, garante a proteção daqueles que poderão a vir contratar, e não só aqueles que já contrataram, desde que sujeitos às práticas comerciais e contratuais, e assim prescreve: “para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

Nunes ensina que trata-se o artigo 29 de “uma espécie de conceito difuso de consumidor, tendo em vista que desde já e desde sempre todas as pessoas são consumidoras

por estarem expostas a práticas comerciais” (2010, p. 130), logo, não só os consumidores de fato, mas àqueles que poderão ser.

Assim, “em nosso ordenamento jurídico infraconstitucional, encontramos um conceito *standart* de consumidor e três por equiparação que se completam. [...] com base no comando constitucional” (NISHIYAMA, 2010 p. 73), sendo que todos estes conceitos visam garantir maior proteção e abrangência quanto ao consumidor.

Nesta seara, conceituar o consumidor tem o escopo de demonstrar a importância de seu papel na sociedade contemporânea, diante da problemática do endividamento excessivo, em face da oferta de crédito com vistas à facilitação do consumo.

Neste contexto, o consumo é implementado pela oferta de produtos e serviços postos à disposição do consumidor no mercado, muitas vezes, por meio da propagação do crédito, fomentando a economia, gerando riquezas.

Por outro viés, o consumo, por meio do crédito democratizado, massificado, demonstra-se um grande problema ao indivíduo e à sociedade, na medida em que de facilitador, pode tornar-se o pior pesadelo da sociedade de consumo: o superendividamento do consumidor.

Neste sentido, a sociedade consumerista, historicamente concebida, incentiva a prática hedonista, pela qual o consumo “é a marca do sucesso e a estrada que conduz diretamente ao aplauso público e à fama” (BAUMAN, 1998, p. 55), e por outro lado, se apresenta como uma das causas do mal-estar da pós-modernidade, a possibilidade de endividamento excessivo do consumidor.

Bauman adverte que o consumo pode levar o indivíduo a um ciclo vicioso, na busca incessante das realizações dos desejos, de forma que:

Se o consumo é a medida de uma vida bem sucedida, da felicidade e mesmo da decência humana, então foi retirada a tampa dos desejos humanos: nenhuma quantidade de aquisições e sensações emocionantes tem qualquer probabilidade de trazer satisfação da maneira como manter-se ao nível dos padrões [...] (1998, p. 56).

Neste sentido, a sociedade de consumo de massa passou a ter que preocupar-se com o lado negativo do consumo e suas conseqüências nas relações do indivíduo e do mercado.

Marques, ao tratar do tema, enfatiza a importância do consumo por meio da oferta de crédito ao mesmo tempo em que adverte sobre os riscos do endividamento:

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 duas faces de uma mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes como o Brasil (2006, p. 256).

A origem deste problema social está diretamente ligada à oferta de crédito e atualmente é visto como problema de ordem social, visto que afeta não só o indivíduo, mas toda a sociedade.

Neste sentido, o superendividamento pode ser definido como a “impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o fisco, oriundas de delitos e de alimentos)” (MARQUES, 2006, p. 256).

Destaca-se a impossibilidade do indivíduo efetuar o pagamento com gastos oriundos de suas necessidades básicas, por isso, o conceito de endividamento acima dos limites possíveis.

Para Lima, o fenômeno do superendividamento está associado a liberalização desmedida do crédito, com forte apelo publicitário às camadas mais vulneráveis da população, pessoas com baixo rendimento e idosos, cuja consequência implica em graves riscos de endividamento excessivo e irrefletido (2010, p. 7). E assim, define o superendividamento:

Trata-se da falência dos consumidores, ou melhor, daquelas situações em que o devedor se vê impossibilitado, de forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto de suas dívidas, ou quando existe uma ameaça séria de que não possa fazê-lo no momento em que elas vencerem (LIMA, 2010 p. 7).

Marques (2006) ensina que o superendividamento pode ser ativo, caracterizado pelo abuso do crédito e má administração do orçamento familiar, e passivo, definido como ‘acidente da vida’, ou seja, oriundos de causas referentes ao desemprego, divórcio, doenças, acidentes, mortes, entre outros, e, citando a doutrina de Leitão Marques, define:

A doutrina européia distingue o superendividamento passivo, ou seja, se o consumidor não contribui ativamente para o aparecimento dessa crise de solvência e liquidez, do superendividamento ativo, quando o consumidor abusa do crédito e “consome” demasiadamente acima das possibilidades de seu orçamento, sendo que, mesmo em condições normais, não teria como fazer face às dívidas assumidas (apud MARQUES, 2006, p. 258).

O superendividamento, portanto, é definido como a impossibilidade indivíduo ou do núcleo familiar, privados de boa-fé, de quitar seus débitos, atuais e futuros, oriundos da insuficiência de renda (em função de acidentes da vida) e da má-gestão do orçamento familiar, gerando uma situação de insolvência<sup>5</sup>.

O acesso ao crédito fácil representa o grande vilão, pois, se por um lado tem o condão de satisfazer os desejos de uma sociedade de consumo, ou, num primeiro momento, sanar os problemas de endividamento, por outro representa o risco da insolvência civil do indivíduo.

Sejam quais forem às causas que tornem o consumidor superendividado, a impossibilidade deste de quitar suas dívidas tem como consequência a situação de exclusão do indivíduo do meio social, levando-o a um estado de crise e impotência diante da realidade em que se encontra, principalmente quando afeta sua vida ao ponto deste sobreviver a um nível abaixo de um padrão de dignidade.

Diante deste contexto, trata-se de problema de ordem social, tendo em vista que atinge o que a doutrina denomina de “mínimo existencial, denominado pelos franceses de “restre la vivre”, ao [...] retirar do devedor todo o meio de existência” (LIMA, 2010, p. 104) e, afeta, portanto, a dignidade do consumidor, pessoa humana que é.

O Brasil vive um momento de iminente possibilidade de atualização do Código de Defesa do Consumidor.

Para Nishiyama, “a defesa do consumidor consagrada na Magna Carta é um tipo de princípio-programa que necessita de uma ampla política pública por meio de cumprimento das chamadas normas-objetivo” (2010, p. 194), normas que efetivamente regulem as relações de consumo.

Em que pese as iniciativas pioneiras no judiciário pátrio, não há lei específica no Brasil que regule a oferta de crédito com vistas a prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores.

Por sua vez, o Código de Defesa do Consumidor protege os interesses dos consumidores de produtos e serviços mediante a boa-fé e equilíbrio em face dos fornecedores nas relações de consumo.

E, nos contratos que envolvam outorga de crédito, apenas o artigo 52 do CDC assegura especificamente direitos ao consumidor.

Neste sentido, todos os contratos estipulados mediante fornecimento de crédito devem apresentar as informações contidas neste dispositivo.

Segundo o referido artigo, por determinação expressa, o valor estipulado deve ser fornecido em moeda corrente nacional, deve também mencionar o montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros, os acréscimos legais legalmente previstos, o número de periodicidade das prestações, bem como o total a ser pago.

Também deve ser previsto no contrato a multa de mora, neste caso já estipulado o valor de 2% do valor da prestação, e, por derradeiro, a possibilidade de liquidação antecipada como direito do consumidor de quitar total ou parcialmente sua dívida financiada.

O legislador brasileiro ainda não interveio mediante a elaboração de legislação específica de regulação global do crédito ao consumidor que dê resposta à chamada “onda do crédito” (grifo do autor)<sup>6</sup>, em que pese as disposições do artigo 52 no Código de Defesa do Consumidor.

Hoje em dia, o judiciário brasileiro se depara com milhares de ações revisionais como forma de recálculo dos juros, o que se mostra ineficiente tendo em vista a imensidão de contratos de adesão que não expressam os direitos do consumidor, na maioria das vezes leigo e sem condições de interpretar as cláusulas tidas como abusivas.

Outra questão acerca das ações revisionais, é que estas não são capazes de sanar o problema do superendividado em face de todos seus credores, por se tratar de procedimento restrito ao contrato a ser discutido, visto que a situação de superendividamento afeta o consumidor de forma global, de forma que este não possa fazer frente as suas dívidas sem prejudicar o seu sustento.

Diante desta ausência legislativa, foi criado no Senado Federal uma Comissão Especial de Juristas, por meio do ato 308/10, presidida pelo ministro do STJ Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, para elaborar proposta de atualização do Código de Defesa do Consumidor cuja intenção é incluir no Código de Defesa do Consumidor artigos e alterações que abarquem o superendividamento, como consta no ato:

Art. 1º Instituir Comissão de Juristas com a finalidade de apresentar, no prazo de cento e oitenta dias, contados a partir do dia 15 de dezembro de 2010, anteprojeto de aperfeiçoamento de Código de Defesa do Consumidor, no que se refere ao crédito e ao superendividamento dos consumidores.

Marques, jurista participante da Comissão do Senado, assevera que a falta de uma legislação fortalecida foi causa principal desta crise de solvência e confiabilidade no Brasil. Neste sentido:

[...] 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 [...] (2006, p. 263).

Por sua vez, Lima explica que o superendividamento depende de legislação que adote métodos de prevenção, cuja regulamentação tenha o condão de proteger o consumidor nos contratos de crédito visando o consumo racional e responsável. Neste sentido:

A prevenção contra o endividamento excessivo dos lares e a proteção da vontade “racional” e refletida do consumidor depende da adoção de melhor e mais específica regulamentação do crédito ao consumo, com disposições destinadas à informação do consumidor (regulamentação da publicidade, oferta, prazo de reflexão, conteúdo do contrato) e, também, destinadas a controlar a importância dos créditos concedidos, evitando ultrapassar o limite tolerável do orçamento doméstico (2010 p. 122).

No entanto, há opiniões divergentes sobre a necessidade de atualização do CDC. Rizzato Nunes, por exemplo, em artigo intitulado: A proposta de "atualização" do Código de Defesa do Consumidor, elaborado para a Escola Paulista da Magistratura em 04 de abril de 2011, expressa sua opinião contra a anunciada "atualização" ao declarar que:

A lei 8078/90 funciona muito bem e não precisa de alterações ou atualizações. Necessita sim de apoio para ser mais ainda compreendida e bem aplicada. Ela é de ordem pública e de interesse social, norma geral e principiológica, o que significa dizer que é prevalente sobre todas as demais normas especiais ou gerais que com ela colidirem.<sup>7</sup>

Grinover e Benjamin, que também fazem parte da Comissão de Juristas para a atualização do CDC, desde os primórdios da edição do Código de Defesa do Consumidor militam a necessidade de intervenção Estatal, bem como o próprio Direito como mecanismos essenciais para a salvaguarda da vulnerabilidade do consumidor. Desta feita:

[...] a sociedade de consumo, ao contrário do que se imagina, não trouxe apenas benefícios para seus autores. [...] E o direito não pode ficar alheio a tal fenômeno. O mercado, por sua vez, não apresenta, em si mesmo, mecanismos eficientes para superar tal vulnerabilidade do consumidor. Nem mesmo mitigá-la. Logo, imprescindível a intervenção do Estado nas suas três esferas: o Legislativo formulando as normas jurídicas de consumo; o Executivo, implementando-as; e o Judiciário, dirimindo os conflitos decorrentes dos esforços de formulação e implementação (apud TARTUCE, 2007, p. 167).

Não há no Brasil, como em Bangladesh “o banqueiro dos pobres” Muhammad Yunus, que fez do microcrédito a solução para a pobreza de milhares de famílias, e, atualmente, favorece milhões de pobres do planeta. Fundador do banco Grameen, baseado em

princípios humanistas, afirma que em seu banco procura-se “gerar não apenas mudanças econômicas, mas também mudanças sociais” (YUNUS, 2000, p. 155).

Yunus, ao apresentar seu livro alega que não encara os pobres como sobra da sociedade, mas como seres humanos.

Levando-se em conta a realidade brasileira, onde a oferta de crédito pode levar o consumidor a uma situação de insolvência e exclusão social, uma proposta de atualização do Código de Defesa do Consumidor com vistas ao problema do endividamento excessivo é bem vinda, sobretudo, por ser o consumidor titular de direitos, protegidos sob o manto da dignidade da pessoa humana e da função social do contrato.

Nesta esteira, as perspectivas legislativas ante a ausência de tutela legal destinada ao superendividados, convergem no sentido de que referida atualização deverá resguardar os direitos do consumidor face suas obrigações, antes da celebração do contrato de crédito, para que este possa tomar as suas decisões com plena autonomia e liberdade de escolha, e que, durante a execução do contrato e a cobrança de dívidas, o princípio da boa-fé condicione o fornecedor a atuar com a devida cooperação, cuidado e lealdade no tratamento para com o consumidor.

A proposta de atualização do Código de Defesa do Consumidor deverá, portanto, orientar-se pelos princípios da dignidade, vulnerabilidade do consumidor, da boa-fé e lealdade, e dos bons costumes, do combate à excessiva onerosidade, da função social do crédito e dos contratos de consumo, da transparência, da oralidade, da simplicidade, da informalidade, da economia processual e da celeridade.

A concretização do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana como um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito, bem como a eficácia das normas constitucionais em face da defesa do consumidor, encontram respaldo numa nova proposta legislativa que trate do superendividamento do consumidor, problemática atual da sociedade de consumo que necessita de reposta legal que a ampare.

O atual estágio em que a sociedade se encontra, remete o consumidor à necessidade de ser informado, educado, de forma que este consuma de forma racional e responsável.

Para tanto, a autonomia da vontade, nas relações de consumo, deve ser permeada pela racionalidade a fim de que efetivamente seja válida e verdadeiramente autônoma.

Lima defende uma proteção preventiva contra o superendividamento através da informação como instrumento eficaz para a formação de uma vontade racional (2010, p. 44), e cita o novo conceito de autonomia da vontade, introduzido por Nicole Chardim a qual substitui a noção antiga por uma autonomia da vontade racional<sup>8</sup>.

A fase atual “é aquela em que se afirma a exigência do consumidor responsável e cidadão” (LIPOVETSKY, 2007, p. 341).

A ótica do consumo responsável implica duas facetas: a aquisição de produtos e serviços de forma consciente, ao passo que consumidores e fornecedores atuem em cooperação prevenindo o superendividamento, e, por outro lado, ambas as partes também devam respeitar ao meio ambiente.

Para tanto, as perspectivas face uma possível lei que vise complementar o Código de Defesa do Consumidor estão direcionadas ao caráter normativo, e, portanto, vinculante do princípio da dignidade da pessoa humana não apenas como forma de garantia do mínimo necessário à subsistência do ser humano, mas considerando o homem num contexto evolutivo da humanidade.

Neste sentido, o ensinamento de Chardin traduz esta perspectiva:

Na verdade, duvido que haja, para o ser pensante, minuto mais decisivo do que aquele em que, caindo-lhe a venda dos olhos, descobre que não é elemento perdido nas oscilações cósmicas, mas que uma universal vontade de viver nele converge e se hominiza.

O Homen, não centro estático do Mundo – como ele se julgou durante muito tempo, mas eixo e flecha da evolução – o que é muito mais belo (apud SARLET, 2011, p. 29).

Sob a ótica da evolução histórica, verifica-se a necessidade de adequação das leis à realidade da sociedade, a partir de uma visão crítica destinada a contribuir com o desenvolvimento social, político e econômico do Estado brasileiro, e observância dos seus objetivos fundamentais previstos na Constituição Federal.

Trata-se de um fenômeno social e jurídico, que necessita de algum tipo de saída ou solução pelo Direito do Consumidor.

Neste contexto, um exemplo a ser adotado em face da problemática pode ser a solução encontrada para a falência e concordata no Direito da Empresa, aplicando-se ao consumidor superendividado, parcelamentos, prazos de graça, a redução dos montantes dos juros, das taxas, e toda a gama de soluções possíveis para que o consumidor, pessoa física e de boa-fé possa pagar as suas dívidas, em face de todos os tipos de credores, tenham estas garantias creditícias ou não.

Em face do estudo das perspectivas legislativas sobre a problemática do superendividamento do consumidor, conclui-se que este carece de tratamento específico que o ampare no momento da elaboração contratual bem como confiança nas relações de consumo, iniciando-se primordialmente com a questão da publicidade.

Para tanto, a prevenção e proteção nas relações que envolvam oferta de crédito, são temas que necessariamente deverão permear a possível atualização do Código de Defesa do Consumidor.

Por sua vez, o tratamento do consumidor que já se encontre superendividado também é de grande importância, diante da possibilidade de sua exclusão social em face da situação de insolvência individual ou familiar.

Lipovetsky assevera que atualmente prevalece o que se pode denominar de sociedade de hiperconsumo, na qual o indivíduo não deva ser tratado como réu perante o mercado, mas como parte integrante e que deva agir de forma consciente no contexto social, agora globalizado, e afirma:

Uma vertente da sociedade de hiperconsumo incita ao frenesi do sempre mais, sempre novo; a outra, baseada na informação, na dinâmica da autonomia subjetiva, nas aspirações de qualidade de vida e de identidade pessoal, leva os indivíduos a recusar um consumismo sem consciência, formatado e sob influência (2007, p. 345).

Este é o paradoxo da sociedade atual, pelo qual se busca, por meio de uma possível lei que trate do tema que a oferta de crédito e o consumo possam converter-se no verdadeiro equilíbrio nas relações de consumo.

Um possível projeto de lei apresentado pela Comissão Especial de Juristas no Senado Federal, necessariamente deverá ter como proposições primordiais a prevenção e regulação da 'falência' (grifo nosso) do consumidor e o tratamento deste no sentido de sua reinclusão social face seu estado de superendividamento.

A formação de uma consciência prudente face o consumo responsável vinculado inclusive ao pensamento ecológico global devem permear uma nova lei que ampare o consumidor em sua completude.

Como se pode concluir, o processo da globalização, em que pese trouxe a abertura dos mercados e a possibilidade de comunicação em tempo real, também acarretou em sérias consequências.

O avanço da tecnologia e dos meios de produção, o surgimento da sociedade de consumo em massa e a democratização do crédito representam uma das facetas da globalização. Se por um lado facilitam a vida, por outro acarretam inúmeros problemas, como a pobreza, a flexibilização do trabalho e conseqüente aumento do trabalho informal, e, como uma das problemáticas, o superendividamento do consumidor e a possibilidade de sua exclusão social.

O avanço da economia global não garante às sociedades futuras qualidade de vida e renda suficiente para suprir as necessidades mínimas dos cidadãos.

A lógica da globalização, oportuna para o capitalismo gerou locais propícios de trabalho barato no mundo, sem necessariamente elevar a renda dos trabalhadores, refletindo na qualidade de vida destes e na garantia do bem estar de sua família, visto que estes não conseguem fazer frente às dívidas assumidas em face do consumo democratizado.

Conclui-se, de acordo com Dupas que novas formas de estruturação do Estado devam pautar a realidade. Neste sentido:

Um novo ciclo de desenvolvimento auto-sustentado e politicamente suportado exigirá, pois, uma profunda reflexão sobre a natureza das novas relações entre o Estado, a sociedade civil e o setor privado, bem como a disposição dessas sociedades em eleger prioridades que poderão, por vezes, entrar em conflito com o primado absoluto do mercado (1999, p. 228).

A globalização parece estar a requerer governos fortes e ativos, e não fracos espectadores das forças do mercado.

No caso da possibilidade de edição de uma lei que trate do superendividamento do consumidor, este pode ser um dos caminhos a ser percorrido em busca de limitações às conseqüências da globalização.

## **5 CONCLUSÃO**

A globalização cria perspectivas novas de consumo, a qual a oferta de produtos e serviços via produção e comunicação de massa, seduzem e despertaram novos desejos ao consumidor moderno.

Por sua vez, a sociedade de consumo de massa passou a ter que preocupar-se com o lado negativo do consumo e suas conseqüências nas relações do indivíduo e do mercado, dentre elas, o endividamento excessivo dos indivíduos.

O superendividamento do consumidor passa a ser um problema social na medida em que põe em risco o mínimo necessário para a sobrevivência do indivíduo, afetando sua dignidade ao levar este a uma situação de exclusão social.

Também é um problema de ordem econômica, ao passo que a oferta de crédito democratizado, em sua concepção negativa, se apresenta como principal causa deste fenômeno. Por sua vez, trata-se de problema jurídico, visto que diante do aumento de sua incidência, a sociedade clama por uma regulação normativa.

Diante da perspectiva legislativa ante a ausência de tutela legal destinada ao tratamento das situações de endividamento excessivo no Brasil, por uma possibilidade de nova lei, os direitos do consumidor endividado excessivamente devem percorrer um caminho a fim de garantir-lhe ampla proteção, desde a fase pré-contratual até o tratamento visando sua reinserção ao meio social.

Referida atualização da lei consumerista, poderá fazer alusão especial à toda publicidade abusiva e enganosa que leve o consumidor a crer no crédito fácil, abrangendo também as formas de marketing agressivo que induza o consumidor ao crédito irresponsável.

O avanço da tecnologia e dos meios de produção, o surgimento da sociedade de consumo em massa e a democratização do crédito representam uma das facetas da globalização. Se por um lado facilitam a vida, por outro acarretam inúmeros problemas, como a pobreza, a flexibilização do trabalho e conseqüente aumento do trabalho informal, e, como uma das problemáticas, o superendividamento do consumidor e a possibilidade de sua exclusão social.

A globalização parece estar a requerer governos fortes e ativos, e não fracos espectadores das forças do mercado.

No caso da possibilidade de edição de uma lei que trate do superendividamento do consumidor, este pode ser um dos caminhos a ser percorrido em busca de limitações às conseqüências da globalização.

## REFERÊNCIAS

BATTELLO, Silvio Javier. *A (in)justiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva*. In: MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: RT, 2006.

BAUMAN, Zigmunt. *Globalização*. Tradução: Macus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

\_\_\_\_\_, Zigmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Tradução: Mauro Gama, Claudia Martineli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação*. In: MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: RT, 2006.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de responsabilidade civil*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. *Superendividamento: solidariedade e boa-fé*. In: MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: RT, 2006.

DUPAS, Gilberto. *Economia global e exclusão social: pobreza, emprego, estado e o futuro do capitalismo*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FARIA, José Eduardo. *O direito na economia globalizada*. São Paulo: Malheiros, 1999.

GIANCOLI, Brunno Pandori. *O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito*. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008.

HESSE, Konrad. *A força normativa da constituição*. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 1991.

IDEC. *Estudo sobre o Crédito e Superendividamento dos Consumidores* - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. 2008. Disponível em: < <http://www.idec.org.br>>. Acesso em: 22 mar. 2011.

KARSAKLIAN, Eliane. *Comportamento do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KILBORN, Jason J. *Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções*. In: MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: RT, 2006.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiências no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010.

\_\_\_\_\_, Clarissa Costa de. *O crédito e o endividamento: as duas faces da mesma moeda*. In: LIMA, Clarissa Costa de, BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz (Org.) *Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiências no Poder Judiciário*. Rio de Janeiro: GZ, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia da Letras, 2007.

MARQUES, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: RT, 2006.

\_\_\_\_\_, 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, Claudia Lima, CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado*. São Paulo: RT, 2006.

NISHIYAMA, Adolfo Mamuro. *A proteção constitucional do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NUNES, Rizzato. *Curso de direito do consumidor*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

\_\_\_\_\_, Rizzato. A proposta de "atualização" do Código de Defesa do Consumidor. 2011. Disponível em: <<http://www.epm.sp.gov.br>>. Acesso em 22 abr. 2011.

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

SARLET, Ingo Wolfgang. *Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais na Constituição Federal de 1988*. 9. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2011.

TARTUCE, Flávio. *Função social dos contratos*. 2. ed. São Paulo: Método, 2007.

TEPEDINO, Gustavo. *Direito civil e ordem pública na legalidade constitucional*. In: FERREIRA, Jussara S. A. Borges Nasser, RIBEIRO, Maria de Fátima (Org.). *Direito empresarial contemporâneo*. Disponível em <<http://www.unimar.br>>. Acesso em: 12 jun. 2011.

YUNES, Muhammad. *O banqueiro dos pobres*. São Paulo: Ática, 2000.

[http://www.tjpr.jus.br/portal.tjpr.jus.br/web/je/projeto\\_piloto](http://www.tjpr.jus.br/portal.tjpr.jus.br/web/je/projeto_piloto). Acesso em 20 jun. 2011.

---

<sup>1</sup> O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro define, no artigo 54 este modelo de contrato, denominando-o de Contrato de Adesão.

<sup>2</sup> Art. 48 - O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

<sup>3</sup> Embora o entendimento do CDC como subsistema, há que se considerar a idéia da construção do Direito Civil Contemporâneo e a proposta de diálogo das fontes, num sistema de coerência e harmonização da interpretação

---

entre as normas do CDC e outras leis infraconstitucionais, de forma a dar plena eficácia às normas Constitucionais e garantir a efetiva proteção do Estado face os direitos sociais e econômicos.

<sup>4</sup> Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

<sup>5</sup> Segundo Marques, são excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos (2006: 14).

<sup>6</sup> Wellerson Miranda Pereira (2006: 168), relata sobre a falta de lei específica que trate do superendividamento do consumidor. Por outro lado o autor enfatiza as inovações trazidas pelo CDC, como a instituição da política nacional das relações de consumo, visando proteger os interesses dos consumidores, promover a transparência das transações mediante a boa-fé e o equilíbrio nas relações de consumo.

<sup>7</sup> Conforme Rizzato Nunes em: A proposta de "atualização" do Código de Defesa do Consumidor. 2011. Disponível em: <<http://www.epm.sp.gov.br>>.

<sup>8</sup> De acordo com Chardin, a autonomia da vontade racional deve ser analisada em função da subdivisão desta em três tipos diferentes de autonomia, levando-se em conta a razão em todas elas, quais sejam: autonomia da vontade racional, a qual remonta a teoria clássica acerca do direito contratual, baseada na igualdade dos contratantes cuja vontade é presumidamente racional, mas não corresponde aos contratos de consumo, visto que relativizada. A autonomia da vontade exigida ou criada pelo legislador, cuja racionalidade é encarada como obrigatória. As duas primeiras autonomias resultam na autonomia da vontade educada, onde a razão age no processo decisório do consumidor. (CHARDIN, Nicole, *Le contrat de consommation de crédit et l'autonomie de La volonté*. Paris: LGDJ, 1988).