

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE DIREITO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS

GUSTAVO BEPLER DO AMARAL

**O SUPERENDIVIDAMENTO E A NECESSÁRIA EVOLUÇÃO DE SEU
TRATAMENTO PELO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

PORTO ALEGRE

2019

GUSTAVO BEPPLER DO AMARAL

**O SUPERENDIVIDAMENTO E A NECESSÁRIA EVOLUÇÃO DE SEU
TRATAMENTO PELO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientadora: Dra. Daniela Copetti Cravo

Porto Alegre

2019

CIP - Catalogação na Publicação

do Amaral, Gustavo Beppler

O SUPERENDIVIDAMENTO E A NECESSÁRIA EVOLUÇÃO DE SEU
TRATAMENTO PELO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO /
Gustavo Beppler do Amaral. -- 2019.

53 f.

Orientadora: Daniela Copetti Cravo.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Direito, Curso de Ciências Jurídicas e Sociais,
Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. Superendividamento. 2. Projeto de Lei. 3. Código
de Defesa do Consumidor. 4. Consumismo. I. Cravo,
Daniela Copetti, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

GUSTAVO BEPLER DO AMARAL

**O SUPERENDIVIDAMENTO E A NECESSÁRIA EVOLUÇÃO DE SEU
TRATAMENTO PELO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Aprovado em: ____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Nome do professor - instituição

Nome do professor - instituição

Nome do professor - instituição (orientadora)

Aos meus pais, irmãos, e toda minha família que, com muito carinho e apoio, não mediram esforços para que eu chegasse até esta etapa da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe, heroína responsável pela educação que tenho hoje e que, mesmo com todas as adversidades, sempre me apoiou e incentivou em todas as decisões da minha vida, com sobras de amor e atenção pelas quais sempre serei grato.

Ao meu pai, que sempre me evidenciou os valores que realmente importam em um ser humano, visão essencial para a perseverança em concluir este estudo.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, seu corpo docente, direção e administração, que me oportunizaram um ensino gratuito de qualidade.

À minha orientadora Dra. Daniela Copetti Cravo, por toda a dedicação e empenho alocados no auxílio à elaboração deste trabalho.

Meus agradecimentos aos colegas de trabalho, que me possibilitaram a flexibilidade necessária para a conclusão deste trabalho.

Meus agradecimentos aos meus irmãos, amigos e demais familiares, que fizeram parte da minha formação e que vão continuar presentes em minha vida.

E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

O presente estudo visa conceituar o Superendividamento, que impacta negativamente milhões de famílias, e contextualizar o fenômeno quanto ao mercado de consumo brasileiro, considerando, também, a metodologia do Direito Comparado. A temática do estudo contempla o superendividamento do consumidor brasileiro, em especial aquele de boa-fé, e evidencia que as ferramentas legais que temos, hoje, à disposição - como a importante Lei 8.078/90 - não são capazes de sanar totalmente o problema, deixando em relativo desamparo os consumidores de boa-fé que, por questões alheias a sua vontade, ficam impossibilitadas de adimplir com as suas dívidas.

Palavras-chave: Consumidor. Consumismo. Dívidas. Lei 8.078/90. Projeto de Lei. Superendividamento.

ABSTRACT

The present study aims to conceptualize over-indebtedness, which negatively impacts millions of families, and to contextualize the phenomenon regarding the Brazilian consumer market, considering the Comparative Law methodology. This study intent contemplates the over-indebtedness of the Brazilian consumer in good faith, and evidences that the legal tools available in the Brazilian law (like General Law 8.078/90) are not able to totally cure the problem, leaving in relative abandonment consumers in good faith who, for reasons beyond their control, are unable to comply with their debts.

Keywords: Bill. Consumer. Consumerism. Debts. Law 8.078/90. Over-indebtedness.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONSUMO	9
3. SUPERENDIVIDAMENTO	12
3.1. CONCEITO DE SUPERENDIVIDAMENTO	14
3.2. CLASSIFICAÇÕES DE SUPERENDIVIDAMENTO.....	16
3.3. AS CONSEQUÊNCIAS DO SUPERENDIVIDAMENTO	18
4. O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO	21
4.1. DIREITO FRANCÊS.....	23
4.2. EDUCAÇÃO.....	26
4.3. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRO	27
4.4. PROJETO DE LEI 3.515/2015.....	34
CONCLUSÃO	37
REFERÊNCIAS	39
ANEXO	42

1. INTRODUÇÃO

Consumir é uma atividade necessária e imprescindível na sociedade contemporânea, principalmente nos países capitalistas. O consumo, embora por si só não seja um problema, pode gerar, se mal administrado, mazelas individuais e sociais. O presente trabalho tem por enfoque um desses problemas: o superendividamento do consumidor de boa-fé.

O superendividamento é um fenômeno frequente na sociedade de consumo, e ocorre, em relação ao consumidor de boa-fé, quando este se encontra impossibilitado de saldar suas dívidas sem prejuízo de sua subsistência. Embora muitas vezes decorrente de circunstâncias imprevisíveis, como a perda de um emprego ou grave doença na família, há formas de mitigar, com atualização legislativa e majoração de ações educativas, o impacto negativo que esta mazela gera na sociedade.

O mercado de consumo é deveras concorrido entre as empresas atuantes em um mesmo setor, que, além de investir pesadamente em novos produtos e serviços, cujos lançamentos ocorrem em uma frequência cada vez maior, investem vultuosa quantidade de informações atualmente disponíveis na *internet* e recursos financeiros, com o fito de efetivar ainda mais suas estratégias de *marketing*. Neste sentido, o mesmo *marketing* direcionado às pessoas de alto poder aquisitivo é absorvido pelas pessoas com menor poder aquisitivo e, na maioria das vezes, sem a instrução adequada para construir um efetivo planejamento orçamentário familiar. Apesar disso, o crédito está disponibilizado massivamente no mercado, sob incontáveis formas que, várias vezes, dispensam até a análise da capacidade econômica do proponente.

Diante desse cenário, surgiu o superendividamento do consumidor na economia nacional, que gera, no âmbito individual, a dificuldade de o consumidor negociar um novo crédito, eventualmente, em condições mais favoráveis, para saldar sua dívida, visto que seu nome estará vinculado aos órgãos de restrição ao crédito. Ademais, o *stress* que assola um consumidor de boa-fé nesta situação, pode desencadear outros problemas pessoais e profissionais. No aspecto social, além da dificuldade de reinserção do consumidor superendividado, o que resulta em redução

de consumo em escala, temos que o índice de inadimplência está crescendo, de forma que os fornecedores precisam compensar seus prejuízos majorando preços ou taxas de juros, prejudicando a macroeconomia.

Para a realização deste trabalho, foram efetuadas pesquisas bibliográficas e análise de propostas legislativas em andamento. A partir deste estudo, verifica-se que é necessária a criação de mecanismos legislativos para a maior proteção do consumidor de boa-fé que esteja em situação de superendividamento, para que este consiga se readequar ao mercado de consumo, como, por exemplo, a facilitação de renegociações de dívidas. Outrossim, os fornecedores devem ser responsabilizados pela publicidade apelativa que, não raras vezes, incentiva a busca e a concessão irresponsável de crédito. Aliada à evolução legislativa sobre a temática, é de mister importância que haja maior providências educativas sobre o superendividamento.

Na segunda parte do trabalho, busca-se explanar sobre a história do consumo, antes e após a Revolução Industrial, até o ponto atual, no qual podemos identificar o excesso de consumo, muitas vezes fugaz. Após a Revolução Industrial, com o cenário de oferta massiva de bens, começa a ocorrer o problema do superendividamento e, não só por esse motivo, a elaboração de dispositivos jurídicos que protegessem o consumidor, parte vulnerável na relação consumerista.

Na terceira parte, adentra-se especificamente quanto ao núcleo temático do presente trabalho: o superendividamento, em especial a sua conceituação pela doutrina e principais causas e consequências – sejam difusas na macroeconomia ou especificamente em relação ao superendividado.

Na quarta parte do trabalho, evidenciam-se algumas ações em âmbito internacional que tratam o problema, comparando-se com a carência brasileira quanto às previsões desta temática e analisado as eventuais melhorias em trâmite. Neste sentido, por fim é apresentado o Projeto de Lei 3.515/2015, em pauta no Senado Federal do Brasil, que versa sobre a matéria.

2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONSUMO

Embora a utilização da moeda seja relativamente recente na história humana, o consumo sempre existiu. Consumir é uma atividade constante, rotineira e ininterrupta, que surge a partir da nossa mínima existência e se estende até o último momento de nossas vidas. Consumir tem, em um primeiro momento, o objetivo único e exclusivo de obter produtos ou serviços que alcancem as necessidades básicas de um indivíduo, para que se possa viver de forma digna.

Nos primórdios da humanidade, as famílias costumavam produzir seus próprios alimentos para suprirem às necessidades pessoais. Conquanto, devido à falta de especialidade, geralmente não conseguiam sanar todas as carências apenas com a produção própria. Neste contexto, surgiu a prática conhecida como escambo, indicando a troca de bens por outros bens, conforme o interesse das partes.

O escambo, todavia, nem sempre era justo, de forma que, não raras vezes, eram trocados bens valiosos por outros de menor valor, ante às necessidades urgentes de uma das partes. Neste viés, o início da comercialização tendo a moeda como balizador foi de grande valia para que essas relações se tornassem mais equânimes.

A moeda com as características que conhecemos hoje demorou a surgir. Contudo, assim como a moeda, as mercadorias mais populares nos escambos da época já harmonizavam as trocas, servindo como parâmetro para a avaliação dos bens. Essas mercadorias são referidas hoje como “Moedas-Mercadorias”.

Ou seja, determinado bem, pela sua popularidade, servia como balizador na avaliação de outros bens que estavam propícios ao escambo local. O sal, por exemplo, era uma moeda-mercadoria devido à difícil obtenção, principalmente no interior dos continentes, e à grande utilidade na conservação de alimentos.

A palavra “salário” tem como origem esse contexto da utilização do sal como moeda-mercadoria, em Roma, para o pagamento de serviços prestados. E, assim

como o sal, outras moedas-mercadorias deixaram sua marca em nosso vocabulário atual, como “pecúnia” e “pecúlio” (derivadas do latim *pecus*, que significa gado).

Em meados do século VII a.C., surgiram as primeiras moedas com as características que estamos acostumados a ver hoje: peso e valor definido, além do cunho oficial que serve como marca e garantia de seu valor. Na Grécia, por exemplo, eram cunhadas moedas de prata. No antigo território da Lídia, onde hoje se encontram algumas províncias da Turquia, diferentemente, eram utilizados lingotes ovais como moedas, fundidos com uma liga metálica de ouro e prata.

Com a utilização das moedas, passou-se a haver mais harmonia na precificação dos bens, embora o processo de criação dessas mercadorias e de sua precificação tenha mudado radicalmente após a Revolução Industrial.

No período da produção artesanal, no qual os produtos eram fabricados pela mesma pessoa de ponta-a-ponta, o artesão conhecia todas as etapas e o custo final da mercadoria. Com a Revolução Industrial e o surgimento das fábricas, com larga escala de produção e atuação específica do trabalhador em apenas uma etapa da produção do bem, houve ampla oferta de mercadorias a um custo baixo se comparado à época da produção artesanal.

A partir da Revolução Industrial, o mundo passou por um aumento exponencial do consumo, caracterizando, muitas vezes, o consumo que excede essa necessidade existencial, embasado no desejo e anseio de obter bens que nos propiciem maior conforto e identidade, mesmo que prescindíveis para a vida digna.

Zygmunt Bauman (2008, p. 41) explica este comportamento, denominado “consumismo”:

Pode-se dizer que o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de autoidentificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais.

O consumismo, atividade distinta do consumo, pode ser considerado uma das características do ser humano, porém não de impulso natural, mas uma atribuição desenvolvida pela sociedade de consumidores. Para que uma determinada sociedade seja atribuída pelo status de consumista, é necessário que o homem, de forma subjetiva, tenha em mente o desejo, grande vontade e o almejo da obtenção de bens de forma célere.

Essa era líquido-moderna não comporta o armazenamento de bens em longo prazo. Por outro lado, as necessidades insaciáveis resultam um consumo fugaz. Desta forma, bens são descartados e substituídos com frequência consideravelmente maior do que época da sociedade de produtores, gerando um excesso de consumo.

O mercado atual, direcionado para o consumo, é o principal fato desencadeador e formador de indivíduos consumistas. As empresas visam, cada vez mais, obter o lucro com a venda de seus produtos aos consumidores e, para isso, são usadas estratégias que induzem o consumidor a desejar produtos ou serviços de forma constante. Com este modelo de desenvolvimento mercadológico, é nítida a necessidade de transformação ágil das empresas, que sempre precisarão criar produtos que superem as características do anterior, para que o ciclo de consumo continue crescendo.

Embora, por si só, o aumento do consumo não seja prejudicial à sociedade, esse fenômeno gera consequências negativas, como o aumento da disparidade entre as classes sociais e o superendividamento. Esta realidade de consumismo muitas vezes, excessivo gera a necessidade de uma proteção estatal para proteger a parte mais vulnerável da relação consumerista: o consumidor, especialmente no que tange ao fenômeno do superendividamento.

3. SUPERENDIVIDAMENTO

No Brasil, a partir de 1994, tivemos uma estabilidade econômica que há anos não era vista, em virtude do êxito da implantação do Plano Real. Este cenário oportunizou uma concessão de crédito massiva às famílias de baixa renda, que puderam elevar seu padrão de vida com aquisições de bens de alto valor, inalcançáveis no período da hiperinflação, elevando consideravelmente o consumo.

Contudo, a facilidade do acesso ao crédito, em paralelo com o apelo publicitário que incentiva o consumismo, muitas vezes desmedido, tem gerado cada vez mais instabilidades das finanças dos consumidores que, visando adquirir os produtos e serviços que lhe são divulgados, comprometem os recursos devem ser dispendidos para a subsistência de sua família. Esse cenário - de recursos insuficientes para quitação de todas as obrigações assumidas – gera o racionamento de recursos pessoas para garantir a manutenção de requisições básicos para a subsistência da família.

O que se observa em nosso modelo de sociedade predominantemente consumista é que a facilidade de concessão de crédito por parte das instituições financeiras, associados ao *marketing* apelativo, tem gerado um cenário de insolvência de milhões de devedores, principalmente entre aqueles consumidores mais vulneráveis à influência da publicidade consumista, como os idosos.

Não se pode duvidar que a concessão do crédito é imprescindível para o desenvolvimento econômico de uma sociedade, pois permite o acesso de muitas famílias a produtos e serviços que são indicadores de qualidade de vida, o que demanda a produção em maior escala por parte das empresas, o que, conseqüentemente, aumenta a ofertas de vagas de empregos.

Com o crescimento exponencial da oferta de produtos e serviços no mercado de consumo, viu-se a oportunidade do aumento da oferta de crédito, principalmente às famílias de baixa e média renda. Tais créditos se materializam das mais diversas

formas, como o crédito consignado em folha de pagamento, o cartão de crédito e o cheque especial.

A oferta massiva de crédito é um dos principais fatores desencadeantes do superendividamento do consumidor de boa-fé. Este é um fenômeno que se materializa quando ocorre a impossibilidade de o consumidor saldar suas dívidas sem prejuízo de sua subsistência.

Uma sociedade de consumidores possui grande diversificação social no que tange à situação econômica. Contudo, apesar da grande desigualdade, característica da sociedade capitalista atual, as pessoas pobres são atingidas pela mesma publicidade que é direcionada às pessoas de maior poderio financeiro.

Diante deste cenário, observa-se que esta população pobre, atingida majoritariamente pela grande massa da publicidade capitalista, muitas vezes, não possui grau de instrução razoável em planejamento financeiro, e assim, visando atender aos anseios gerados pelas influências consumistas, considerando a facilidade de obtenção de crédito, assumem obrigações que, muitas vezes, não conseguirão honrar, gerando o superendividamento.

Um levantamento feito pela Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), em outubro de 2018, mostra que 62,4 milhões de brasileiros estavam com as contas atrasadas. Este número aumentou 3,9% em relação ao mesmo período de 2017.

O público onde foi percebido a majoração mais acentuada do índice de inadimplência trata das pessoas entre 65 e 84 anos, o qual cresceu 10% em relação ao mesmo período no ano passado. A estimativa é que 5,4 milhões de idosos estejam inadimplentes.

3.1. CONCEITO DE SUPERENDIVIDAMENTO

Fenômeno comum nas sociedades de consumo, o endividamento crônico possui várias denominações, como *over-indebtedness* (para os anglo-saxões), *überschuldung* (no alemão), *sobreendividamento* (em Portugal) e superendividamento (no Brasil).

No caso brasileiro, por sua vez, não existe legislação dispendo especificamente sobre a temática. Dessa forma, ante a ausência de uma fonte formal nacional para análise do instituto, os doutrinadores do país utilizam como base a lei francesa, tanto para nomear o superendividamento, como caracterizá-lo no ordenamento jurídico pátrio.

Cláudia Lima Marques (2006, p. 211) discorre acerca do superendividamento:

O superendividamento do consumidor é, na atualidade, um dos temas mais instigantes e socialmente relevantes, no que respeita à proteção do consumidor. Trata-se de um fenômeno social que assola, por fatores diversos, muitas das sociedades ocidentais, que se caracterizam como sociedades de consumo massificado. Todavia, tratar do superendividamento é tratar de um tema tão antigo quanto o próprio direito.

A mesma autora explana, ainda, um conceito objetivo quanto ao superendividamento:

O superendividamento pode ser definido como impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e 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 a sua capacidade atual de rendas e patrimônio.

[...] Esta minha definição destaca que o superendividamento é um estado de pessoa física leiga (o não profissional ou o não empresário, que pode falir), um devedor de crédito, que o contraiu de boa-fé, mas que agora encontra-se em uma situação de impossibilidade (subjativa) global (universal e não passageira) de pagar todas as suas dívidas atuais (já exigíveis) e futuras (que vão vencer) de consumo com a sua renda e patrimônio (ativo) por um tempo

razoável (a indicar que teria de fazer um esforço por longos anos, quase uma escravidão ou hipoteca do futuro para poder pagar as suas dívidas).

O rigor na conceituação do superendividamento visa evitar uma tutela estatal de cunho paternalista, o que prejudicaria o equilíbrio entre as partes e comprometeria o bom funcionamento da economia, na medida em que, se mal legislado, pode incentivar ainda mais a negligência do consumidor ao utilizar o crédito.

Também sobre o tema, Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald (2013, p. 245) lecionam que:

[...] o superendividamento representa a ruína e morte civil do consumidor. Trata-se da impossibilidade global de o devedor leigo e de boa-fé fazer frente ao conjunto de seus débitos atuais e futuros. A capacidade econômica do consumidor se torna inferior ao montante dos débitos atuais e futuros. A capacidade dos débitos, todos estes contraídos para atender às suas necessidades pessoais, entendendo como “necessidades” tudo aquilo que o mercado induziu o indivíduo a acreditar como essencial, mesmo em se tratando de bens supérfluos na maior parte das vezes.

Logo, conclui-se que nem toda pessoa em situação de inadimplência extrema se encaixa no conceito de superendividamento delineado pela professora Cláudia Lima Marques, tampouco para o efeito pretendido com a atualização do Código de Defesa do Consumidor. Há diferentes classificações de superendividados, alguns merecedores da tutela estatal e outros não.

3.2. CLASSIFICAÇÕES DE SUPERENDIVIDAMENTO

De acordo com a doutrinadora portuguesa Maria Manuel Leitão Marques (2000, p. 303 apud LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 25):

A dimensão do problema depende de muitas variáveis: da extensão e do tipo de endividamento, da variação nas taxas de juros, do grau de esforço das famílias e da sua educação financeira, do mercado de trabalho, da estabilidade familiar, da saúde ou da doença, da vida ou da morte. Mas como se provou em diferentes países, ao alargar o endividamento potenciamos sempre o sobreendividamento. Ele cresce nos diferentes ciclos e, mais do que um problema econômico, é sobretudo um problema social.

Com o fito de explicar os sujeitos vinculados a este problema, a mesma doutrinadora, com base na jurisprudência e doutrina francesa, classificou os casos em dois grupos, o que tem sujeitos ativos e o que tem sujeitos passivos, conforme as circunstâncias que geraram o fenômeno. Quanto ao superendividamento ativo, ainda há a subdivisão didática em dois subgrupos, consciente e inconsciente, conforme a característica do sujeito.

No superendividamento ativo consciente, o sujeito contrai a dívida já ciente da sua incapacidade econômica de honrá-las. Este superendividado age de má-fé, desde a celebração do contrato, com a intenção de enganar o credor. Diante da ausência de boa-fé, o superendividado ativo consciente não merece auxílio estatal para a sua recuperação, conquanto há ressalvas, inclusive, quanto à conceituação de superendividado para esses consumidores. Considera-se, para alguns doutrinadores, superendividados somente aqueles que assumem compromissos de boa-fé, contando que poderão adimplir as obrigações compactuadas.

O superendividado ativo inconsciente trata-se do consumidor que se compromete de forma desmedida e que, pela sua má gestão financeira, acaba por assumir despesas maiores do que a capacidade de adimplemento. Este se caracteriza pelo comportamento impulsivo e imprudente, evidenciando uma inaptidão em administrar seu orçamento, à medida em que cede aos estímulos ao consumo,

desejando bens e serviços de um padrão de vida além de sua capacidade econômica atual.

O superendividamento passivo, por sua vez, é aquele oriundo de circunstância externas e imprevistas em relação ao devedor, independentemente da inaptidão em gerir o patrimônio ou da eventual má-fé do consumidor. Cláudia Lima Marques explana que, geralmente, esses casos decorrem de acidentes da vida, como desemprego, redução de salário, divórcio, doença, nascimentos inesperados, acidentes ou falecimento de membros familiares.

Embora esses últimos sujeitos devessem ser os principais destinatários da tutela estatal nesta matéria, os atuais mecanismos de prevenção surtem poucos efeitos nessa modalidade de superendividamento, ante à imprevisibilidade dos fatos geradores.

3.3. AS CONSEQUÊNCIAS DO SUPERENDIVIDAMENTO

A expansão do crédito ao consumidor serviu como um instrumento de aceleração para o crescimento da economia, que resulta positivamente em produção de larga escala, que gera empregos e desenvolve empresas.

Todavia, a face negativa da expansão do crédito se manifesta no superendividamento, que impacta toda a sociedade, à medida em que esta é onerada, geralmente de forma indireta arcando com o aumento de preços e juros médio, para conter economicamente o prejuízo e, assim, evitar maiores mazelas sociais. Ou seja, na precificação de um produto por parte de seu fornecedor, são feitos estudos estatísticos visando prever o índice médio da inadimplência, considerando o cenário político e econômico do país, e esse índice de inadimplência esperada é compensado com o aumento do preço final do produto para todos os consumidores.

As instituições financeiras em especial, protagonistas quanto à concessão creditícia, compensam a inadimplência de sua carteira de crédito aumentando a taxa de juros média dos produtos, de forma que toda a sociedade é prejudicada com a majoração dos juros em um cenário de inadimplência crescente. Acontece que as taxas de juros vinculadas a esses créditos são calculadas essencialmente com base na capacidade de adimplemento da dívida. Logo, as famílias de baixa e média renda, com recursos econômicos limitados, são fortemente impactadas com juros, muitas vezes, abusivos.

Logo, percebe-se que o fenômeno não afeta apenas a família em situação de superendividamento, mas diretamente a sociedade, que acaba sendo ainda mais fragmentada pelo superendividamento. Se há um grande número de pessoas em situação de inadimplência extrema, o consumo diminui e conseqüentemente a geração de emprego e renda, o que prejudica o desenvolvimento da sociedade como um todo.

Ademais, destaca-se que o superendividamento exclui do mercado o consumidor que está nesta situação, em virtude da negativação de seu nome nos

órgãos de proteção ao crédito. Esta exclusão parcial do mercado de consumo é prejudicial à convivência das famílias que se encontram nesta circunstância, uma vez que a renda obtida não garante a subsistência, dificultando a sua reinserção no consumo, e, por consequência, contribui para a estagnação do desenvolvimento da economia nacional.

Ao dissertar sobre o problema do superendividamento, Cláudia Limas Marques, Clarissa Costa Lima e Káren Bertoncello (2010, p. 07, 08):

Embora seja inegável que o acesso ao crédito constitui ferramenta indispensável para o desenvolvimento das economias modernas, a grande complexidade dessas novas formas de contratação, que envolvem um conjunto intrincado de riscos, custos e responsabilidades, acaba por prejudicar a compreensão do consumidor a respeito dos termos e condições do negócio e, conseqüentemente, dificultar sua avaliação sobre a adequação do contrato a suas necessidades, interesse e, acima de tudo, possibilidades econômicas. Assim, essa assimetria generalizada de informações e conhecimentos potencializa a vulnerabilidade do consumidor, pois, a mais permitir a formação de falsas expectativas sobre os produtos e serviços adquiridos, pode conduzi-lo a escolhas impróprias e de conseqüências perversas - e não apenas no que tange a seu patrimônio, mas também a sua qualidade de vida, dignidade, saúde e segurança.

E isso é precisamente o que ocorre no chamado superendividamento, vicissitude que afeta a coletividade à proporção que se universaliza a oferta de crédito: verifica-se um grupo expressivo de pessoas físicas que querem, mas se veem impossibilitados de remirem a totalidade de suas dívidas nos termos inicialmente convencionados. Trata-se de revés inevitável, que compõe o risco inerente à atividade financeira e constitui contraponto indissociável do desenvolvimento fundado no crédito. Portanto, não pode ser considerado um problema pontual, individual, e sim uma contingência de responsabilidade da sociedade em geral, um fato coletivo e que encontra causa e manifesta efeitos no mercado como um todo – e, exatamente por isso, não pode ser ignorado.

Além de ser um grande problema social, que condena um número de pessoas cada vez maior à exclusão e a uma existência indigna, cingida ao pagamento perpétuo de uma dívida insolúvel, o superendividamento é também nocivo à economia, por retirar o consumidor do mercado, minimizando seu poder de compra e vedando-lhe novos investimentos. Como se percebe, é um fenômeno bastante complexo e que exige respostas justas e efetivas por parte da sociedade e do Estado, especialmente por meio da instituição de ações de prevenção e tratamento: da segurança jurídica daí proveniente depende o funcionamento sustentável e otimizado do mercado, de forma a garantir ao mesmo tempo o respeito à dignidade da pessoa humana e o desenvolvimento econômico

Ou seja, quanto ao plano prático, o cenário de avanço vertiginoso da tecnologia, com lançamentos de produtos e serviços cada vez mais frequentes, a publicidade apelativa induz o consumidor a consumir cada vez mais, muitas vezes além de sua capacidade financeira de adimplir com as obrigações assumidas. E, a partir do momento em que os consumidores não conseguem honrar as dívidas contraídas, surge o problema superendividamento.

O superendividamento se difere do mero endividamento, pois aquele, segundo o Núcleo de Tratamento do Superendividamento do PROCON de São Paulo, “é um endividamento superior ao normal e à capacidade do indivíduo em poder honrar com sua renda mensal. É um nível perigoso de endividamento”. O endividamento, por outro lado, “significa ter dívidas, ou seja, adquirir bens ou serviços parcelados que, no entanto, podem ser compatíveis com a renda, estarem previstas no orçamento doméstico e serem quitadas regularmente”.

4. O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

É inegável que o superendividamento impacta diretamente na qualidade de vida na dignidade do consumidor. Apesar disso, e também do notável crescimento estatístico do fenômeno em terras brasileiras, por vezes o problema ainda é tratado como descontrole individual, estereótipo que não contribui para a solução do problema e, assim, ajuda a manter o efeito prejudicial à sociedade.

O superendividamento, geralmente, atinge as classes menos favorecidas economicamente e com baixo nível de conhecimento, necessitando de auxílio e intervenção por parte do Estado para tentar diminuir os efeitos do fenômeno. Se de um lado é necessário que o consumidor seja mais disciplinado na gestão das suas finanças, de maneira a torná-lo mais comedido nas suas práticas de consumo, por outro lado a concessão de crédito ao consumidor deve ser realizada como uma prática responsável, permitindo que efetivamente contribua para uma melhor qualidade de vida do cidadão.

Diante do aumento da população que sofre com o fenômeno, nota-se que o tratamento que o ordenamento jurídico brasileiro confere ao problema não é capaz de atender as demandas da sociedade consumidora, considerando a economia de mercado agressiva e o excesso de demandas do Poder Judiciário. A análise deste cenário, por si só, põe em xeque o argumento de alguns doutrinadores no sentido de que o Código de Defesa do Consumidor já é apto a regular as lides resultantes do endividamento em excesso, não necessitando de qualquer reforma ou atualização.

Como alternativa para solucionar o problema, podemos considerar três iniciativas. A primeira diz respeito ao maior aparato legal para viabilizar renegociações entre credores e devedores de forma que o interesse de ambas as partes seja, pelo menos parcialmente, atendido. A segunda refere-se à responsabilização dos fornecedores que, na qualidade de parte mais forte da relação, utiliza métodos abusivos para prospectar clientela (fazendo uso, por exemplo, de propaganda enganosa ou informação não autorizada). A terceira e provavelmente mais efetiva a longo prazo, seria a efetiva educação financeira em qualquer idade, mas

principalmente na juventude, visando formar uma bagagem intelectual que, desde cedo, incentive a precaução financeira.

As duas primeiras iniciativas podem ser tratadas mediante atualização legislativa, como a proposta atualmente em andamento (Projeto de Lei 3.515/2015). A terceira, por sua vez, além do detalhamento normativo, exigirá a devida atenção de toda a sociedade.

4.1. DIREITO FRANCÊS

O superendividamento é um estrangeirismo, do francês, *surendettement*. Em Portugal, o mesmo fenômeno é chamado de *sobreendividamento*, do inglês, *over-indebtedness*. Portanto, a opção da doutrina e jurisprudência brasileiras pelo aportuguesamento do termo francês evidencia que o estudo do superendividamento no país evoluiu a partir da comparação com o direito francês.

A legislação da França define o superendividamento como a impossibilidade manifesta pelo devedor de boa-fé de quitar o conjunto de suas dívidas pessoais exigíveis e não pagas.

O superendividamento é regulamentado em várias partes do mundo, sendo a França referência sobre o tratamento deste tema. O ordenamento jurídico brasileiro, por outro lado, não possui, hoje, regulamentação específica a respeito deste tema – exceto alguns dispositivos pontuais, como, por exemplo, a Lei 10.820 de 2003, que limita em 30% da renda os descontos em folha de pagamento referente aos créditos consignados, ou em 35% quando se tratar de cartão de crédito consignado -, o que faz com que a doutrina e a jurisprudência pátria se utilizem do direito comparado francês e da analogia para tentar resolver os conflitos que envolvem a relação de consumo no aspecto do superendividamento.

A França, ao constatar que grande parte de sua população estava se endividando e ficando em situação de desespero financeiro, após intensos debates em seu parlamento, resolveu sancionar uma lei para tratar especificadamente dos casos de superendividamento. A lei francesa, intitulada “II Código de Consumo Francês: lei de tratamento das situações de superendividamento”, teve como base o Código de Consumo Francês, que foi criado em 1989. Esta lei foi criada com o propósito de prevenir e tratar os casos de consumidores pessoa física de boa-fé em situação de superendividamento que, de certa forma, eram excluídos da sociedade de consumo.

A iniciativa francesa ganhou destaque no cenário internacional. Pondera Werlleson Miranda Pereira (2010, p. 164, 165), por exemplo, que os principais objetivos da lei quanto à proteção do consumidor eram “por um lado garantir um consentimento racional e refletido sobre a dimensão global do endividamento em que aquele se engajava; ao mesmo tempo, visava garantir a lealdade nas transações confortando a confiança dos consumidores”. Entre as medidas estipuladas pela lei, destaca-se:

a) A exigibilidade do formalismo contratual, mediante fornecimento de instrumento obrigatoriamente escrito (oferta preliminar), que contém as informações essenciais sobre a modalidade contratual, notadamente a TAEG (Taxa Efetiva Anual Global), uma cifra percentual indicando o valor global do custo da operação - que deve incluir os juros remuneratórios e todos os demais encargos. No Brasil, o documento gerado pelas instituições financeiras que tem por objetivo centralizar as informações dispostas na TAEG, na França, é o demonstrativo de CET (Custo Efetivo Total) nas operações creditícias.

b) Obrigatoriedade de manutenção da oferta durante, pelo menos, quinze dias após o envio do instrumento de oferta preliminar, para conferir um prazo suficiente de reflexão acerca do endividamento eminente. O Código de Defesa do Consumidor Brasileiro prevê que os instrumentos de orçamento terão validade de 10 dias. Ademais, também é frequente se deparar com disposições de prazos diversos no próprio instrumento entregue ao consumidor.

c) A estipulação de um prazo de arrependimento (desdito) pelos estados-membros, durante o qual o consumidor pode “retirar-se” do contrato sem justificativa ou indenizações. A França adotou prazo mínimo de sete dias para o seu exercício após a aceitação da oferta. No Brasil, é de se reconhecer o mesmo instituto se materializando no Direito de Arrependimento, que prevê o prazo de 7 dias para compras feitas à distância (via *internet* ou telefone, por exemplo), sem a análise qualitativa por parte do consumidor sobre o bem que está sendo adquirido.

d) A interdependência entre o contrato de crédito e o contrato que este visa a financiar. Em casos de inadimplência, a lei também estabelece a forma de recuperação do bem, de modo a evitar enriquecimento sem causa.

e) A moderação na publicidade, visando evitar abusividade por parte dos credores. A exemplo dessas restrições, estão: divulgação de informações referentes às TAEG durante a publicidade e a abstenção de peças publicitárias que fazem uso da expressão “crédito gratuito”.

f) A explicitação das condições de abertura de crédito rotativo. Ou seja, além da obrigação de informação por escrito referente à taxa de juros, a legislação francesa também determina especialmente que, nos contratos de crédito rotativo em conta corrente (limite a título de cheque especial, por exemplo), sejam informados por escrito o limite de crédito permitido e a taxa anual de juros sempre que houver alteração. Ademais, o ordenamento jurídico francês impôs um teto para o percentual de juros nesses casos, evitando a usura e estabelecendo sanções para sua prática.

g) O direito do consumidor a receber um percentual de valor de abatimento sobre o valor da dívida, caso antecipe os pagamentos.

A legislação francesa evidencia ser um importante marco quanto às providências estatais para prevenir o superendividamento, inclusive estabelecendo o dever de aconselhamento do fornecedor ao consumidor. Nas palavras de Heloísa Carpena e Rosângela Lunardelli Cavallazzi (2006, p. 335, 336):

[...] a doutrina francesa criou a figura do dever de aconselhamento, ou obrigação de conselho que implica no dever de revelar ao consumidor os prováveis problemas da operação de crédito a curto e longo prazos, prevenindo-o e sugerindo soluções possíveis. Trata-se de personalizar a informação, cabendo ao fornecedor considerar não as características do homem-médio, mas daquele consumidor determinado, transmitindo a ele, de forma mais simples e compreensível, os riscos e as variáveis que envolvem a operação de crédito ao consumo.

4.2. EDUCAÇÃO

Como elemento importante para a prevenção do superendividamento, ressalta-se a necessidade de implementação de programas de prevenção e tratamento dos consumidores superendividados. Ou seja, a necessidade da atuação proativa dos entes públicos em implantar tais programas, haja vista que o superendividamento é um fenômeno jurídico de interesse social, político e econômico.

Um exemplo é o “Programa de Prevenção e Tratamento de Consumidores Superendividados é um trabalho do TJDFT”, desenvolvido pelos seus Centros Judiciário de Solução de Conflitos e Cidadania – CEJUSC. O programa tem por objetivo auxiliar os consumidores superendividados, orientando-os e promovendo sua participação em sessões de conciliação para renegociação de dívidas. A vantagem do programa repousa no fato de que os métodos alternativos de resolução de litígio são mais eficazes do que a prestação judicial imposta, que, em geral, demora a definir a lide em virtude da longa duração do processo.

Além dos projetos conduzidos pelos órgãos públicos, se faz necessária maior efetividade da educação financeira para a população, por este ser um instrumento capaz de ajudar permanentemente o consumidor e sua família a enfrentar os problemas financeiros. A educação financeira com enfoque nas causas que levam o consumidor ao superendividamento, com o compartilhamento de informações básicas sobre administração das finanças pessoais, auxílio para consolidação de hábitos positivos de consumo, com a distinção entre desejos e necessidades, e orientação quanto a planejamento orçamentário e definição de prioridade pode ser meio mais bem sucedido para que, a longo prazo, haja o saneamento do problema.

4.3. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

O cenário de produção massificada pós Revolução Industrial, aliado à despreocupação com o controle de qualidade na produção, fez surgir os problemas decorrentes das falhas dos produtos.

Os consumidores, à época da Revolução Industrial, embora responsáveis pelo faturamento das fábricas, encontravam-se em uma situação de vulnerabilidade perante os empresários. Muitas vezes, eram trabalhadores rurais que buscavam melhores perspectivas de vida na região urbana, trabalhando nas próprias fábricas de produção dos bens consumidos.

Embora existam estudos que evidenciam que já havia proteção jurídica ao consumidor nos ordenamentos jurídicos antigos, a exemplo do Código de Hamurabi (que previa, por exemplo, que se um arquiteto projetasse uma casa cujas paredes fossem deficientes, teria a obrigação de reconstruir ou adequar sem ônus ao consumidor), foi nesse contexto que se vislumbrou a necessidade de aperfeiçoamento das formas de proteção ao consumidor.

Alguns doutrinadores defendem que foi a partir do discurso do presidente estadunidense John Kennedy, em mensagem enviada ao congresso em 15 de março de 1962, que se desencadeou um amplo movimento mundial em defesa do consumidor, especialmente nos países desenvolvidos. Devido a isso, o dia 15 de março é conhecido como o Dia Internacional do Consumidor.

Em seu discurso, Kennedy elencou direitos fundamentais e inerentes ao consumidor, como o direito à segurança e à informação, o direito de escolha, o direito de ser ouvido e consultado, além do respeito à dignidade humana, direitos estes também contidos em nosso Código de Defesa do Consumidor.

Ainda, destaca-se a edição da Resolução 39/248, datada de 10 de abril de 1985, editada pela Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU),

como um marco do direito consumerista em todo o mundo, pois tal instrumento conferiu ao direito do consumidor o status de direito da humanidade.

No Brasil, na década de 1970, o consumidor passou a receber maiores cuidados no que tange à proteção de seus direitos sobre suas relações consumeristas. Nessa época, ante à instabilidade da economia brasileira – com problemas como a hiperinflação, recessão, aumento da dívida externa – era frequente, por exemplo, reclamações referentes à baixa qualidade dos produtos, em especial eletrônicos.

Em 1975, houve a criação da Associação de Proteção ao Consumidor (APC), em Porto Alegre. Já no ano de 1976, foi fundado o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor, hoje conhecido como Procon, em São Paulo. Este foi o primeiro órgão oficial que tinha como finalidade orientar os consumidores e promover acordo em situações de conflito nas relações de consumo. Até hoje, o Procon exerce uma função ímpar na economia brasileira, atuando também como intermediário para buscar soluções entre consumidores e credores em caso de superendividamento. Posteriormente, foram criados vários outros institutos que visavam à proteção do consumidor como o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro), o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDC), a implementação dos Juizados Especiais, dentre outros.

Em 1977, o deputado federal Nina Ribeiro apresentou o primeiro projeto de lei que visava à criação do Código de Defesa do Consumidor e, em 1988, com a promulgação da atual Constituição Federal, foram reiniciados os trabalhos para a elaboração do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Antes do texto constitucional havia legislação esparsa sobre a matéria, a exemplo do Decreto-Lei 869 de 1938, que trata de crimes contra a economia popular, e do Decreto-Lei 22.626 de 1943 (Lei de Usura), que muitos ainda caracterizam como marco do direito consumerista brasileiro.

Durante a elaboração do que hoje é conhecido como CDC, contando com nomes de peso na seara jurídica, o anteprojeto recebeu sugestões e críticas de

peças nacionais e estrangeiras e demais entidades e, em 1990, se tornou a Lei 8.078/90, nosso Código de Defesa do Consumidor.

A criação da Lei 8.078/90 foi um incomensurável avanço no ordenamento jurídico brasileiro, pois, visando à proteção do consumidor, formalizou um microsistema jurídico que busca a igualdade material em vez da formal. Se tratando da importância da criação do CDC, pondera Ada Pellegrini Grinover e Antônio Herman de Vasconcelos e Benjamim (2004, p. 06):

A sociedade de consumo, ao contrário do que se imagina, não trouxe apenas benefícios para os seus atores. Muito ao revés, em certos casos, a posição do consumidor, dentro desse modelo, piorou em vez de melhorar. Se antes fornecedor e consumidor encontravam-se em uma situação de relativo equilíbrio de poder de barganha (até porque se conheciam), agora é o fornecedor (fabricante, produtor, construtor, importador, ou comerciante), que, inegavelmente, assume a posição de força na relação de consumo e que, por isso mesmo, “dita as regras”.

Alguns juristas defendem que o Código de Defesa do Consumidor, além de meramente uma lei, é o microsistema jurídico mais importante após a Constituição Federal de 1988, pois regula satisfatoriamente as relações de consumo em diferentes searas, desde a compra de bens de pequeno valor a imóveis de alto padrão, além de garantir a proteção do consumidor nas complexas relações de serviços financeiros e bancários, por exemplo.

Contudo, embora indiscutível seja a sua importância, o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro ainda carece de dispositivos específicos para a prevenção e tratamento de um dos maiores problemas que assola a macroeconomia dos países capitalistas: o superendividamento do consumidor.

Para que se possa analisar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor ao superendividamento, se faz necessário entender os sujeitos que figuram na ocorrência deste fenômeno. O consumidor é definido de forma bastante abrangente pelo CDC, o que gera diferentes interpretações quanto à abrangência da qualidade de consumidor, e, conseqüentemente, os limites da tutela protetiva consumerista.

Neste sentido, Nehemias Domingos Melo (2010, p. 13) pondera:

Não se há de ficar adstrito à figura do consumidor *stricto sensu* previsto no caput do art. 2º, que prevê como tal aquele que seja destinatário final de um produto ou serviço, pois é forçoso que se amplie esta conceituação porque o legislador, no parágrafo único do mesmo artigo, criou a figura do consumidor por equiparação ao prever a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, desde que tenham intervindo nas relações de consumo, devem ser equiparadas a consumidores.

Para Leonardo de Medeiros Garcia (2006, p. 07), defendendo a ideia de Nelson Nery Júnior, o conceito de consumidor definido pelo CPC é composto por três elementos: o subjetivo (pessoa física ou jurídica), o objetivo (aquisição de produtos ou serviços) e o teleológico (a finalidade pretendida com a aquisição de produto ou serviço), este último caracterizado no CPC pela expressão “destinatário final”.

Essa definição explanada por Nelson Nery Júnior é chamada pela doutrina de “consumidor *stricto sensu*”. Tal conceituação, bem como o dispositivo legal, restringe a qualidade de consumidor a quem utiliza a mercadoria na figura de destinatário final. Não há, contudo, definição legal sobre o que significaria a expressão “destinatário final”, cabendo a definição à doutrina.

Diante deste cenário, surgiram na doutrina duas correntes de pensamento: a primeira denominada de finalista e a segunda de maximalista. A teoria finalista, visando restringir a proteção consumerista a quem mais necessita, considera que a expressão “destinatário final” deve ser interpretada de maneira restrita, sendo consumidor somente aquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço por último, colocando um fim na cadeia de produção.

Quanto à teoria finalista, Nehemias Domingos de Melo (2010, p. 17) escreve o seguinte:

Para os defensores da teoria minimalista, as pessoas jurídicas e os profissionais estão praticamente excluídos da proteção consumerista, pois os mesmos dificilmente poderiam ser considerados consumidores, na exata medida em que seus defensores reservam tal conceito tão somente para as

pessoas físicas que retiram do mercado de consumo um bem ou um serviço para seu uso pessoal ou de sua família, como usuário final, admitindo a pessoa jurídica só por exceção, quando seja pequena ou microempresa ou o profissional liberal.

A corrente maximalista, por outro lado, também denominada objetiva, defende que a expressão “destinatário final” deve ser interpretada da maneira mais ampla possível, maximizando a aplicação da legislação protetiva consumerista com o maior englobamento de pessoas no conceito. De acordo com essa corrente, é também considerado consumidor a pessoa física ou jurídica que adquiriu ou utilizou produto ou serviço com o fim de obter lucro.

Logo, independe, para os maximalistas, se o bem foi adquirido para uso próprio ou para colocá-lo novamente no comércio, basta simplesmente que o produto ou serviço seja retirado do mercado de consumo.

No entendimento de Cláudia Lima Marques (2002, p. 254), os maximalistas:

Veem nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor-não profissional. O CDC seria um código para a sociedade de consumo, o qual institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores ora de consumidores. A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário fático do produto, aquele que retira do mercado e o utiliza, o consome, por exemplo, a fábrica de celulose que compra carros para o transporte dos visitantes, o advogado que compra uma máquina de escrever para seu escritório.

Embora a teoria maximalista simplifique a definição de consumidor, esta desconsidera os requisitos da vulnerabilidade e da hipossuficiência. Por este motivo, em geral, o ordenamento jurídico brasileiro, bem como a doutrina e a jurisprudência majoritária, adotam a teoria finalista. Contudo, cabe ressaltar que os doutrinadores reconhecem que, em casos concretos, visando à correta aplicação do direito, se faz necessária a mitigação dos pressupostos da teoria finalista. Ou seja, a figura do

destinatário final se caracteriza pelo consumidor que se encontra em posição de vulnerabilidade, o que somente poderá ser verificado no caso concreto.

Esse abrandamento é tratado pela doutrina como uma subteoria do conceito de consumidor, chamada de teoria finalista mitigada, ou seja, considera-se consumidor tanto a pessoa que adquire para o uso pessoal quanto os profissionais liberais e os pequenos empreendimentos que conferem ao bem adquirido a participação no implemento de sua unidade produtiva, desde que, nesse caso, demonstrada a hipossuficiência, sob pena da relação estabelecida passar a ser regida pelo Código Civil.

Logo, de acordo com a teoria finalista mitigada, que está cada vez mais sendo adotada também na jurisprudência brasileira, uma pessoa jurídica, pode postular em juízo na qualidade de consumidora; contudo, deverá comprovar o seu estado de hipossuficiência e vulnerabilidade ao adquirir um bem ou serviço. Ainda estes não devem ter ligação direta com os insumos ou matérias-primas necessárias à efetivação de seus produtos.

O fornecedor, de acordo com o próprio CDC, é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Nota-se que dispomos também de um conceito bastante amplo de fornecedor, englobando todos aqueles que disponibilizam no mercado de consumo produtos ou serviços, não se limitando à formalização de uma pessoa jurídica formalizada para tal fim, embora seja mais comum que a figura da pessoa jurídica em vez da física nesta qualidade. Outrossim, o rol referido pelo CDC é meramente exemplificativo, podendo ser abarcadas, ainda, outras definições que não essas expressamente previstas no texto legal.

Isso se justifica pois o ordenamento jurídico brasileiro, em especial o Código de Defesa do Consumidor, parte do pressuposto de que o fornecedor está, durante a

relação de consumo, sob determinados aspectos, em uma posição de superioridade se comparado ao consumidor. Por este motivo, a legislação desenvolve mais dispositivos para proteger aos interesses do consumidor em vez do fornecedor e, assim, equilibrar a relação consumerista.

Atualmente, mais do nunca, se faz necessária a efetiva proteção do consumidor. Um dos motivos para tal é o período de transição que estamos vivenciando, o que alguns autores definem como a transição da Era Industrial para a Era da Informação, passando pela chamada Revolução Tecnológica.

Esta Revolução, além de alterar fortemente várias relações consideradas comuns ainda hoje – labor, educação, vínculo familiar, entre outros -, propicia novas tecnologias e ferramentas em velocidade exponencial para quem detiver condições de arcar essas soluções. Diante desse contexto, os grandes fornecedores, diante de sua pujança econômica, cada vez mais refinam suas estratégias de prospecção de clientes com o uso das novas tecnologias e de gigantescos bancos de dados em âmbito mundial.

Com essas possibilidades, que disponibilizam aos fornecedores subsídios para estratégias cada vez mais apelativas ao consumidor, é nítida a necessidade de uma proteção jurídica enfática para que se proteja o consumidor de boa-fé.

4.4. PROJETO DE LEI 3.515/2015

Em 2012, foi proposto no Senado Federal o Projeto de Lei 283, sob a iniciativa do Senador José Sarney. Em 28 de outubro de 2015, em turno suplementar, o projeto foi aprovado e, no dia 04 de novembro do mesmo ano, foi encaminhado para apreciação da Câmara dos Deputados, onde recebeu nova numeração: Projeto de Lei 3515/2015, cuja cópia segue anexa a esse estudo.

A proposta de alteração ao Código de Defesa do Consumidor é no sentido de aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor, dispondo sobre a prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando garantir o mínimo existencial e a dignidade humana.

A principal justificativa para a atualização do Código de Defesa do Consumidor é a grande incidência do superendividamento no país e a falta de regulamentação do tema, que deixa o consumidor superendividado sem amparo legal específico até mesmo para ingressar com uma ação judicial objetivando retirar-se da situação de superendividamento, além disso, será de suma importância para aos magistrados que terão embasamento legal quando fundamentarem as suas decisões em casos já existentes no judiciário, como as inúmeras ações revisionais propostas todos os anos no país. Destacando-se ainda a busca da prevenção e redução de sua ocorrência.

Para isso, a proposta, entre outras iniciativas:

a) Estabelece como direito básico do consumidor a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, como, por exemplo, hipóteses de revisão e repactuação da dívida;

b) Acrescenta ao CDC um capítulo exclusivo para tratamento e prevenção do superendividamento (VI-A). Este, aos artigos iniciais, define claramente os requisitos para a classificação de superendividamento - a impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo,

exigíveis e vincendas, sem comprometer o mínimo existencial. Conforme proposta, considera-se mínimo existencial aquela quantia mínima destinada à manutenção das despesas mensais relativas à sobrevivência, assim entendidas as despesas inerentes ao consumo de água, energia elétrica, alimentos, assistência médica, além de moradia e educação;

c) Atua pontualmente sobre o problema do superendividamento quanto ao crédito rotativo de cartão de crédito, definindo que a margem consignável não poderá ser superior a 35%, sendo os 5% destinados exclusivamente para a amortização de despesas contraídas com o cartão de crédito;

d) Amplia o prazo de reclamação do consumidor quanto ao aparecimento de vícios nos produtos e serviços, passando dos atuais 90 para 180 dias, no caso de produtos duráveis, e de 30 para 60 dias no caso de produtos não duráveis;

e) Altera o artigo 96 do Estatuto do Idoso (Lei 10.741/03), acrescentando que não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso.

A Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) foi atuante em manifestar suas preocupações quanto às alterações propostas, tendo como alguns argumentos:

a) A preocupação quanto a algumas terminologias que viabilizam interpretações abrangentes, que podem limitar indevidamente a oferta de produtos e serviços;

b) A disposição do projeto acerca de temas já tratados em normativos específicos que, desta forma, não seriam de competência do CDC. Um exemplo é a norma que estabelece em 35% a margem consignável da renda líquida do consumidor, tendo em vista que o limite aplicado atualmente já é disciplinado pela lei 10.820, de 2003;

c) A oposição quanto às sanções impostas pelo projeto, justificando que a falta de harmonização de procedimentos poderá gerar insegurança jurídica, com aplicação

indevida de medidas corretivas, multas arbitrárias ou extremamente elevadas, sem assegurar o devido processo legal, o contraditório e a ampla defesa, o que obrigará os fornecedores a buscar o judiciário para tenta anular a decisão que impôs a medida corretiva;

CONCLUSÃO

O presente estudo abordou um problema social que vem provocando transtornos à economia, pois as facilidades ao crédito de consumo têm feito as pessoas reféns do consumismo. O superendividamento do consumidor é um fenômeno que irradia efeito além das finanças do âmbito familiar, no momento em que envolve também a saúde dos indivíduos e até mesmo a economia de um país.

Embora o crédito seja o motor de consumo de uma economia, possibilitando que as pessoas adquiram tudo o que tem vontade, com a promessa de pagar o produto adquirido futuramente e em diversas parcelas, a expansão do crédito provocou uma crise de insolvência civil, gerando um desequilíbrio econômico e social nos países envolvidos.

Por isso, se evidencia mister o enfrentamento do superendividamento para impedir que o consumidor superendividado fique excluído do mercado de consumo e que os impactos do fenômeno na sociedade sejam mitigados. O superendividamento merece tratamento e regulamentação especial, o que ainda não há de maneira efetiva em âmbito brasileiro, visto que se trata de um fenômeno que envolve uma pessoa de boa-fé, que não possui momentaneamente condições de saldar suas dívidas, mas tem interesse de liquidá-las mediante conciliação e renegociação.

A doutrina brasileira utiliza a comparação com o Direito Francês para tratar sobre a matéria, visto que este se tornou uma referência mundial sobre a temática. Ainda assim, atualmente, o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro não especifica a proteção do consumidor superendividado, embora seus dispositivos possam ser utilizados para conciliar credor e consumidor superendividado nas relações de consumo, pois esses trazem à tona a proteção do consumidor em geral, reconhecendo a sua vulnerabilidade na relação de crédito, o dever de informação do fornecedor ao consumidor e, ainda, o dever do Estado de proporcionar ao consumidor a educação financeira necessária ao uso consciente do crédito.

A solução para tentar diminuir os efeitos negativos do superendividamento repousa na atualização do ordenamento jurídico brasileiro, a responsabilização dos fornecedores pela publicidade apelativa ou demais abusos eventualmente cometidos e, por fim, maiores providências educativas sobre o superendividamento.

O Projeto de Reforma do Código de Defesa do Consumidor, inclusive, ressalta a importância das medidas educativas para tratamento da mazela. Contudo, se torna imprescindível uma lei específica abordando detalhadamente os meios pelos quais essas mudanças irão ocorrer.

Ressalta-se que, com a aprovação da proposta legislativa, o superendividamento ativo consciente não seria contemplado pela tutela estatal e o superendividamento ativo inconsciente necessitaria de uma análise minuciosa ao fato concreto a fim de deferir ou não a tutela estatal. Por sua vez, o superendividamento passivo exige maior providência estatal. O modelo estadunidense conhecido como *fresh start* está sendo criticado ultimamente em virtude das várias exceções que apresenta, o que levanta o questionamento sobre a sua efetividade. Contudo, pode servir como parâmetro para a adoção de melhores práticas em terras brasileiras, viabilizando a efetiva renegociação e, em última hipótese, o perdão de dívidas.

REFERÊNCIAS

BOECHAT, Marcos. **O conceito de destinatário final para fins de aplicação do CDC.** Disponível em: <<http://www.esinf.com.br/texto-de-apoio-detalhes/?id=5>>
Acesso em: 20 de junho de 2019.

BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078compilado.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2019.

BRASIL. **Projeto de Lei 3515/2015.** Disponível em:
<<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>>. Acesso em: 20 de junho de 2019.

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

FRANÇA, Bruna Simões. **O superindivíduo no direito brasileiro e o Projeto de Lei 3515/2015.** Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=19129&revista_caderno=10> Acesso em: 20 de junho de 2019.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor código comentado e jurisprudência.** 2. ed. – Niterói, RJ. Impetus, 2006.

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

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

MARQUES, Maria Manuel Leitão. **O endividamento dos consumidores**. Coimbra: Almedina, 2000.

MELO, Nehemias Domingos de. **Da defesa do consumidor em juízo: por danos causados em acidente de consumo**. São Paulo. Atlas, 2010.

Museu de Valores do Banco Central do Brasil. **Origem e Evolução do Dinheiro**.

Disponível em:

<<https://www.bcb.gov.br/acessoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fhtms%2Forigevol.asp>> Acesso em: 15 de abril de 2019.

PEREIRA, Werlerson Miranda. **Superendividamento e crédito ao consumidor: reflexões sobre uma perspectiva de direito comparado**. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lurnadelli. MARQUES, Cláudia Lima (Org.). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo. RT, 2006. Cap. 6. p. 158-190.

SANTOS, Matheus dos. **Consumismo: do idealismo ilusório ao superendividamento do consumidor**. Disponível em:

<<https://jus.com.br/artigos/58682/consumismo-do-idealismo-ilusorio-ao-superendividamento-do-consumidor/3>> Acesso em: 15 de abril de 2019.

SCATOLINI, Lucas. **Mais de 62 milhões de brasileiros estão negativados, aponta SPC**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-10/mais-de-62-milhoes-de-brasileiros-estao-negativados-aponta-spc>> Acesso em: 20 de junho de 2019.

TOCALINO, Sebastião B. **Uma breve história do consumo**. Disponível em:

<<http://www.administradores.com.br/artigos/cotidiano/uma-breve-historia-do-consumo/93922/>> Acesso em: 15 de abril de 2019.

WODTKE, Guilherme Domingos Gonçalves. **O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR: AS POSSÍVEIS PREVISÕES LEGAIS PARA SEU TRAMENTO**.

Disponível em: <<http://conteudo.pucrs.br/wp->

[content/uploads/sites/11/2018/09/guilherme_wodtke_2014_2.pdf](#)> Acesso em: 20 de junho de 2019.

ANEXO

Projeto de Lei 3.515/2015 da Câmara dos Deputados.

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.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 4º:.....

IX - fomento de ações visando à educação financeira e ambiental dos consumidores;
X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.” (NR)

“Art. 5º:.....

VI - instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural;
VII - instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento.”

“Art. 6º:.....

XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e repactuação, entre outras medidas.” (NR)

“Art. 37.:.....

§ 2º É abusiva, entre outras, a publicidade:

I - discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança ou despreze valores ambientais, bem como a que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança;

II - que contenha apelo imperativo de consumo à criança, que seja capaz de promover qualquer forma de discriminação ou sentimento de inferioridade entre o público de crianças e adolescentes ou que empregue criança ou adolescente na condição de porta-voz direto da mensagem de consumo.” (NR)

“Art. 51. :.....

XVII - condicionem ou limitem de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário;

XVIII - imponham ou tenham como efeito a renúncia à impenhorabilidade de bem de família do consumidor ou do fiador;

XIX - estabeleçam prazos de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores;

XX - considerem o simples silêncio do consumidor como aceitação de valores cobrados, em especial em contratos bancários, financeiros, securitários, de cartão de crédito ou de crédito em geral, ou como aceitação de informações prestadas em extratos, de modificação de índice ou de alteração contratual;

XXI - prevejam a aplicação de lei estrangeira que limite, total ou parcialmente, a proteção assegurada por este Código ao consumidor domiciliado no Brasil.” (NR)

“CAPÍTULO VI-A

DA PREVENÇÃO E DO TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO”

“Art. 54-A. Este Capítulo tem a finalidade de prevenir o superendividamento da pessoa natural e de dispor sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor.

§ 1º Entende-se por superendividamento a impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de

consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação.

§ 2º As dívidas de que trata o § 1º englobam quaisquer compromissos financeiros assumidos, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada.

§ 3º Não se aplica o disposto neste Capítulo 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.”

“Art. 54-B. No fornecimento de crédito e na venda a prazo, além das informações obrigatórias previstas no art. 52 e na legislação aplicável à matéria, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre:

I - o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem;

II - a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento;

III - o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser no mínimo de 2 (dois) dias;

IV - o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor;

V - o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito.

§ 1º As informações referidas no art. 52 e no caput deste artigo devem constar de forma clara e resumida no próprio contrato, na fatura ou em instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor. § 2º Para efeitos deste Código, o custo efetivo total da operação de crédito ao consumidor consistirá em taxa percentual anual e compreenderá todos os valores cobrados do consumidor, sem prejuízo do cálculo padronizado pela autoridade reguladora do sistema financeiro.

§ 3º Sem prejuízo do disposto no art. 37, a oferta de crédito ao consumidor e a de venda a prazo, ou a fatura mensal, a depender do caso, deve indicar, no mínimo, o custo efetivo total, o agente financiador e a soma total a pagar, com e sem financiamento.”

“Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não:

I - fazer referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante;

II - indicar que a operação de crédito poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor;

III - ocultar ou dificultar a compreensão sobre os ônus e riscos da contratação do crédito ou da venda a prazo;

IV - 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 ou se a contratação envolver prêmio;

V - condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência de demandas judiciais, ao pagamento de honorários advocatícios ou a depósitos judiciais.

Parágrafo único. O disposto no inciso I do caput deste artigo não se aplica à oferta de produto ou serviço para pagamento por meio de cartão de crédito.”

“Art. 54-D. Na oferta de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou intermediário deve, entre outras condutas:

I - informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerando sua idade, saúde, conhecimento e condição social, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, sobre todos os custos incidentes, observado o disposto nos arts. 52 e 54-B, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento;

II - avaliar a capacidade e as condições do consumidor de pagar a dívida contratada, mediante solicitação da documentação necessária e das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados;

III - informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados cópia do contrato de crédito.

Parágrafo único. O descumprimento de qualquer dos deveres previstos no caput deste artigo, no art. 52 e no art. 54-C poderá acarretar judicialmente a inexigibilidade ou a redução dos juros, dos encargos ou de qualquer acréscimo ao principal e a dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original, conforme a gravidade da conduta do fornecedor e as possibilidades financeiras do consumidor, sem prejuízo de outras sanções e de indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ao consumidor.”

“Art. 54-E. Nos contratos em que o modo de pagamento da dívida envolva autorização prévia do consumidor pessoa natural para consignação em folha de pagamento, a soma das parcelas reservadas para pagamento de dívidas não poderá ser superior a 30% (trinta por cento) de sua remuneração mensal líquida.

§ 1º O descumprimento do disposto neste artigo dá causa imediata à revisão do contrato ou à sua renegociação, hipótese em que o juiz poderá adotar, entre outras, de forma cumulada ou alternada, as seguintes medidas:

I - dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original, de modo a adequá-lo ao disposto no caput deste artigo, sem acréscimo nas obrigações do consumidor;

II - redução dos encargos da dívida e da remuneração do fornecedor;

III - constituição, consolidação ou substituição de garantias.

§ 2º O consumidor poderá desistir da contratação de crédito consignado de que trata o caput deste artigo no prazo de 7 (sete) dias a contar da data da celebração do contrato ou do recebimento da respectiva cópia, sem necessidade de indicar o motivo.

§ 3º Para exercer o direito a que se refere o § 2º deste artigo, o consumidor deve:

I - remeter ao fornecedor ou intermediário do crédito, no prazo previsto no § 2º deste artigo, o formulário de que trata o § 4º, por carta ou qualquer outro meio de comunicação, inclusive eletrônico, com registro de envio e de recebimento;

II - devolver ao fornecedor, no prazo de 7 (sete) dias a contar da notificação de que trata o inciso I, o valor que lhe foi entregue, acrescido dos eventuais juros incidentes até a data da efetiva devolução, caso tenha sido informado previamente sobre a forma de devolução dos valores.

§ 4º O fornecedor facilitará o exercício do direito previsto no § 2º deste artigo mediante disponibilização de formulário de fácil preenchimento pelo consumidor, em meio físico ou eletrônico, anexo ao contrato, com todos os dados relativos à identificação do fornecedor e do contrato, e mediante indicação da forma de devolução das quantias.

§ 5º Para efeito do disposto neste artigo, o nível de endividamento do consumidor poderá ser aferido, entre outros meios, mediante informações fornecidas por ele e consulta a cadastros de consumo e bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados.

§ 6º O disposto no § 1º deste artigo não se aplica quando o consumidor houver apresentado informações incorretas.

§ 7º O limite previsto no caput não se refere a dívidas do consumidor com cada credor isoladamente considerado, mas abrange o somatório das dívidas com todos os credores.”

“Art. 54-F. São conexos, coligados ou interdependentes, entre outros, o contrato principal de fornecimento de produto ou serviço e os contratos acessórios de crédito que lhe garantam o financiamento, quando o fornecedor de crédito:

I - recorre aos serviços do fornecedor de produto ou serviço para a preparação ou a conclusão do contrato de crédito;

II - oferece o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor de produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal é celebrado.

§ 1º O exercício do direito de arrependimento nas hipóteses previstas neste Código, seja no contrato principal, seja no de crédito, implica a resolução de pleno direito do contrato que lhe seja conexo.

§ 2º Nos casos dos incisos I e II do caput, havendo inexecução de qualquer das obrigações e deveres do fornecedor de produto ou serviço, o consumidor poderá requerer a rescisão do contrato não cumprido contra o fornecedor do crédito.

§ 3º O direito previsto no § 2º deste artigo caberá igualmente ao consumidor:

I - contra o portador de cheque pós-datado, emitido para aquisição de produto ou serviço a prazo;

II - contra o administrador ou emitente do cartão de crédito ou similar quando o cartão de crédito ou similar e o produto ou serviço forem fornecidos pelo mesmo fornecedor ou por entidades pertencentes a um mesmo grupo econômico.

§ 4º A invalidade ou a ineficácia do contrato principal implicará, de pleno direito, a do contrato de crédito que lhe seja conexo, nos termos do caput deste artigo, ressalvado ao fornecedor do crédito o direito de obter do fornecedor do produto ou serviço a devolução dos valores entregues, inclusive relativamente a tributos.”

“Art. 54-G. Sem prejuízo do disposto no art. 39 deste Código e na legislação aplicável à matéria, é vedado ao fornecedor de produto ou serviço que envolva crédito, entre outras condutas:

I - realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compra realizada com cartão de crédito ou meio similar, enquanto não for adequadamente solucionada a controvérsia, desde

que o consumidor haja notificado a administradora do cartão com antecedência de pelo menos 7 (sete) dias da data de vencimento da fatura, vedada a manutenção do valor na fatura seguinte e assegurado ao consumidor o direito de deduzir do total da fatura o valor em disputa e efetuar o pagamento da parte não contestada;

II - recusar ou não entregar ao consumidor, ao garante e aos outros coobrigados cópia da minuta do contrato principal de consumo ou do de crédito, em papel ou outro suporte duradouro, disponível e acessível, e, após a conclusão, cópia do contrato;

III - impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou meio similar, que o consumidor peça e obtenha, quando aplicável, a anulação ou o imediato bloqueio do pagamento, ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos.

§ 1º Sem prejuízo do dever de informação e esclarecimento do consumidor e de entrega da minuta do contrato, no empréstimo cuja liquidação seja feita mediante consignação em folha de pagamento, a formalização e a entrega da cópia do contrato ou do instrumento de contratação ocorrerão após o fornecedor do crédito obter da fonte pagadora a indicação sobre a existência de margem consignável.

§ 2º Em se tratando de contratos de adesão, deve o fornecedor prestar previamente ao consumidor as informações de que tratam o art. 52 e o caput do art. 54-B desta Lei, além de outras porventura determinadas na legislação em vigor, ficando o fornecedor obrigado a, após a conclusão do contrato, entregar ao consumidor cópia deste.

§ 3º Caso o consumidor realize o pagamento da dívida do cartão por meio de débito em conta, é vedado à administradora ou ao emissor do cartão debitar quantia contestada pelo consumidor ou em disputa com o fornecedor, inclusive tarifas de financiamento ou outras relacionadas, se a existência da disputa ou da contestação tiver sido informada com antecedência de pelo menos 7 (sete) dias da data de vencimento da fatura.”

“CAPÍTULO V DA CONCILIAÇÃO NO SUPERENDIVIDAMENTO”

“Art. 104-A. A requerimento do consumidor superendividado pessoa natural, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas, visando à realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador credenciado no juízo, com

a presença de todos os credores, em que o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de 5 (cinco) anos, preservados o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, e as garantias e as formas de pagamento originalmente pactuadas.

§ 1º Excluem-se do processo de repactuação as dívidas de caráter alimentar, as fiscais, as parafiscais e as oriundas de contratos celebrados dolosamente sem o propósito de realizar o pagamento, bem como as dívidas oriundas dos contratos de crédito com garantia real, dos financiamentos imobiliários e dos contratos de crédito rural.

§ 2º O não comparecimento injustificado de qualquer credor, ou de seu procurador com poderes especiais e plenos para transigir, à audiência de conciliação de que trata o caput deste artigo acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos da mora.

§ 3º No caso de conciliação, com qualquer credor, a sentença judicial que homologar o acordo descreverá o plano de pagamento da dívida, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada.

§ 4º Constarão do plano de pagamento:

I - medidas de dilação dos prazos de pagamento e de redução dos encargos da dívida ou da remuneração do fornecedor, entre outras destinadas a facilitar o pagamento das dívidas;

II - referência à suspensão ou extinção das ações judiciais em curso;

III - data a partir da qual será providenciada a exclusão do consumidor de bancos de dados e cadastros de inadimplentes;

IV - condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem o agravamento de sua situação de superendividamento.

§ 5º O pedido do consumidor a que se refere o caput deste artigo não importa declaração de insolvência civil e poderá ser repetido somente após decorrido o prazo de 2 (dois) anos, contado da liquidação das obrigações previstas no plano de pagamento homologado, sem prejuízo de eventual repactuação.”

“Art. 104-B. Inexitosa a conciliação em relação a quaisquer credores, o juiz, a pedido do consumidor, instaurará processo por superendividamento para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes mediante plano

judicial compulsório, procedendo à citação de todos os credores cujos créditos não tenham integrado o acordo porventura celebrado.

§ 1º Serão considerados, se for o caso, os documentos e as informações prestadas em audiência.

§ 2º No prazo de 15 (quinze) dias, os credores citados juntarão documentos e as razões da negativa de aceder ao plano voluntário ou de renegociar.

§ 3º O juiz poderá nomear administrador, desde que isso não onere as partes, o qual, no prazo de até 30 (trinta) dias, após cumpridas as diligências eventualmente necessárias, apresentará plano de pagamento contemplando medidas de temporização ou atenuação dos encargos.

§ 4º O plano judicial compulsório assegurará aos credores, no mínimo, o valor do principal devido, corrigido monetariamente por índices oficiais de preço, e preverá a liquidação total da dívida em, no máximo, 5 (cinco) anos, sendo a primeira parcela devida no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, contado de sua homologação judicial, e o restante do saldo devido em parcelas mensais iguais e sucessivas.”

“Art. 104-C. Compete concorrentemente aos órgãos públicos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor a fase conciliatória e preventiva do processo de repactuação de dívidas, nos moldes do art. 104-A, no que couber.

§ 1º Em caso de conciliação administrativa para prevenir o superendividamento do consumidor pessoa natural, os órgãos públicos poderão promover, nas reclamações individuais, audiência global de conciliação com todos os credores e, em todos os casos, facilitar a elaboração de plano de pagamento, preservando o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, sob a supervisão desses órgãos, sem prejuízo das demais atividades de reeducação financeira cabíveis.

§ 2º O acordo firmado perante os órgãos públicos de defesa do consumidor, em caso de superendividamento do consumidor pessoa natural, deverá incluir a data a partir da qual será providenciada a exclusão do consumidor de bancos de dados e cadastros de inadimplentes, assim como o condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem o agravamento de sua situação de superendividamento, especialmente a de contrair novas dívidas.”

Art. 2º O art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), passa a vigorar acrescido do seguinte § 3º:

“Art. 96.:

§ 3º Não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Parágrafo único. A validade dos negócios e demais atos jurídicos de crédito em curso constituídos antes da entrada em vigor desta Lei obedece ao disposto na Lei anterior, mas os efeitos produzidos após a entrada em vigor desta Lei aos preceitos dela se subordinam.