



Evento: XXVI Jornada de Pesquisa

SUPERENDIVIDAMENTO: UM OLHAR A PARTIR DO CONSUMIDOR EM TEMPOS DE PANDEMIA¹

OVER-INDEBTEDNESS: A LOOK AT THE CONSUMER IN TIMES OF PANDEMIC - SUPERENDIVIDAMENTO: UM OLHAR A PARTIR DO CONSUMIDOR EM TEMPOS DE PANDEMIA

Diego Rafael Ceconi de Souza²; Francieli Formentini³

¹ Pesquisa realizada no Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Direito da UNIJUI.

² Estudante do Curso de Graduação em Direito da UNIJUI, campus Santa Rosa; email: ceconidiego@gmail.com

³ Professora do Curso de Graduação em Direito da UNIJUI, mestre pela UNIJUI. Extensionista e Coordenadora do Projeto de Extensão “Conflitos Sociais e Direitos Humanos: Alternativas adequadas de tratamento e resolução”. Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso. Email: francieli.formentini@unijui.edu.br

RESUMO

Este trabalho de pesquisa visa analisar o fenômeno social denominado superendividamento, a fim de conceituar e definir quais são os critérios para que os consumidores se enquadrem na categoria de superendividados. Ademais, busca analisar quais medidas estão sendo adotadas para evitar, minimizar e tratar esse problema social. Neste trabalho, será abordado sobre as políticas públicas voltadas para tratar a crise do endividamento excessivo que assola a grande parte da população e suas famílias, porque cada vez mais consumidores são chamados de insolventes, maus pagadores e, em última instância são excluídos do ciclo social devido à incapacidade de pagar dívidas. Nesse sentido, para lidar com esse problema tão complexo e com tantas especificidades, além de outras medidas, é preciso educar consumidores e fornecedores para o consumo, bem como para conscientizá-los sobre os direitos e deveres relativos à relação de crédito, para que possam ter um equilíbrio na relação de crédito com os consumidores. Nesse sentido, há um longo caminho a percorrer, visto que a aprovação da legislação do superendividamento, Lei 14.181/21, é um mecanismo importante para a prevenção e o enfrentamento do superendividamento, especialmente para diminuir os impactos causados pelo cenário pandêmico, assim como em um futuro próximo.

Palavras-chave: Consumidores. Consumo. Crédito. Pandemia. Superendividamento.

ABSTRACT

This research paper aims to analyze the social phenomenon called over-indebtedness in order to conceptualize and define what are the criteria for consumers to fit into the category of over-indebted. Furthermore, it seeks to analyze which measures are being adopted to avoid, minimize and treat this social problem. This paper will address public policies aimed at dealing with the over-indebtedness crisis that plagues a large part of the population and their families, because more and more consumers are called insolvent, bad payers, and ultimately are excluded from



the social cycle due to their inability to pay debts. In this sense, to deal with such a complex problem with so many specificities, besides other measures, it is necessary to educate consumers and suppliers about consumption, as well as to make them aware of their rights and duties regarding the credit relationship. In this sense, there is a long way to go, since the approval of the over-indebtedness legislation, Law 14.181/21, is an important mechanism for the prevention and confrontation of over-indebtedness, especially to diminish the impacts caused by the pandemic scenario, as well as in the near future.

Keywords: Consumers. Consumption. Credit. Pandemic. Over indebtedness.

1 INTRODUÇÃO

O superendividamento está se tornando cada vez mais comum na sociedade capitalista, os indivíduos são constantemente incentivados a comprar bens e serviços, principalmente por meio de instituições financeiras que a todo instante oferecem créditos às pessoas. A oferta de crédito veiculado por diversos meios de comunicação de forma intrusiva incentiva o consumo indisciplinado.

É nessa situação que o crédito se tornou um elemento de extrema importância na sociedade, e seu surgimento possibilitou mudanças econômicas e sociais reais na sociedade. O aumento do poder de compra por meio da concessão de crédito é inerente à atual sociedade capitalista e está relacionado ao exercício do princípio da dignidade humana.

Este trabalho acadêmico visa identificar as causas e formas do endividamento excessivo por parte dos consumidores, assim como medidas que estão sendo tomadas para prevenir este incidente e, com isso, oferecer possibilidades de prevenção ao superendividamento e tratamento para aqueles que foram afetados por este fenômeno, buscando a minimização dos efeitos negativos.

Destaca-se a pesquisa realizada por meio de compilações bibliográficas disponíveis em meios físicos e online e das legislações do ordenamento jurídico brasileiro.

Em um primeiro momento, abordar-se-á acerca das relações de consumo na sociedade, bem como acerca da democratização do crédito e sua contribuição para a ampliação dessa questão e como o consumismo influencia a relação entre os indivíduos.

Em um segundo momento, o trabalho versará sobre o superendividamento em seus aspectos conceituais e suas características, sobre a boa-fé e as responsabilidades de consumidores e fornecedores quanto às consequências das relações de consumo, bem como acerca da legislação sobre a matéria. Por fim, avança-se no estudo, a partir do contexto da



pandemia, diante de fatos apresentados e objetivando fazer uma análise das condições financeiras dos consumidores e dos reflexos da pandemia (COVID-19).

2 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE DE CONSUMO

No contexto histórico, o consumo de bens, produtos e serviços tem se intensificado, não só por necessidades básicas, mas também em decorrência do consumismo. Nesse sentido, Jean Baudrillard (1981, p. 11), ao analisar as características do consumo na sociedade atual, e como o consumismo pode influenciar a relação dos indivíduos, enfatiza a importância do consumo e o impacto desse consumo na relação entre as pessoas ao afirmar que:

É preciso afirmar claramente, logo de início, que o consumo surge como modo ativo de relação. Mostra com muita perspicácia como é que as grandes corporações tecnocráticas suscitam desejos irreprimíveis, criando novas hierarquias sociais que substituíram as antigas diferenças de classes.

Deste modo, em uma sociedade imensamente capitalista, consumir está associado diretamente na ideia de felicidade e na aparência do indivíduo, bem como em seu reconhecimento social. De acordo com Zygmunt Bauman (2008, p. 61):

O valor mais característico da sociedade de consumidores, na verdade seu valor supremo, em relação ao qual todos os outros são instados a justificar seu mérito, é uma vida feliz. A sociedade de consumidores talvez seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui agora e a cada “agora” sucessivo. Em suma uma felicidade instantânea e perpétua.

Segundo Baudrillard (1981), há uma conexão entre consumo e abundância, que é criada pela multiplicação de bens, serviços e mercadorias materiais, ele afirma que os indivíduos não se encontram em meio a outros indivíduos, mas sim na companhia de objetos, dada a grande variedade de produtos no mercado. Livia Barbosa (2004, p. 59) endossa ao expor que:

[...] a ideia de que o consumo “produz” tipos humanos específicos. O consumo induz as pessoas à imitação, à competição por status como um dos principais modos de relações sociais, ao individualismo, ao consumo conspícuo e a sua exibição em detrimento de outras formas de sociabilidade



e, por fim, apregoa que a sociedade de consumo é hedonística do que outras formas de sociedade.

Sabe-se muito bem que abundância das sociedades está associada ao desperdício, muitos desperdiçam, gastam e consomem além do necessário. Nesse sentido, Baudrillard (1981) enfatiza que o desperdício é sempre considerado como delírio, uma disfunção do próprio instinto, que de certa forma impele o homem a queimar suas reservas e a comprometer através de uma prática irresponsável as próprias condições de vida.

Um fator que contribui para esse processo é o crédito, sendo inegável que nos últimos anos, o crédito chegou a diversos segmentos da sociedade brasileira, aliado com um significativo incremento na qualidade de vida. Nessa senda, Cláudia Lima Marques, Clarissa Costa Lima e Káren Bortoncello (2010, p. 20) trazem a definição de crédito:

Crédito é um serviço especializado e oneroso que só pode ser prestado por alguns fornecedores do Sistema Financeiro Nacional (regulado pela Constituição, como bancos e financeiras e submetidos, em sua maioria, aos ditames do Banco Central, à exceção dos cartões de crédito). 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 vantagem desse serviço é que ele permite que a população de baixa renda se integre à sociedade de consumo e estimula a obtenção de crédito, mas nem sempre a expectativa de inclusão social por meio da liberação do crédito é concretizada. Desta forma, Bauman (2003) frisa que as organizações de proteção ao consumidor têm debatido o acesso ao crédito para os grupos mais desfavorecidos, pois organizações costumavam tratar o crédito como uma forma de liberdade e autonomia habitacional.

Nesse contexto, também destaca-se o surgimento da Internet, a qual possibilita uma comunicação mais rápida, eficiente e com grande alcance. Além disso, se coloca como um grande espaço de oportunidades de novos canais de vendas, a exemplo dos e-commerce. Nas palavras de Rodrigo Ventura (2010, p. 7):



A Internet já alcançou mais de um quarto dos habitantes do planeta e está presente no cotidiano de seus usuários. Hoje, as pessoas buscam informação pela Internet, encontram outras pessoas pela Internet, se casam e se separam pela Internet, fazem compras, estudam, aprendem e trabalham utilizando a Internet. No futuro, a Internet estará cada vez mais presente na vida das pessoas. E isto também é válido para as empresas.

Com o avanço da tecnologia, o aumento do acesso à internet e o crescimento dos usuários de comércio eletrônico, faz com que as empresas também criem espaços de venda online, investindo no comércio eletrônico para atingir todos os públicos. Conforme Ventura (2010) explicita, os novos consumidores incluem as mais diversas faixas etárias, incluindo os adultos que nasceram antes da era da internet e tiveram que se adaptar ao novo comportamento do mercado e os jovens nascidos e crescidos após a população do acesso à internet, o que faz com que esse mercado seja cada vez mais ampliado.

3 A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR

A relação de consumo tem grandes impactos na economia, sendo tema de preocupação e discussões mundiais nas últimas décadas. Nesse sentido, em 1985, em Assembleia Geral da ONU, foram definidas as diretrizes para a proteção do consumidor, através da Resolução n. 39/248, de 09 de abril de 1985, que, dentre outras medidas, recomendou aos países membros da ONU o desenvolvimento de política de defesa do consumidor visando o reconhecimento e a proteção dos direitos do consumidor. Ademais, recentemente, a ONU também estabeleceu 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável a serem alcançados até 2030, dentre eles, destaca-se o Objetivo 12 “Consumo e Produção Responsáveis”.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 reconheceu a defesa do consumidor com um direito e garantia fundamental e a necessidade de proteção jurídica específica, ademais, determinou no artigo 48 das Disposições Finais Transitórias a elaboração do Código de Defesa do Consumidor para a fim de tutelar especificamente as relações de consumo e assegurar proteção ao consumidor. Sobre este aspecto Rafael Alencar Xavier (2016, p. 02) esclarece:

A proteção e defesa do consumidor tiveram assento na Constituição da República de 1988, não sendo ponderada em Constituições anteriores.



Em suas prescrições podemos notar a determinação da competência do Estado em promover, na forma prevista em Lei, a defesa do consumidor. Em 11 de setembro de 1990, fora promulgada a lei que dispõe sobre a Proteção do Consumidor e traz outras providências. Salienta-se que podemos nos embasar em outros instrumentos normativos (ex.: Ação Civil Pública – Lei nº 7.347, 24.07.85), que dão sustentáculo às entidades que defendem os direitos dos consumidores.

Na década de 1990, o consumidor brasileiro conquistou o Código de Defesa do Consumidor (CDC), especificamente a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que definiu as regras de relações de consumo e que foi formulada para proteger os anseios dos consumidores que é teoricamente a parte vulnerável nas relações de consumo. A partir do CDC foi possível a manutenção do equilíbrio econômico, conforme Bernardo Sorj (2000, p. 60) menciona:

O código de defesa do consumidor teve particular importância na sociedade brasileira por criar um espaço de direito onde, embora as partes não sejam iguais, os setores dominantes (no caso as empresas) têm um interesse objetivo em levar as reclamações em consideração e geralmente não se encontram diretamente protegidas pelo Estado ou pelo sistema de convenções sociais que assegura a impunidade dos grupos dominantes. A criação de novas instituições (os Procons) e mecanismos que permitem ao cidadão comum defender os seus direitos sem ter que recorrer à polícia ou ao sistema judicial comum foi fundamental para mobilizar os consumidores na identificação com os novos direitos.

Os direitos do consumidor são um dos direitos econômicos fundamentais. A Constituição Federal representa o dever do Estado em tratar igualmente a todos e, com isso, garantir a defesa do consumidor nos termos do artigo 5ºXXXII, da Constituição Federal de 1988:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. (BRASIL, 1988).

Até a promulgação da Constituição Federal em 1988 o consumidor não possuía tanta relevância no ordenamento jurídico, contudo, após 1988 foram asseguradas garantias fundamentais ao consumidor, tais como a função da União, Estados e Distrito Federal em



legislar sobre a produção e consumo, conforme artigo 24, inciso V “Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: [...] V – produção e consumo. Neste contexto Daniel Bucar Cervasio (2017, n.p.) endossa:

A Constituição de 1988 pautou como objetivo da República brasileira a dignidade da pessoa humana, para qual listou e conferiu os denominados direitos sociais (sobretudo em seu art. 6º), destinados a prover a pessoa de subsídios materiais necessários para a concretização de direitos fundamentais. O reconhecimento da efetividade dos direitos sociais vem ocupando, desde a segunda metade do século passado, a temática de estudos filosóficos-constitucionais, e o debate foi apresentado na doutrina jurídica brasileira por Ricardo Lobo Torres. No ano seguinte à Constituição de 1988, o aludido autor defendeu, em célebre artigo, a existência de um direito a condições mínimas de existência digna humana, denominando-o “mínimo existencial. Apesar de não expressamente previsto no texto constitucional (mas que dele se extrai), o mínimo existencial deveria ser protegido negativamente contra a intervenção do Estado e, ao mesmo tempo, garantido positivamente pelas prestações estatais.

Recentemente, foi aprovada a Lei n. 14.181 de 2021 que alterou diversos dispositivos do CDC, visando, dentre outras medidas, promover a educação financeira do consumidor, e ações de prevenção e tratamento do superendividamento do consumidor brasileiro. Ademais, também há diversos projetos de lei tramitando em busca do aperfeiçoamento das matérias vinculadas aos direitos do consumidor.

4 O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

O imediatismo e conveniência de crédito tornam possível que os consumidores contraiam obrigações financeiras além de sua capacidade de pagar, causando, muitas vezes, o endividamento e, até mesmo, o superendividamento do consumidor. Os consumidores nesta situação levantam um problema social, o que leva a não cumprirem suas obrigações na data do vencimento, o que poderá resultar em falência civil.

O superendividamento tem impactos econômicos, sociais e familiares. Isso ocorre porque ele exclui consumidores do mercado, prejudica a vida de toda a família em termos de renda, gerando dificuldade para reingressar no mercado de consumo, portanto, isso contribuiu para a estagnação da economia nacional e, até mesmo, para os relacionamentos. Neste caso, se



por um lado é necessário que o consumidor seja mais autodisciplinado na gestão dos bens, para que possa ser mais contido e organizado em seus hábitos de consumo, por outro lado, a concessão de crédito ao consumo deve ser feita como uma prática responsável para que de fato contribua efetivamente para a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos.

O superendividamento pode ser causado por uma variedade de fatores, desde circunstâncias acidentais até consumo descontrolado. Portanto, pode-se dizer que esse fenômeno é caracterizado pela insuficiência de recursos econômicos pessoais, sendo que nas palavras de Rodrigo Zeidan (2015, p. 07) “O superendividamento é caracterizado por um descompasso entre a renda do indivíduo e a capacidade de pagamento de dívidas.”

Ressalte-se que o superendividamento pode ser dividido em duas categorias: superendividamento ativo e passivo. Assim, com base na definição de Marielza Brandão Franco (2012, p. 13):

O superendividamento é ativo quando o consumidor de alguma forma, mesmo agindo de boa-fé, contribuiu para se colocar nesta situação aflitiva, quer por não ter planejado os seus gastos ou os compromissos assumidos, quer por ter acumulado dívidas acima dos seus rendimentos auferidos ou que esperava auferir.

No que diz respeito a forma ativa, pode ser consciente ou inconsciente. Esta classificação é baseada na contribuição ou não do devedor para a instituição da dívida. Gentil de Faria, Marcelo de Lucca, e Natan Della Valle Abdo (2019, p. 59) tratam:

Portanto, o superendividamento ativo consciente, aquele que contrai suas dívidas já com a intenção de não pagá-las, não faz jus ao amparo estatal visando sua recuperação do estado em que se encontra, ante a falta de requisitos essenciais: a boa-fé.

Já o superendividamento ativo inconsciente contrai dívidas maiores do que seus vencimentos ou patrimônio podem honrar, porém sempre com a intenção de honrá-las, crendo em sua capacidade de pagamento. Nesta modalidade o agente contrai as dívidas de boa-fé com *animus solvendi*. Tais dívidas são contraídas por impulso visando a resolução imediata de alguma necessidade.

De outra banda, haverá superendividamento passivo conforme o comportamento do consumidor e a responsabilidade advém de circunstâncias externas, além do conceito do superendividamento a doutrina também faz uma distinção bastante interessante quando as



espécies de superendividamento. Nessa direção, Marielza Brandão Franco (2012, p. 13) conceitua o endividamento passivo:

Já o superendividamento passivo se refere àquele em que o consumidor foi surpreendido com um fator externo, não previsível, que o impossibilitou de honrar seus compromissos financeiros, como, por exemplo: doença grave de um membro da família, desemprego, morte do provedor, acidente, desabamento da moradia, enchente com perda de bens móveis e imóveis, etc.

Por se tratar de uma questão social nova, é importante um debate social e jurídico mais aprofundado e constante para analisar esse complexo fenômeno, pois ele se originou de crescimento econômico e redução do ônus do crédito de forma irresponsável e excessiva, seja por parte dos consumidores que consomem descontroladamente, seja por parte dos fornecedores que concedam crédito sem conhecer a real situação de seus clientes. A respeito da matéria Bertoncello, Lima e Marques (2010, p. 25) discorrem:

A massificação do acesso ao crédito, que se observa nos últimos anos, a forte privatização dos serviços essenciais e públicos, agora acessíveis a todos, com qualquer orçamento, as duras regras do mercado em que o nome no SPC e SERASA pode significar a impossibilidade de conseguir novo emprego, a nova publicidade agressiva sobre crédito popular nas ruas e por meio dos “pastinhas”, a nova força dos meios de comunicação de massa e a tendência de abuso impensado do crédito facilitado e ilimitado no tempo e nos valores, inclusive com descontos em folha e de aposentados, pode levar o consumidor e sua família facilmente a um estado de superendividamento.

Frente a essa situação passou a se pensar em estratégias, para auxiliar esses consumidores que se viam privados do mínimo existencial por conta do endividamento, a primeira iniciativa consistiu nº PL 3.515/2015 que tem por objetivo melhorar a disciplina do crédito ao consumidor e fornecer disposições para a prevenção e o tratamento do superendividamento. A partir de então, foi aprovado pelo Senado em 12 de maio de 2021, e após a sanção do Presidente da República foi transformado na Lei Ordinária 14.181/2021.

A Lei do Superendividamento, destaca em seu art. 1º, a necessidade de promover a educação financeira do consumidor, práticas de crédito responsáveis, e resolução extrajudicial de conflitos.



A aprovação da referida lei foi uma medida de urgência, em razão da necessidade de normatização para a problemática do endividamento, agravada pela Pandemia do Covid-19, causada pelo SARS-CoV-2 ou o novo coronavírus, que não só produziu efeitos biomédicos e epidemiológicos em escala global, mas também produziu efeitos sociais, econômicos, políticos, culturais e históricos sem precedentes. Fernando Jasper (2020) analisa os efeitos da pandemia sobre a ótica da economia, na qual foi afetada pela maior queda no consumo das famílias nas últimas duas décadas. Segundo Jasper a economia brasileira encolheu 1,5% no primeiro trimestre deste ano em relação aos últimos três meses de 2019, o que compensou os efeitos sazonais, já na comparação com o primeiro trimestre do ano passado, a queda foi de 0,3%.

A pandemia vem afetando severamente o orçamento das famílias brasileiras em geral. Com recordes de informalidade que o país já vinha apresentando antes mesmo da crise sanitária, muitos trabalhadores ficaram totalmente desamparados ao perderem sua fonte de renda pela necessidade de distanciamento social para conter o novo coronavírus. No entendimento de Jones Figueirêdo Alves (2020), as famílias não podem perder o poder de aquisição de seus bens essenciais, como moradia, segurança e saúde. Neste sentido Alves (2020, n.p) enfatiza que:

Os tempos jurídicos da pandemia são de humanidades reclamadas, de sentimentos solidários comuns e de responsabilidades sociais conjugadas, impondo-se aperfeiçoar, as relações jurídicas e sociais, para o direito e a sociedade aprenderem melhor manejar as dívidas e o incumprimento justificado e acidental dos devedores sob a ótica de um capitalismo humanista.

No contexto da crise econômica alavancada pela pandemia, ocorre a transição para uma nova realidade de mercado e consumo, pois a vulnerabilidade do consumidor se encontra acentuada, em virtude da redução de renda decorrente dos inúmeros fatores sociais e econômicos que estão ocorrendo, de modo que a busca pela contratação de crédito aumenta e, muitas vezes, em virtude da completa aflição. Na visão de Clarissa Costa de Lima e Rosângela Lunardelli Cavallazzi (2020, n.p):

A crise econômica em curso no Brasil, com empobrecimento, precarização do trabalho e crédito sem riscos para as instituições financeiras, é acelerada pela pandemia da Covid-19, com forte repercussão na realidade das famílias endividadadas.

O reconhecimento da relevância da inclusão do consumidor no mercado é traduzido em países como os Estados Unidos, que estendem os benefícios da



falência às pessoas físicas, concretizando o princípio do fresh start, ou seja, o direito de recomeçar dos devedores, que uma vez reabilitados financeiramente, tornam-se atores fundamentais no ciclo econômico, produzem renda e realizam gastos de consumo.

O que se tem de informações atuais, conforme pesquisa realizada no sítio Revista Consultor Jurídico (2021) o superendividamento da população adulta estima-se em 57%, dado este que corresponde a mais de 60 milhões de pessoas.

Tais impactos podem ser muito maiores e, ainda, não há como prever até quando vão perdurar, o que é possível identificar e reconhecer é a necessidade de ações efetivas para prevenir e tratar o superendividamento, buscando a proteger direitos básicos e fundamentais, bem como garantir a efetividade do princípio da dignidade da pessoa humana aos cidadãos que se encontram nessa situação de vulnerabilidade agravada.

Nesse sentido, a Lei do Superendividamento prevê políticas de prevenção e tratamento do consumidor superendividado. Em termos de prevenção, visa ampliar a educação para o consumo consciente e fortalecer a informação prestada aos consumidores pelas agências de crédito, buscando fazer essa escolha de forma responsável, mantendo o mínimo existencial.

Em termos de tratamento do superendividamento prevê a aplicação de métodos autocompositivos para a resolução de conflitos de consumo, destacando-se, a instauração, pelo juiz, de processo de repactuação de dívidas, sendo que nos artigos 104, A, B e C, estabelece a processualidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O superendividamento é considerado uma espécie de inadimplência civil, mas com o passar dos anos, quando se observou o crescimento irrestrito do consumo, percebeu-se a necessidade de tratá-lo como instituição autônoma.

Este trabalho teve como objetivo suscitar uma discussão sobre o fenômeno do superendividamento dos consumidores brasileiros, pois o assunto é relativamente novo no ordenamento jurídico brasileiro, mas, tem um grande impacto tanto na perspectiva econômica quanto jurídica, havendo um longo caminho a ser percorrido na efetivação dos direitos do consumidor superendividado.



É fato que o crédito é o motor da economia, ele permite que as pessoas tenham o que desejam, com o compromisso de pagar pelo produto adquirido. A partir da análise socioeconômica, verifica-se que devido ao consumo, a sociedade contemporânea está imersa em uma cultura excessiva, exagerada e impulsiva. Por outro lado, também há uma população que enfrenta dificuldades financeiras extremas, sendo o superendividamento também uma consequência para a manutenção da vida cotidiana, para o suprimento das necessidades básicas, agravadas pela pandemia.

O problema do endividamento excessivo é um fenômeno que precisa ser tratado pelo ordenamento jurídico brasileiro. Portanto, foi necessária a aprovação do Projeto de Lei nº 283/2021, aprovado pelo Senado em 12 de maio de 2021, atual lei nº 14.181 de julho de 2021, que estabelece acerca da prevenção e tratamento deste fenômeno, mas também toma medidas que visam o alívio da situação financeira dos consumidores, com a adoção de diversas medidas, dentre elas, medidas extrajudiciais, como a mediação e a conciliação, as quais se fazem muito importante especialmente no contexto atual, em que os impactos socioeconômicos decorrentes da pandemia exigem respostas mais urgentes.

Dessa forma, a conclusão é que ainda há muito o que discutir em relação ao tema, este é um problema que afeta diretamente a vida de dezenas de milhões de pessoas no Brasil e a aprovação da Lei do Superendividamento traz inúmeras garantias e proteção ao consumidor, a fim de preservar a sua dignidade, possibilitando a manutenção de suas próprias necessidades. Portanto, o tratamento adequado do consumidor superendividado é um compromisso social e essencial para efetivar direitos e garantias fundamentais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Jones Figueirêdo. **O problema do superendividamento familiar e a mora da dí(vida)**, 2020. Disponível em: <https://flaviotartuce.jusbrasil.com.br/artigos/888438855/o-problema-dosuperendividamento-familiar-e-a-mora-da-di-vida>. Acesso em: 30 set. 2020.

BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar 3. Edição, 2004.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo - A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.



BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

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

CERVASIO, Daniel Bucar. **Superendividamento: Reabilitação patrimonial da pessoa humana**. 1ª edição. São Paulo. Saraiva, 2017.

DE FARIA, Gentil; DE LUCCA, Marcelo; ABDO, Natan Della Valle. **Dever de Mitigar o Prejuízo e o Superendividamento Bancário**. Editora JH Mizuno. Edição 1ª, 2019.

FRANCO, Marielza Brandão. **O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR. FENÔMENO SOCIAL QUE MERECE REGULAMENTAÇÃO LEGAL**. 2012. Revista Do Instituto Do Direito Brasileiro. Disponível em: http://www.cidp.pt/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf. Acesso em: 28 maio 2021.

LIMA, Clarissa Costa de; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Prevenção do superendividamento deve reunir toda a sociedade**. Revista Consultor Jurídico, 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-jun-03/garantias-consumo-prevencao-superendividamento-reunir-toda-sociedade>. Acesso em: 29 maio 2021.

JASPER, Fernando. **JASPER, Fernando. PIB cai 1,5% no primeiro trimestre, sob os efeitos iniciais do coronavírus**. *Gazeta do Povo*, 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/pib-do-brasil-primeiro-trimestre-2020/>. Acesso em: 30 maio 2021. *Gazeta do Povo*, 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/pib-do-brasil-primeiro-trimestre-2020/>. Acesso em: 30 maio 2021.

MARQUES, Claudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. **Prevenção e Tratamento do Superendividamento: caderno de investigações científicas**. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE. 2010.

Senado aprova PL contra superendividamento dos consumidores. *Revista Consultor Jurídico*, 9 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-jun-09/senado-aprova-pl-superendividamento-consumidores>. Acesso em: 16 jun 2021.

SORJ, Bernardo. **A nova sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2000.

NETO, José Jorge Tannus. **Ética e Empresa: As empresas modernas como protagonistas de um mundo melhor**. Editora: Biblioteca24horas; 1ª edição, 2016.

XAVIER, Rafael Alencar. **Direitos do fornecedor: equilíbrio na relação de consumo**. 2016. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/wp-content/uploads/2016/05/Doutrinaparapublicacao.pdf>. Acesso em: 21 set. 2020.



ZEIDAN, Rodrigo. **Vida de rico sem patrimônio**. Editora Alta Books. 1º edição. 2015.

VENTURA, Rodrigo. **Mudanças no Perfil do Consumo no Brasil: Principais Tendências nos Próximos 20 Anos**. Macroplan – Prospectiva, Estratégia e Gestão, 2010.