

Antônio Carlos Efing

Doutor em Direito das Relações Sociais pela PUC/SP; Professor titular da Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR, onde leciona na graduação, especializações, mestrado e doutorado; Professor da Escola da Magistratura do Paraná; membro do Instituto dos Advogados do Paraná; Advogado militante em Curitiba/PR. Presidente da Comissão de Direito do Consumidor da OABPR. E-mail: ace@eradv.com.br.

Duília Sgrott Reis

Possui graduação em Direito pela Universidade Federal de Rondônia (1994). Atualmente é juíza de direito - Tribunal de Justiça do Estado de Rondônia. Mestre pela PUC/PR.

A AGRESSÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS PELO SUPERENDIVIDAMENTO

Antônio Carlos Efig
Duília Sgrott Reis

RESUMO

É possível prevenir o superendividamento do consumidor no Brasil? Este questionamento foi o motivador da presente pesquisa. Buscou-se inicialmente compreender a evolução histórica da sociedade pré-moderna e moderna, e posteriormente analisar-se os conceitos de crédito e superendividamento. Foi feita uma breve abordagem sobre o direito estrangeiro, em especial da França, quanto à prevenção e ao tratamento do superendividamento, que atinge a dignidade da pessoa humana, por não resguardar o mínimo existencial, ferindo, assim, direitos fundamentais, e excluindo o devedor do pleno exercício da sua cidadania e do mercado de consumo. Em seguida, fez-se a análise do Projeto de Lei 3.315/2015, em tramitação no Senado, que pretende regular a matéria no Brasil. Por fim, demonstrou-se o que pode ser feito para evitar o superendividamento, enquanto perdura a omissão legislativa. Utilizou-se a técnica de pesquisa bibliográfica, através da base lógica indutiva.

Palavras-Chave: Superendividamento. Direito do Consumidor. Sociedade Pós Moderna. Princípio da boa fé objetiva.

INTRODUÇÃO

Na sociedade pré-moderna os produtos para consumo eram produzidos de forma unitária, conforme a quantidade de pedidos formulados e se privilegiava a durabilidade e qualidade, o que acabava gerando a fidelização dos consumidores. O consumo era voltado tão

somente ao necessário.

Na sociedade moderna, ao reverso, os produtos são criados massificadamente e confeccionados em fábricas, sem preocupação com a individualidade e com a durabilidade, sendo, via de regra, descartáveis. Além disso, o consumo dos produtos acaba por gerar uma espécie de marca do consumidor quanto a sua personalidade, quanto ao seu estilo de vida, conhecimento e trabalho.

A publicidade realizada pelos meios de comunicação, através de diversos instrumentos, tais como *outdoors*, vinhetas e vídeos, seduz o consumidor com ideia de fornecimento de prazer instantâneo e ele passa a ser avaliado pelos demais pelo que possui e não pelo que é.

Bauman (Ob cit. P. 181) assevera que:

a cultura consumista é marcada por uma pressão constante para que sejamos mais alguém. Os mercados de consumo se concentram na desvalorização imediata de suas antigas ofertas, a fim de limpar a área da demanda pública para que novas ofertas a preencham. Engendram a insatisfação com a identidade adquirida e o conjunto de necessidades pelo qual se define essa identidade.

Através do *marketing*, cria-se uma vontade compulsiva de comprar que destrói o livre-arbítrio.(PEIREIRA, 2014, p. 182). O *marketing* mostra uma suposta falha na sociedade e incute a ideia de que a forma para acolmatá-la seria a aquisição de um novo bem, permitiria ao consumidor ser feliz e viver bem. Mas o direcionamento sobre a vontade do consumidor não para aí, os vendedores fazem o acompanhamento pós venda, que visa garantir sua fidelidade e de sua família para compras futuras, tendo em vista o custo para conquistar um novo cliente, cerca de cinco vezes mais caro, conforme José Benedito Pinho (1996, p. 132).

Bauman (1999, p. 227) afirma que “a liberdade do consumidor significa uma orientação da vida para as mercadorias aprovadas pelo mercado, assim impedindo uma liberdade crucial: a de se libertar do mercado, liberdade que significa tudo menos a escolha entre produtos comerciais padronizados”.

O consumidor é induzido pela publicidade a comparecer nos locais

de comércio mais visitados (*shopping center's*) e acaba por adquirir bens que não necessita para evitar a frustração e exclusão social. Esses bens estariam "defasados" porque teria ocorrido o lançamento de novos produtos.

Somam-se a esses fatos a concessão de crédito fácil, sem a verificação da real possibilidade do consumidor efetuar o reembolso desse crédito.

Todos esses fatores, em conjunto, têm gerado dois problemas para o consumidor: um de ordem psíquica denominada onimania ou compra compulsiva e outro de ordem jurídica, o superendividamento.

A primeira é caracterizada como um transtorno de personalidade e mental, classificado dentro dos transtornos do impulso. O portador desse transtorno "tem vontade de adquirir, mas não de ter", afirma o psicólogo Daniel Fuentes, coordenador do Ambulatório do Jogo Patológico (AMJO) do Instituto de Psiquiatria do Hospital das Clínicas. Segundo ele (Disponível em: < <http://www.usp.br/espacoaberto/arquivo/2001/espaco07abr/editorias/comportamento.htm>>. Consulta em 20 set. 2017.), a maioria dessas pessoas é composta por mulheres, mas todas possuem temperamento forte, são ágeis, dinâmicas, inquietas, perfeccionistas, possuem uma desenvoltura social e cultural maior, são imediatistas e muito inteligentes".

O indivíduo pode sentir alguns sintomas físicos como: ansiedade, taquicardia, sudorese e irritação. É uma condição crônica e o processo patológico se assemelha a de um dependente de drogas.

O segundo, superendividamento consiste na condição em que se "encontra o indivíduo que possui um passivo (dívidas) maior que o ativo (renda e patrimônio pessoal) e precisa de auxílio para reconstruir sua vida econômico-financeira" (CARPENA, 2006, p. 329.).

Crédito e superendividamento

MARQUES (Ministério da Justiça. p. 20) ensina que:

Crédito é um contrato real (se perfectibiliza com o ato da entrega

do dinheiro pelo fornecedor-banco, administradora do cartão ou financeira) em que cabe ao consumidor-devedor “pagar” os juros (preço do crédito) e devolver o principal corrigido, caso haja inflação e mais algumas taxas pelo uso deste tipo de crédito (com vários nomes, como comissão de permanência, taxa de administração, adiantamento depositante etc.)

A mesma autora (Ministério da Justiça. p. 20) acrescenta ainda que “o crédito representaria, o tempo que a pessoa adquire através dos contratos oferecidos no mercado ao consumidor, para poder pagar suas dívidas”.

No Brasil, o crédito é prestado por alguns operadores do Sistema Financeiro Nacional, mais especificamente os bancos, que se amoldam ao conceito de fornecedor, constante do art. 3º, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8.069/90). Neste sentido: Súmula n. 297, do Superior Tribunal de Justiça e decisão do Supremo Tribunal Federal na ADI n. 2.591.

O consumidor, normalmente, impulsionado pela publicidade e pela facilidade de crédito rápido, não tem consciência de que o crédito solicitado à instituição financeira não lhe pertence, lhe é cedido temporariamente mediante o pagamento do principal e encargos e, finda se colocando numa situação de maior vulnerabilidade, sobretudo porque não consegue analisar a real necessidade desse empréstimo. Segundo MARQUES (2010, p. 17) este fato decorre de um contexto cultural:

A economia de mercado, liberal e em desenvolvimento no Brasil, é por natureza uma economia do endividamento, mais do que uma economia de poupança. Na primeira, o consumidor gasta todo o seu orçamento familiar no consumo básico (casa, comida, água, luz, transporte, vestimenta) e precisa de crédito para adquirir bens de maior valor, móveis (geladeira, TV a cabo, fogão, berços, sofás etc.) e imóveis (casa própria, casa da praia etc.). Na segunda, o consumidor não gasta todo o seu orçamento familiar no consumo básico e então reserva uma quantia para colocar na poupança (ou investimento), planeja e espera meses até que o valor investido possa ser retirado e esta “poupança” utilizada para “consumir” os bens e serviços que

mais deseja (uma nova cozinha modulada, um home theater, um novo carro etc.).

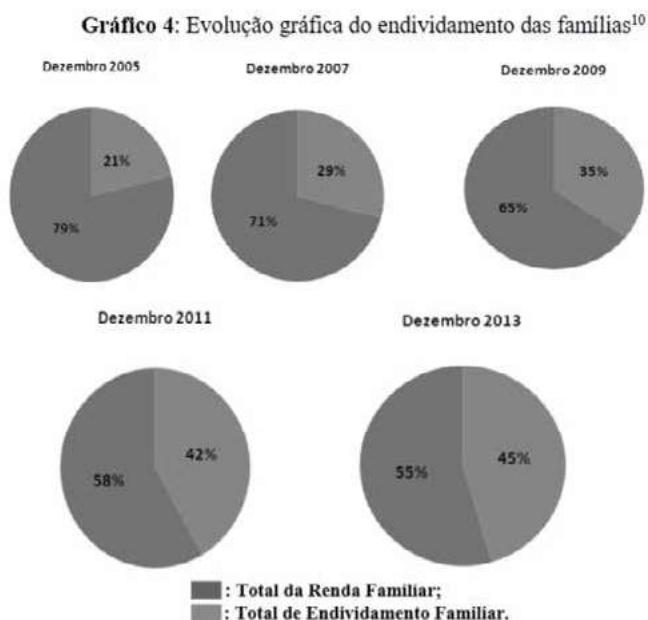
Corroborando essa ideia, pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas e encartada na obra SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL (2015, p. 15), demonstrou que no período de dezembro de 2005 a dezembro de 2013, a “renda e salários pessoais não acompanharam o aumento do montante emprestado em operações de crédito”. Houve um descompasso e, como consequência, a renda futura não foi suficiente para garantir a execução dos contratos de crédito, angariando como corolário o aumento da inadimplência.

Gráfico 5: Inadimplência do consumidor sem ajuste sazonal¹³



O mesmo fenômeno foi observado do ponto de vista das famílias, com aumento significativo da dívida em comparação à renda. Foi observado também que entre “dezembro de 2005, o endividamento familiar – porcentagem de renda das famílias dedicada ao pagamento de suas dívidas – era de 18,39%, enquanto que, em dezembro de 2013, o endividamento atingiu 45,48%” (Ob. Cit. P. 15). Na pesquisa também foi observado que houve uma demanda de crédito de todas as classes, sobretudo naquela de menor renda. Essas circunstâncias auxiliam a compreensão do fenômeno do superendividamento no

Brasil. Os gráficos abaixo ilustram a situação:



Recorte cronológico de 01/2005 a 12/2013. BCB/SGS.



MARQUES (2010, p. 21) sustenta que o superendividamento é “a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e

de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio". Para CARPENA (2010, p. 86.). O "superendividado é aquele que, em razão das dívidas contraídas para consumo próprio ou de sua família, viu comprometida sua sobrevivência com dignidade".

Não há um *quantum* que defina o valor mínimo do débito a partir do qual se pode considerar o devedor superendividado. Essa constatação decorre da análise comparativa entre o seu ativo e o seu passivo.

Na França, a legislação define o superendividamento no artigo L 330-1, do *Code de la Consommation*, como a impossibilidade manifesta da pessoa física, "devedora de boa-fé de honrar o conjunto de suas dívidas não profissionais, exigíveis e vincendas".

Os pressupostos para caracterização do superendividamento dependem geralmente de texto legal. No Brasil, a doutrina, diante da ausência de regulamentação, tem fixado como pressuposto objetivo que o consumidor superendividado seja pessoa física, pois ao reverso estar-se-ia falando de recuperação judicial. Quanto à natureza do crédito não se faz restrições sobre débitos contratuais ou legais, mas excluem as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos. No que diz respeito à extensão do endividamento, não há um valor predefinido, exige-se tão somente que os ganhos sejam inferiores aos gastos, de modo a comprometer a dignidade do consumidor e que essa circunstância seja duradoura.

Exige-se, ainda, que o consumidor endividado haja de boa-fé. EFING (2017, p. 47) destaca que "a boa-fé (seja como princípio ou como cláusula geral) deve permeiar todos os atos contratuais (desde a fase pré-contratual até a fase pós-contratual)", e acrescenta que "a boa-fé objetiva (cláusula geral) é aplicável ao direito das obrigações, determinando delimitação ao conteúdo dos negócios jurídicos (quer pela inserção de deveres e obrigações acessórias, quer pela hermenêutica da declaração de vontade). A boa-fé subjetiva é princípio informador da validade e da eficácia contratual" (Ob. Cit. P. 47.) e orienta outros princípios como a transparência, a confiança e a

lealdade das partes na relação contratual.

NETO (2017, p. 173.) salienta que a jurisprudência francesa costuma levar em consideração:

O número de empréstimos; o montante e a destinação dos fundos; notadamente o seu caráter suntuoso. Os motivos que conduziram ao endividamento; o nível intelectual que impede a ingenuidade e a torna inescusável; o perfil socioprofissional, etc. Assim, determina se é de superendividado ativo consciente ou inconsciente.

O superendividamento pode ser ativo, quando o consumidor, de forma espontânea, contrata excessivamente, ultrapassando seus limites de orçamento mensal, induzido pelas estratégias de *marketing* das empresas fornecedoras de crédito, tendo consciência que será inevitável a inadimplência e a inscrição no cadastro de inadimplentes. Essa classificação se subdivide ainda em superendividamento ativo consciente e inconsciente. No primeiro é que aquele que de má fé contrai dívidas, convicto de que não irá poder honrá-las, visando enganar o credor. Esse não recebe apoio Estatal, pois ausente o requisito da boa fé. O segundo, ativo inconsciente age impulsivamente e de maneira imprevidente deixa de fiscalizar seus gastos, deixando-se seduzir pelas tentações do consumo e da publicidade, buscando um padrão de vida mais elevado do que pode suportar.

O superendividado passivo ocorre quando o consumidor, por circunstâncias alheias a sua vontade, não consegue honrar suas dívidas devido a um acidente da vida, como problemas de saúde, desemprego, divórcio, nascimento de filho. "Rafaela Consalter fala em 80% (oitenta por cento); Karen Bertoloncello e Clarrisa de Lima, em 84,5% dos casos do Rio Grande do Sul e Rosângela Cavallazi, em 73%, no Rio de Janeiro" (Ob. Cit. P. 178).

Na jurisprudência francesa a regra é que o superendividado passivo sempre receba apoio do Estado, o ativo inconsciente, dependerá do caso concreto e o ativo consciente não tem nenhum apoio.

SENISE (Volume IV, n. 15, p. 88) afirma que "efeitos meramente didáticos, podemos mencionar que o instituto da falência está para a insolvência como a recuperação das empresas (antiga concordata)

está para o superendividamento".

O consumidor superendividado, muitas vezes, precisa optar entre pagar uma conta ou comprar gêneros alimentícios ou medicamentos para a família. Neste duelo, é compelido a pleitear mais crédito, agravando sua situação e entrando numa espécie de "bola de neve", da qual não consegue se desvencilhar sozinho.

Diante deste contexto fático, pode-se afirmar que o superendividamento dos consumidores de boa fé não é um fenômeno exclusivamente jurídico, mas também social, e precisa ser resolvido com uma solução conjunta, que possa dar condições ao consumidor de prevenir-se contra ele e se instalado, recuperar-se dele.

Regulamentação sobre superendividamento no mundo e no Brasil

O consumismo é um atributo da sociedade capitalista em que se vive e está associado ao processo econômico de contínua oferta, na qual as pessoas são induzidas a adquirir bens e serviços muito além de suas possibilidades, causando o superendividamento, que finda por expô-las a humilhações, discriminações e exclusões. Ele decorre da globalização, da facilidade da obtenção de crédito e do aumento exacerbado do consumo irresponsável. Nesse contexto, resta importante a distinção feita por Bauman (Ob. Cit. P. 87.) quanto ao consumo e ao consumismo: "De maneira distinta do consumo, que é basicamente característica de uma ocupação de seres humanos como indivíduos, o consumismo, é um atributo da sociedade".

MARQUES destaca que quatro palavras são chaves para compreensão deste problema mundial: consumo, crédito, boa fé e endividamento. Em relação à Europa, MARQUES (2010, p. 21) ensina que:

O superendividamento é uma espécie de falência do homem comum e é considerado um fenômeno estrutural daí dever ser tratado de forma global: "... o sobreendividamento, também designado por falência ou insolvência de consumidores, refere-se às situações

em que o devedor se vê impossibilitado, de uma forma durável ou estrutural, de pagar o conjunto das suas dívidas, ou mesmo quando existe uma ameaça séria de que o não possa fazer no momento em que elas se tornem exigíveis.

Nos países desenvolvidos discute-se há muito tempo o problema do superendividamento, havendo inclusive tutela legislativa. Cita-se como exemplos Dinamarca, França, Alemanha, Bélgica, Holanda, Áustria, Canadá, Inglaterra e Estados Unidos.

Em outros países como Espanha, Itália, Portugal e Brasil, há esforços da sociedade civil e dos doutrinadores da área de direito do consumidor para regulação deste problema, que exige conforme LISBOA (Volume IV, n. 15, 85) conhecimento de natureza “sociológica, ética, psicológica, econômica e jurídica, bem como uma interpretação cultural e antropológica da região onde surge o superendividamento”.

A legislação francesa, nesse contexto, tem servido de paradigma para os estudiosos brasileiros, em face da aproximação ao sistema romano-germânico de direito, bem ainda, em virtude da vanguarda quanto à legislação, em regular as relações entre fornecedores e tomadores de crédito (1989). Essa vanguarda decorre de um fato histórico ocorrido após as décadas de 70 e 80, em virtude da alta inflacionária geradora de uma maior disponibilização de crédito aos consumidores e de alguns problemas sociais (desemprego e divórcio), que tiveram como resultado cerca de duzentas mil famílias em situação de superendividamento.

A proteção e a tutela do superendividado é uma obrigação dos Estados, mas também uma responsabilidade dos consumidores e dos fornecedores, pois sem consumo não há rotatividade de capital.

EFING (Disponível em: < <http://www.conjur.com.br/2017-mai-10/garantias-consumo-pl-35152015-passo-tratamento-juridico-superendividado>>. Consulta em 28 set. 2017) destaca que o “superendividamento do consumidor brasileiro é assunto que gera preocupação socioeconômica, não apenas pelo fato de impactar negativamente no desenvolvimento do país, mas porque a Constituição da República centra com fundamento do Estado Democrático de Direito a proteção a dignidade humana”.

Nesse diapasão, no Brasil, o Projeto de Lei, nº 283/2012, de autoria do Senador José Sarney, que depois recebeu o n. 3.515/2015, fixa normas sobre crédito ao consumidor e sobre a prevenção do superendividamento, instituindo uma série de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do endividamento excessivo e incentiva práticas de crédito responsável, de educação financeira e de repactuação das dívidas.

As principais novidades do projeto supracitado são:

- desenvolvimento de ações de educação financeira do consumidor, inclusive com a sugestão de inclusão do tema em currículos escolares;
- instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento, incentivando práticas de crédito responsável, de educação financeira e de repactuação das dívidas;
- informação ao consumidor nos contratos de crédito dos dados relevantes da contratação (taxa efetiva de juros, total de encargos, montante das prestações);
- proibição de veicular publicidade de crédito com os termos "sem juros", "gratuito", "sem acréscimo", com "taxa zero" ou expressão de sentido ou entendimento semelhante;
- dever do fornecedor de esclarecer, aconselhar e advertir adequadamente o consumidor sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, assim como sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento;
- dever do fornecedor de avaliar a condição do consumidor de pagar a dívida, inclusive verificando se o mesmo se encontra com restrição nos órgãos de proteção ao crédito;
- limite de 30% da remuneração mensal líquida para o crédito consignado;
- estabelecimento de uma garantia legal de dois anos nos produtos e serviços. Isso significa que os produtos e serviços têm que ser prestados ou fabricados para durarem pelo menos dois anos sem vícios;
- proibição ao fornecedor de assediar ou pressionar o consumidor, principalmente idosos, analfabetos, doentes ou em estado de

vulnerabilidade agravada, para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito;

- correlação do contrato de crédito utilizado para financiar a aquisição de um produto ou serviço com o contrato principal de compra e venda. Assim, caso o consumidor desista do contrato de compra e venda do veículo, o contrato de crédito será cancelado também.

Em consulta à sua tramitação verificou-se que fora remetido em 13.06.2017, as Comissões de Direitos da Pessoa Idosa, de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviço e de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, sem data de retorno para nova votação, aprovação e implantação (Projeto de Lei n. 3.3515/2015. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>>. Consulta em 28 set. 2017.).

Soluções possíveis para a prevenção do superendividamento

O superendividamento dos consumidores de boa fé é um fenômeno social e jurídico gerado pela falta de educação financeira e pelo consumo irrefletido ou irresponsável, além da publicidade e marketing e da concessão irresponsável de crédito. Portanto para que seus efeitos possam ser minimizados, exige-se a atuação conjunta da sociedade civil e do Poder Público.

MARQUES (Ob. Cit. P. 26.) sustenta que o “maior instrumento de prevenção do superendividamento dos consumidores é a informação. Informação detalhada ao consumidor é um dever de boa-fé, dever de informar os elementos principais e mesmo dever de esclarecer o leigo sobre os riscos do crédito e o comprometimento futuro de sua renda”.

Essa informação pode ser dada através da educação financeira, compreendida, conforme a Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) (O Superendividamento e a educação financeira. Disponível em>. Consulta em 25 set. 2017), como:

O processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram a sua compreensão em relação aos conceitos e produtos financeiros, de maneira que, com informação, formação e orientação, possam desenvolver os valores e as competências necessários para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos nele envolvidos, e, então poderem fazer escolhas bem informadas, saber onde procurar ajuda e adotar outras ações que melhores o seu bem estar.

No Brasil, desde 22.12.2010, o Decreto nº 7.397, instituiu à estratégia nacional de educação financeira (ENEF), com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores. No portal da ENEF (<http://www.vidaedinheiro.gov.br/>) é possível encontrar livros sobre educação financeira para primeiro e segundo graus, bem ainda, vídeos que evidenciam experiências bem sucedidas.

Através da educação financeira o consumidor aprende a fazer o planejamento de sua vida financeira, avaliando suas necessidades, os riscos a que está exposto e como poderá saldar suas dívidas. Posteriormente é informado quanto a consumo consciente, avaliando a real necessidade de aquisição de um bem/serviço, sobretudo se houver necessidade de fazer financiamento com pagamento de juros. E posteriormente lhe são passadas informações quanto ao seus direitos e deveres e quanto aos órgãos estatais e civis que lhe dão proteção. Ex: Bemgasto.org; idec.org; portal do consumidor.gov.br.

No âmbito social, em São Paulo, a Faculdade de Medicina da USP (FMUSP), criou no ano de 2004 o ambulatório integrado para transtornos do impulso (PRO-AMITI), um serviço que trata da oniomania e outros tipos de transtornos (bipolaridade, dependência da internet, kleptomania, etc.).

Segundo a psicóloga Tatiana Filomesky (Disponível em: <<http://www5.usp.br/96164/compra-compulsiva-e-problema-de-saude-e-tem-tratamento>>. Consulta em 27 set. 2017.), coordenadora do Programa para comparadores Compulsivos do Pro-Amiti, "muitas das

vezes, o ato de comprar serve de remédio para a angústia e depressão. O ato de comprar desperta nas pessoas uma sensação de bem-estar, prazer e satisfação. No comprador compulsivo vai à busca dessa satisfação com uma frequência muito maior, porque não consegue atingir essa satisfação de outra maneira". O comportamento crônico e contínuo de gastar de forma descontrolada gera comorbidade, como transtorno de humor e ansiedade.

Assim, são feitos dois tipos de tratamento, um psiquiátrico com uso de medicamento e outro psicoterápico, realizado em grupo através de 20 (vinte) sessões, sendo uma por semana, nas quais se tenda fazer com o consumidor-paciente perceba os gatilhos que o levam a gastar acima do seu patrimônio ativo, que conta com o auxílio de economistas que tiram dúvidas sobre como tratar as adquiridas.

No âmbito judicial, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios tem um programa de prevenção e tratamento do superendividamento (Disponível em: < <http://www.tjdft.jus.br/institucional/2a-vice-presidencia/nupemec/superendividados/relatorio-da-pesquisa-de-satisfacao-do-usuario-e-de-impacto-2016> >. Consulta em 24 set. 2017.), coordenado pela Juíza Caroline Santos Lima, que atua em três frentes: prevenção, tratamento e audiências de conciliação. Na primeira, a equipe comparece aos órgãos públicos e empresas que solicitam a presença para explicar como funciona a organização financeira, a educação para lidar com as dívidas e como se desvincular do superendividamento. Na segunda fase, de tratamento é voltado aos que já solicitaram ajuda ao programa, no qual ocorre um atendimento psicossocial e com orientação financeira, através de oficinas e, somente depois, se dá início a terceira e última fase, de tentativa de renegociação da dívida (Disponível em: < <http://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/noticias/2017/agosto/juiza-do-tjdft-fala-sobre-o-programa-superendividados-a-tv-brasil> >. Consulta em 27 set. 2017.), com intuito de melhorar a qualidade de vida do consumidor, deixando de privá-lo do mínimo existencial. Como exemplos são relatados dois casos. O primeiro de uma funcionária pública cuja renda estava totalmente comprometida, retida pelo banco para o pagamento de juros de empréstimo consignado. O segundo, de um

casal com dívidas de mais de R\$ 200 mil, que já fez 15 acordos judiciais e extrajudiciais com os credores. Boa parte da dívida foi renegociada e o casal continua em acompanhamento.

No Rio Grande do Sul, também houve outra experiência no âmbito do Poder Judiciário, nas Comarcas de Charqueadas e Sapucaia do Sul, com respectivamente 33.808 e 135.956 habitantes, coordenados pelas juízas Clarissa Costa de Lima e Káren Bertoncello, implementado no período de outubro/2006 a abril de 2007 e, que se encontram descritas no “Projeto de Tratamento das Situações de Superendividamento do Consumidor” (Disponível em:< <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/manual-tratamento-do-super%20endividamento.pdf> >. Consulta em 20 set. 2017.), com a apresentação de estudos de casos.

Além dessas medidas que já estão sendo implementadas, poder-se-ia pensar em outras como: a) compelir o Poder Público a efetuar parte do gasto com propaganda institucional na elaboração de vídeos e cartilhas educativas, como ocorre com relação a cidadania, durante o período eleitoral e apresentá-los em horário nobre; b) incentivar associações civis e fornecedores de produtos do mercado promover a educação financeira dos consumidores, com incentivos fiscais de redução de cobrança de impostos; c) impulsionar as instituições financeiras a oferecer crédito ao consumidor, somente após a análise de sua condição financeira, em homenagem aos princípios da solidariedade e da boa-fé, que devem reger os contratos e não sendo cumprido, aplicar como penalidade a suspensão do pagamento dos juros, como ocorre na França.

LISBOA (Volume IV, n. 15, 92) sugere a “criação de comissões de superendividamento, dirigidas pelo Ministério Público e/ou pelo PROCON, para promover conciliação”, que teria a atribuição de elaborar um plano de pagamento de dívidas, podendo sugerir o reescalonamento, remissão de dívida, redução de taxa de juros, etc. e, não ocorrendo a conciliação a comissão poderia recomendar medidas a serem analisadas pelo magistrado da execução, que deverá avaliar se o consumidor agiu de boa fé e se encontra em situação de superendividamento.

Considerações Finais

A Constituição Federal de 1988 protege o consumidor e se funda no princípio da dignidade humana e na existência de um mínimo existencial, que permite ao ser humano ter direito a um conjunto de prestações estatais que assegure a cada indivíduo uma vida condigna (direito ao acesso a água potável, a luz, à saúde, a solvabilidade financeira).

Para que esses princípios possam ser concretizados é preciso que o consumidor tenha a possibilidade de compreender o mundo que o cerca na sociedade pós-moderna consumista. Essa possibilidade é de responsabilidade do Estado, através da elaboração de políticas públicas; dos fornecedores de produtos e serviços, através da observância dos princípios da transparência, informação; lealdade processual e boa fé e, da sociedade civil, através do incentivo à educação financeira.

A vontade direcionada dessas três esferas, Estado, fornecedores de produtos e serviços e sociedade civil, possibilitará que consumidor possa planejar sua vida financeira, avaliando suas reais necessidades de aquisição de novos bens ou créditos, com compreensão das manobras utilizadas nas campanhas publicitárias com o intuito de lhe induzir ao consumo como único meio de atingir o bem estar e ser feliz e assim permitir que seja afastado o superendividamento. Algumas experiências pequenas estão sendo adotadas no Brasil e tem sido exitosas, incumbe assim a cada um dar prosseguimento ao escopo na área em que atua.

Referências

BAUMAN, Zigmunt. Modernidade e Ambivalência. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.

BRASIL. CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei n. 3.3515/2015. Disponível em : <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>>. Consulta em 28 set. 2017.

CARPENA, Helena. Uma lei para os consumidores superendividados. Revista do Consumidor, n. 61. São Paulo: RT, 2010, p. 86.

CARPENA, Heloísa. CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: propostas para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Claudia Lima (Coord.). Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006.

CENTRO JUDICIÁRIO DE SOLUÇÃO DE CONFLITOS E DE CIDADANIA SUPERENDIVIDADOS – CEJUSC/SUPER (DF). Relatório de Pesquisa de satisfação do usuário e de impacto 2016. Disponível em: <<http://www.tjdft.jus.br/institucional/2a-vice-presidencia/nupemec/superendividados/relatorio-da-pesquisa-de-stisfacao-do-usuario-e-de-impacto-2016>>. Consulta em 24 set. 2017.

COSTA, Ana Paula Bonilha de Toledo. FERREIRA, Gustavo. O Superendividamento e a educação financeira. Disponível em: <<http://aida.org.br/site/artigo/o-superendividamento-e-a-educacao-financeira/>>. Consulta em 25 set. 2017.

EFING, Antonio Carlos. PL 3.515 é mais um passo no tratamento jurídico do superendividado. Disponível em:< <http://www.conjur.com>.

br/2017-mai-10/garantias-consumo-pl-35152015-passo-tratamento-juridico-superendividado>. Consulta em 28 set. 2017.

LEÃO, Izabel. Compra Compulsiva é problema de saúde – e tem tratamento. Disponível em: < <http://www5.usp.br/96164/compra-compulsiva-e-problema-de-saude-e-tem-tratamento>>. Consulta em 27 set. 2017.

LISBOA, Roberto Senise. CISNEIROS, Rafael Percovich. Superendividamento: o mal da pós modernidade. Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo. Volume IV, n. 15, 85. Disponível em: < https://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/76601/superendividamento_mal_pos-modernidade_lisboa.pdf>. Consulta em: 28 set. 2017.

LOPES, Laura. Quando gastar torna-se uma obsessão. Disponível em:< <http://www.usp.br/espacoaberto/arquivo/2001/espaco07abr/editorias/comportamento.htm>>. Consulta em 20 set. 2017.

MARQUES, Cláudia Lima. Prevenção e Tratamento do Superendividamento. Caderno de Investigações Científicas. Escola Nacional de Defesa do Consumidor (ENDC). Ministério da Justiça.

PEREIRA. Agostinho Oli Koppe & CALGARO, Cleide & VARELA, Willan Nilton. O superendividamento do consumidor brasileiro: aspectos jurídicos e sociais. Revista Luso Brasileiro de Direito do Consumo, vol. IV, setembro 2014.

PINHO, José Benedito. O poder das marcas. São Paulo: Summus, 1996.

PORTE, Antonio José Maristrello et al. (Org.). SUPERENDIVIDAMENTO NO BRASIL. Coleção FGV Direito Rio. Organizadores. São Paulo: Juruá, 2015.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL. Entrevista com a magistrada Caroline Santos Lima. Disponível em: <<http://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/noticias/2017/agosto/juiza-do-tjdft-fala-sobre-o-programa-superendividados-a-tv-brasil>>. Consulta em 27 set. 2017.