



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB  
Faculdade de Ciências Jurídicas Sociais – FAJS  
Curso de Bacharelado em Direito

**JÚLIA VITÓRIA MOREIRA DA ROCHA**

**SUPERENDIVIDAMENTO EM RAZÃO DA OUTORGA IRRESPONSÁVEL DA  
CONCESSÃO DE CRÉDITO**

**Brasília**  
**2019**

**JÚLIA VITÓRIA MOREIRA DA ROCHA**

**SUPERENDIVIDAMENTO EM RAZÃO DA OUTORGA IRRESPONSÁVEL NA  
CONCESSÃO DE CRÉDITO**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção de título de bacharel em direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e sociais-FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientadora: Professora Priscila Bittencourt de Carvalho Quintiere

**Brasília**

**2019**

**JÚLIA VITÓRIA MOREIRA DA ROCHA**

**SUPERENDIVIDAMENTO EM RAZÃO DA OUTORGA IRRESPONSÁVEL NA  
CONCESSÃO DE CRÉDITO**

Monografia apresentada como requisito parcial para obtenção para título de bacharel em direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais-FAJS pelo Centro Universitário de Brasília (UniCEUB).

Orientadora: Professora Priscila Bittencourt de Carvalho Quintiere.

:

**BRASÍLIA, 17 DE ABRIL DE 2019**

**BANCA AVALIADORA**

---

**Professora Orientadora**

---

**Professor(a) Avaliador(a)**

## RESUMO

O presente trabalho possui como objetivo discutir a respeito do superendividamento ou sobreendividamento como um problema social e jurídico e os impactos causados na vida financeira do consumidor pela superveniência deste diante da concessão irresponsável de crédito, assim como discute a necessidade da regulamentação do superendividamento. Desta maneira, a metodologia utilizada, para a análise do tema, foi o acesso às fontes imediatas do Direito, sendo as primeiras o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002, depois, doutrinas e jurisprudência, que tratam da matéria a ser discutida ao longo do trabalho. Além das fontes do Direito, artigos acadêmicos foram amplamente utilizados. Assim, no decorrer do debate acerca do superendividamento, busca-se verificar se este é um problema que prescinde ou não de regulamentação, analisando o projeto de Lei nº 283 de 2012, bem como se é um problema, antes de tudo, ligado à sociedade hiperconsumista, vivida na atualidade.

Palavras-chave: Superendividamento Crédito. Problema. Regulamentação. Hiperconsumo.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>DIREITO DO CONSUMIDOR NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1</b>	<b>Breve histórico do Direito do Consumidor.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2</b>	<b>Da identificação das relações de consumo.....</b>	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>SUPERENDIVIDAMENTO.....</b>	<b>17</b>
<b>3.1</b>	<b>Histórico do Superendividamento:.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2</b>	<b>Conceito de consumidor superendividado .....</b>	<b>20</b>
<b>3.3</b>	<b>Situação do superendividamento atualmente no Brasil .....</b>	<b>23</b>
<b>4</b>	<b>PROJETO Nº 283 DE 2012 .....</b>	<b>27</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>39</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O tema abordará a discussão da ocorrência do superendividamento em razão da outorga irresponsável da concessão do crédito juntamente com outras práticas realizadas pelo fornecedor do crédito que levam à contratação do serviço. Sendo o sobreendividamento um problema social e jurídico, que está presente em várias sociedades, dentre elas a sociedade brasileira; e, nos últimos tempos, tem tomado uma proporção alarmante, em decorrência da sociedade hiperconsumista da contemporaneidade.

Diante desta problemática, o estudo do tema é de extrema importância para o meio jurídico, pois o superendividamento não possui regulamentação no ordenamento jurídico brasileiro, e o Poder Judiciário procura “minimizar” as consequências negativas do superendividamento aplicando, ao caso concreto, as disposições gerais do Código de Defesa do Consumidor.

Desta forma, o presente trabalho tem como objetivo a discussão do superendividamento como um problema, que não possui respaldo legal, bem como mostrar o que levou a essa necessidade desenfreada pelo crédito, que é associada com a forma que o fornecedor do crédito atua no mercado de consumo, antes mesmo da contratação do serviço, assim como durante a negociação, para a concessão do crédito, em que não há uma análise dos riscos que o contrato de crédito pode causar na vida do consumidor. Por fim, tem como objetivo demonstrar as importantes alterações do Projeto de Lei nº 283 de 2012.

Posto isto, no primeiro capítulo, há a explanação de um breve histórico de como o Direito do Consumidor surgiu e como, atualmente, ele se encontra positivado no ordenamento jurídico brasileiro. Outrossim, há a exploração de conceitos básicos de quem é consumidor, fornecedor, produto e serviço, com ênfase no que importará ao superendividamento, para se possa entender de forma clara e cristalina o contexto deste.

No segundo capítulo, entra-se no tema do superendividamento, em que, primeiramente, se faz uma abordagem da origem do superendividamento no mundo e no Brasil e, logo após, traz o conceito de sobreendividamento, os elementos que caracterizam um consumidor superendividado. Ainda, aborda-se como alguns Tribunais de Justiça têm lidado com este problema, em especial, traz para o debate o Programa de Tratamento e Prevenção ao Consumidor Superendividado, do Tribunal de Justiça do Distrito Federal (TJDFT), como forma de ajudar quem está superendividado.

No último capítulo, há o estudo do Projeto de Lei nº 283 de 2012, em que se explora a maneira como o legislador chamou para o Poder Público a questão do superendividamento, como forma de estabelecer políticas públicas. Ademais, explora-se, também, os princípios que estão nas entrelinhas do Projeto de Lei, tais como a dignidade da pessoa humana, o mínimo existencial, teoria do crédito responsável e entre outros.

## 2 DIREITO DO CONSUMIDOR NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

O Direito do Consumidor foi historicamente transformando-se de acordo com os anseios da sociedade e do tempo. Desta forma, passa-se a relatar como surgiu o Direito Consumerista e os principais marcos que levaram este à forma legislativa atual

### 2.1 Breve histórico do Direito do Consumidor

Desde a Antiguidade, já há relatos de exploração comercial nas colônias de Kanes, na Ásia Menor, com os egípcios, com os hebreus e, principalmente, com os fenícios, que praticavam o comércio em larga escala de produtos, desde perfumes a cereais, marfim, metais, joias e outros diversos<sup>1</sup>.

No entanto, com a queda do Império Romano, houve o surgimento de uma nova organização de sociedade, que era o feudalismo. Assim, o feudalismo funcionava de forma autossuficiente e sem circulação de riquezas (de forma não monetária); logo, não havia mais uma intensa atividade comercial.

O sistema feudal durou até a Baixa Idade Média, quando houve o surgimento de uma classe social que estava estreitamente relacionada ao comércio, que era a burguesia. Nesse contexto, a sociedade, até então feudal, passou a ter necessidades de uma economia comercial e, por consequência, os senhores feudais perderam força política<sup>2</sup>.

Paralelamente, a Igreja Católica tinha a pretensão de expandir o cristianismo e impedir a expansão dos muçulmanos, além de obter terras para os nobres europeus, que haviam sido prejudicados com a sucessão de terras no sistema feudal. Não obstante, as Cruzadas, como foi denominado esse movimento da Igreja, não tiveram sucesso no aspecto religioso, mas levou à reabertura do Mediterrâneo, que possibilitou a entrada de produtos e especiarias na Europa<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> NORAT, Markus Samuel Leite. **Evolução histórica do Direito do Consumidor**. Revista Jurídica Cognitione Juris. João Pessoa. ano 01. nº 02, p. 93-100, agosto 2011.

<sup>2</sup> Idem.

<sup>3</sup> ALVES, Alexandre; DE OLIVEIRA; Letícia Fagundes. **Conexões com a História**. 3. Ed. São Paulo: Moderna. v único, p. 159. 2010.



Com isso, nessa época, houve um desenvolvimento comercial rápido e intenso, fazendo com que as feiras, onde ocorria o comércio, se transformassem em vilas e cidades. A economia em crescimento ensejou o surgimento de outro grupo de comerciantes, que visavam a expansão de mercado, tendo-se em vista que as trocas já traziam lucros. Esta realidade já apontava para o capitalismo.

Dessa maneira, o capitalismo levou aos europeus à ideia de acumulação de capitais, de enriquecimento. Por consequência, permitiu a ocorrência da Revolução Industrial, que teve início na Inglaterra e se espalhou pela Europa e pelos Estados Unidos, levando as pessoas dos campos aos centros urbanos. Sendo assim, a ampliação do consumo era inevitável e, para corresponder à demanda, as indústrias começaram a produzir em larga escala, tornando-se padronizados, iguais para todos os consumidores. A nova realidade é o que se passou a chamar de a massificação das relações de consumo<sup>4</sup>.

Deste modo, os artesãos, que fabricavam produtos de forma personalizada e manufaturada, não conseguiram concorrer com as indústrias e se tornaram operários, recebendo pela sua mão de obra um valor baixíssimo. Isso desencadeou o surgimento de sindicatos, bem como uma série de movimentos sindicais. Juntamente com os movimentos trabalhistas, surgiu o movimento consumerista.

O movimento consumerista, porém, dividiu-se do movimento trabalhista e sindical, com a criação da *New York Consumer's League*, hoje denominada de *Consumer's Union*. Não obstante a separação, naquela época, o movimento consumerista ainda tinha como objetivo exigir dos fornecedores o cumprimento das normas de higiene e trabalho, bem como melhor atendimento aos consumidores. Assim, os fornecedores que não cumpriam as regras de higiene do trabalho eram discriminados no mercado, bem como boicotados pelos consumidores<sup>5</sup>.

Atualmente, a *Consumer's Union* é uma instituição em que promove a conscientização aos consumidores acerca de seus direitos, assim como promove ações judiciais, dentre outras atividades<sup>6</sup>. Em 1960, formou-se a *International Organization of Consumer Union (IOCU)*, que, nos dias atuais, é denominada de *Consumers International*, sendo reconhecida pela Organização

---

<sup>4</sup> Op.cit, loc cit.

<sup>5</sup> Idem, p. 95

<sup>6</sup> FILOMENO. José Geraldo Brito. **Direitos do Consumidor**. 15 ed. São Paulo: Gen. p. 51. 2018.

das Nações Unidas (ONU), tida como um órgão consultivo, que atua na defesa e na proteção do consumidor em vários países do mundo<sup>7</sup>.

Dois anos após a formação IOCU, em 1962, o presidente do Estados Unidos, John Fitzgerald Kennedy enviou uma mensagem ao Congresso americano a respeito da importância da proteção ao direito do consumidor. Desta forma, foram reconhecidos quatro direitos: (i) direito à segurança, (ii) direito à informação, (iii) direito à escolha, (iv) direito de ser ouvido.

A partir do comunicado do presidente John Fitzgerald Kennedy, em 16 de Abril de 1985, a ONU editou a Resolução 39/248, que estabeleceu diretrizes, no âmbito mundial, a serem seguidas no que concerne à proteção do direito do consumidor. Além disso, a Resolução 39/248 chamou atenção para a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo<sup>8</sup>.

No processo de “formação” e estruturação do Brasil, vigia à época a legislação portuguesa (Ordenações Filipinas), sendo o direito brasileiro uma extensão do direito aplicado na metrópole. No entanto, a aplicação do direito português foi, aos poucos, deixando ocorrer. Sendo assim, em 1850, foi promulgado o Código Comercial e, em 1916, o Código Civil<sup>9</sup>.

Quanto ao amparo ao consumidor, de forma muito incipiente, em 1933, houve a edição do Decreto nº 22.626 (Lei de Usura); em 1938, o Decreto-Lei nº 869, que disciplinava sobre crimes contra a economia popular; em 1962, a Lei nº 4.137, que tratava sobre a repressão ao abuso econômico.

No entanto, a defesa institucional do direito do consumidor deu-se com a criação do Procon de São Paulo, em 1978. Já na esfera federal, em 1985, houve a criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, pelo Decreto nº 91.469. A instituição desses dois órgãos, um estadual e outro federal, respectivamente, implicou em marco para a proteção do consumidor de forma específica.

Em 1990, foi editado o Código de Defesa do Consumidor (CDC) em conformidade com o que determinava a Constituição, de 1988, no artigo 5º, inciso XXXII. Assim, o diploma passou

---

<sup>7</sup> NORAT, Markus Samuel Leite. **Evolução histórica do Direito do Consumidor**. Revista Jurídica Cognitio Juris. João Pessoa. ano 01. nº 02, p. 93-100, agosto 2011.

<sup>8</sup> Idem.

<sup>9</sup> ALCARÁ; Marcos. **Evolução do Direito do Consumidor**. Revista Jurídica Direito, Sociedade e Justiça. Ano 1, v.1, p. 10. 2013.

a vigorar a partir de 11 de março de 1991. Cabe salientar que, apesar de ter sido editado em uma época de leis não tão modernas, o CDC é um microsistema moderno<sup>10</sup>.

Por fim, o Código de Defesa do Consumidor representou uma inovação no Direito Brasileiro, pois mostrou a preocupação estatal e a sua consequente intervenção nas relações de consumo, ultrapassando a ótica liberal que permeou o Código Civil de 1916.

## 2.2 Da identificação das relações de consumo

A identificação da relação jurídica de consumo, para Bruno Miragem, é extremamente importante para a aplicação de Código de Defesa do Consumidor e, por consequência, a aplicação das normas do direito do consumidor. Inclusive, é recorrente o fornecedor suscitar a inexistência da relação jurídica de consumo para que não haja a aplicação das normas de proteção do consumidor<sup>11</sup>.

Nessa linha de raciocínio, é imprescindível compreender a definição que se tem a respeito da relação jurídica de consumo, bem como identificar os elementos desta relação para que se tenha como efeito a aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor.

A Doutrina distingue dentre os elementos de uma relação jurídica os sujeitos, o objeto e o fato jurídico<sup>12</sup>. Importante destacar que o Código de Direito do Consumidor não definiu o que é uma relação de consumo, a opção feita pelo legislador foi conceituar os elementos constitutivos de uma relação de consumo, que são: consumidor e fornecedor, assim como, objeto, produto ou serviço<sup>13</sup>.

De acordo com a professora Cláudia Lima Marques, a complexidade do CDC inicia-se pela conceituação do sujeito a ser protegido, o consumidor, cuja definição não se dá apenas em

---

<sup>10</sup> Idem.

<sup>11</sup> MIRAGEM; Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 5. ed. Revista dos Tribunais. São Paulo, p.143, julho 2014.

<sup>12</sup> Idem.

<sup>13</sup> Op. cit, loc cit.

um artigo, mas, sim, em quatro artigos da Lei supracitada, sendo os dispositivos: (i) o artigo 2º, *caput*; (ii) o seu parágrafo único; (iii) o artigo 17 e, por fim, (iv) o artigo 29<sup>14</sup>.

Nessa esteira, a referida professora ensina que o conceito de consumidor não é definido apenas sob o aspecto individual, como sujeito de direitos individuais, mas também sob o aspecto meta ou transindividual ou de grupo<sup>15</sup>.

Ainda, compreende-se da explanação de Cláudia Lima Marques que o conceito de consumidor não é contratual, ou seja, não se protege apenas aqueles que possuem um contrato com o fornecedor do produto ou do serviço, mas também aqueles que são alvos de, por exemplo, propagandas enganosas ou práticas abusivas, que não necessariamente se tornarão destinatários finais do produto ou do serviço<sup>16</sup>.

Além disso, não há distinção entre usuário de produtos e adquirentes de produtos, tampouco em relação ao objeto, como ocorre no ordenamento de alguns Países. Para o ordenamento jurídico brasileiro, todos estes são considerados consumidores. Ressalte-se, inclusive, que o mesmo raciocínio se aplica a todos os artigos em que há definição de consumidor no CDC brasileiro.

Assim, o artigo 2º, *caput*, do CDC estabelece “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Depreende-se, então, do comando legal, que o legislador optou por adotar um critério objetivo para a definição de consumidor. Desta maneira, determinou que consumidor é aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Por outro lado, Claudia Lima Marques, questiona se também deveria ser considerado destinatário final o indivíduo que retira o bem para utilização para o exercício da profissão, a fim de lucrar<sup>17</sup>. Este questionamento é o cerne do surgimento de duas teorias sobre a definição de consumidor, quais sejam: a teoria finalista e a teoria maximalista.

Para os finalistas, a conceituação do consumidor é a base para a aplicação da tutela protetiva, do Código de Defesa do Consumidor e ela é somente aplicada em razão da

---

<sup>14</sup> BENJAMIN; Antônio Herman; MARQUES; Claudia Lima; BESSA; Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. Revista dos Tribunais. São Paulo. cap. 3, p. 93, 2013.

<sup>15</sup> *Idem*.

<sup>16</sup> *Idem*.

<sup>17</sup> *Idem*.

vulnerabilidade do consumidor, nas relações de consumo. Logo, a expressão “destinatário final” deve ser interpretada de forma restritiva, conforme os princípios norteadores do CDC<sup>18</sup>.

Dessa maneira, Claudia Lima Marques ensina<sup>19</sup>:

Destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação teleológica não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, leva-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção [...].

Nesse sentido, consumidor, para a teoria finalista, toda pessoa física ou jurídica que adquire produto ou serviço, sendo este o último “consumir” do produto ou do serviço, aquele que retira o bem ou serviço do mercado de consumo.

No que toca ao conceito de consumidor, trazido pela Lei Consumerista, infere-se que a interpretação da teoria finalista de forma extensiva, pode levar à perda do elemento essencial da legislação, que é a proteção do consumidor, uma vez que abrange muito o conceito, pois qualquer pessoa que consumir, seja física ou jurídica, é entendida como consumidor.

Ademais, não se pode olvidar que o legislador, ao conceituar consumidor, no artigo 2º, no Código de Defesa do Consumidor, inseriu também a pessoa jurídica. Contudo, é necessário ponderar a aplicação casuística, pois deverá estar presente a hipossuficiência do consumidor, em relação o fornecedor.

José Geraldo Brito Filomeno<sup>20</sup> ao citar José Reinaldo Lima Lopes, traz uma reflexão nesse aspecto; que, na análise causuística, deve-se levar em conta a perda econômica sofrida por um consumidor comum e a perda em transações econômicas. Assim, quando, por exemplo, um empresário individual possuir um caminhão para realizar a sua atividade e, do outro lado, o fornecedor do serviço for a empresa fabricante do caminhão, esse empresário individual não seria considerado consumidor, haja vista que este não é destinatário final e o utiliza para a execução da atividade empresarial.

---

<sup>18</sup> Idem.

<sup>19</sup> Idem, p.94.

<sup>20</sup> FILOMENO. José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 15 ed. São Paulo: Gen. p. 25. 2018.

Por outro lado, os maximalistas, como o próprio nome indica, entendem que o Código de Defesa do Consumidor deveria ser interpretado de forma ampla, extensiva<sup>21</sup>. Nesse raciocínio, enxergam a referida Lei como uma nova forma de se disciplinar o mercado de consumo, não somente para proteger o consumidor. Portanto, a teoria maximalista abrange a aplicação dos direitos consumeristas para todos os agentes de mercado<sup>22</sup>. Assim, a interpretação dar-se-ia de forma objetiva, sem se ater ao objetivo de lucrar ou não, mas simplesmente por adquirir um produto ou serviço.

Ante o exposto, conclui-se que o conceito que consta no artigo 2º, caput, do Código do Consumidor é a ideia do consumidor denominado padrão. Entretanto, o próprio CDC alargou a definição de consumidor para outras situações, brevemente narradas a seguir. Paralelamente ao conceito tradicional, a Lei nº 8.070 de 1990, estabelece, três outras situações em que há equiparação de outros tipos de consumidor ao consumidor *standard* ou padrão; são elas: (i) os casos previstos no artigo 2º, parágrafo único; (ii) no artigo 17 e (iii) no artigo 29.

No parágrafo único, do artigo 2º, a preocupação do legislador não é mais com o consumidor que retira o bem para satisfazer suas próprias necessidades, mas todos os consumidores em potencial, que estão expostos a propagandas e práticas comerciais, visando protegê-los de danos futuros.

Sérgio Cavalieri Filho<sup>23</sup>, a respeito da norma do parágrafo único, artigo 2º, do Código de Direito do Consumidor, afirma o caráter difuso do direito consumerista, sendo esta uma norma genérica, interpretadora. Portanto, deve ser aplicado em todos os capítulos e seções deste microsistema.

Já o artigo 17, do CDC, equipara a consumidor todos aqueles que forem vítimas de um evento danoso. José Brito Filomeno<sup>24</sup> entende que é natural essa proteção quando há a equiparação, o que ocorreria principalmente, quando do ajuizamento de ações para tutelas

---

<sup>21</sup> Idem.

<sup>22</sup> BENJAMIN; Antônio Herman; MARQUES; Claudia Lima; BESSA; Leonardo Roscoe, op.cit, p. 95.

<sup>23</sup> CAVALIERI FILHO Sérgio. **Programa Direito de Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas. 2010. cap. IV. p. 64

<sup>24</sup> PELLEGRINI; Ada Grinnover; BENJAMIN; Antônio Herman de Vasconcellos; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; JUNIOR, Nelson Nery; DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense. 2011. v. 01. cap. I. p 44.

coletivas, quando, na maioria dos casos, o evento danoso já ocorreu, e pelos frágeis instrumentos de defesa, tais como prova entre o dano e o nexo causal.

Apesar da importância das duas primeiras situações, respectivamente, para este presente trabalho, é relevante a análise da hipótese prevista no artigo 29, da Lei nº 8.078 de 1990, que são os consumidores expostos às práticas comerciais, que estabelece: “para os fins deste capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas comerciais.

Posto isto, é importante trazer para a discussão não só a definição adotada pela Lei nº 8.070 de 1990, que é eminentemente econômica, mas, também, o conceito psicológico de consumidor e, aqui, cita-se, mais uma vez, José Geraldo Britto Filomeno<sup>25</sup>. Do ponto de vista psicológico, consumidor é o sujeito sobre o qual se analisam as reações com a finalidade de se individualizar os critérios para produção e as razões que o levam a consumir.

Logo, tal conceito é importante nesta seara, pois, atualmente, o consumo é extremamente estimulado, principalmente, pelos fornecedores de serviço, sendo recorrentes as propagandas que induzem o consumidor a erro.

Os capítulos mencionados, no dispositivo legal, versam sobre as disposições do Código no tocante às práticas comerciais pelos fornecedores e à proteção contratual do consumidor. Neste sentido, as práticas e a respectiva proteção têm aplicação na fase pré-contratual, de execução e pós-contratual, pertinentes ao contrato de consumo<sup>26</sup>.

A interpretação de forma mais ampla permite a aplicação da norma protetiva, *a priori*, a qualquer contratante, estando disciplinada nos artigos 30 a 54, do CDC. Ainda que a incidência da norma seja permitida em razão da vulnerabilidade em que se encontram esses consumidores<sup>27</sup>. Segundo Bruno Miragem, a aplicação do artigo 29, a princípio, deve ocorrer nos casos em que há um desequilíbrio do contrato e quando há violação dos princípios contratuais fundamentais, como, por exemplo, a boa-fé<sup>28</sup>.

---

<sup>25</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direito do Consumidor**. 11. ed. São Paulo: Atlas. 2012. Cap. 02, p. 19.

<sup>26</sup> MIRAGEM; Bruno. Curso de Direito do Consumidor. 5. ed. Revista dos Tribunais. p, 150.

<sup>27</sup> Idem.

<sup>28</sup> Idem, p. 151.

Infere-se, a partir da análise acima exposta, que a definição de consumidor é relacional, ou seja, pressupõe a presença do fornecedor. Não há relação de consumo sem fornecedor e o mesmo corre sem a presença do consumidor<sup>29</sup>.

O Código do Consumidor, no artigo 3º define fornecedor assim:

fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como todos os entes despersonalizados, que desenvolvam atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição, comercialização de produtos ou serviços

O conceito de fornecedor, trazido pelo Código, é bastante amplo para que se possa abranger o maior número de relações possíveis, que estejam no campo de aplicação do CDC. Nesse sentido, o fornecimento de produtos tem como pressuposto o desenvolvimento de atividades tipicamente profissionais, tais como a comercialização, a produção, a importação, tendo como indicativo a habitualidade, bem como com a transformação e distribuição de produtos<sup>30</sup>.

Logo, um contrato realizado por dois consumidores ou por dois fornecedores não terá a incidência da norma protetiva<sup>31</sup>. No tocante ao fornecimento de serviços, segundo a professora Claudia Lima Marques, o Código a conceituação foi mais concisa, pois estabelece como critério apenas o desenvolvimento de atividades de prestação de serviços<sup>35</sup>.

Destarte, o parágrafo 2º, do artigo 3º, do CDC, estabelece o que é serviço, sendo “serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo mediante remuneração”. Logo, observa-se que o elemento caracterizador do serviço é a onerosidade, a remuneração<sup>32</sup>.

Ainda, no parágrafo 2º, do artigo 3º, do Código de Defesa do Consumidor, o legislador delimita o campo aplicação subjetivo, que é relacionado ao fornecedor, e material, relacionado ao serviço. Sendo assim, estabelece que os serviços poderão ser de natureza bancária, financeira, de crédito e securitárias, salvo as de natureza trabalhista<sup>33</sup>.

<sup>29</sup> BENJAMIN; Antônio Herman; MARQUES; Claudia Lima; BESSA; Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**, cap. 3, p. 112.

<sup>30</sup> Op. cit, loc. cit.

<sup>31</sup> BENJAMIN; Antônio Herman; MARQUES; Claudia Lima; BESSA; Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. Ed. Revista dos Tribunais. São Paulo, cap. 3, p. 113.

<sup>32</sup> Idem.

<sup>33</sup> Idem.



José Geraldo Filomeno, de forma muito pertinente, destaca que as atividades exercidas pelas instituições financeiras tanto na prestação de serviço quanto na concessão de mútuos ou financiamentos para aquisição de bens, inserem-se no conceito de serviço<sup>34</sup>.

Nesse sentido, Fabio Ulhôa entende que contrato bancário é aquele que se relaciona com o conceito jurídico de atividade bancária, que é definida pelo artigo 17, da Lei nº 4.595/64. Dessa forma, entende-se por atividade bancária a coleta, intermediação em moeda nacional ou estrangeira. Incluindo, na visão do referido autor, operações econômicas, ligadas à concessão, circulação e administração de crédito<sup>35</sup>.

Já no que se refere ao produto, o parágrafo 1º, do artigo 3º, do CDC, determina, de forma ampla, que produto é qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial. Ou seja, qualquer bem apto a ser consumido, fisicamente ou não, fungível ou infungível, principal ou acessório.

Por fim, nota-se que, partir as definições da Lei nº 8.078 de 1990, a sistemática moderna, sendo os dispositivos legais com expressões e verbos amplos para que se possa maximizar o campo de aplicação, como, também, evitar eventuais lacunas. Assim, tem-se a maior efetividade da Lei.

Feitas as considerações introdutórias acerca do Direito do Consumidor, em que se abordou o histórico do direito de consumidor, o seu viés protecionista, o conceito de consumidor, de fornecedor e de serviço, percebe-se sua extrema importância para que se possa entender em qual contexto se dá o superendividamento e o motivo pelo qual este fenômeno social e jurídico precisa de regulamentação na Legislação Brasileira.

---

<sup>34</sup> PELLEGRINI; Ada Grinnover; BENJAMIN; Antônio Herman de Vasconcellos; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; JUNIOR, Nelson Nery; DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense. 2011. v. 01. cap. I. p 54.

<sup>35</sup>COELHO, Fabio Ulhôa. **O empresário e o Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva. 1994.p. 174.

### 3 SUPERENDIVIDAMENTO

O superendividamento ou sobreendividamento é um assunto bastante discutido nos dias atuais, em face da enorme ocorrência deste fenômeno na vida do homem hipermoderno, na sociedade de consumo. Assim, para entender este problema social é preciso que se tenha em mente o contexto que leva as pessoas a consumir, bem como à facilidade ao crédito e o Por isso, faz-se necessária abertura de um tópico para tratar do assunto.

#### 3.1 Histórico do Superendividamento:

Dito isto, Gilles Lipovetsky, em sua obra “A Felicidade paradoxal: um ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo”<sup>36</sup>, faz uma análise de como o consumo se adequa com o momento histórico em que determinada sociedade está vivenciando. Assim, diz que, após a modernidade, percebida a partir da década de 1980 (período pós-modernidade) é adicionado o prefixo “hiper”.

Atualmente, vive-se a plenitude da sociedade hipermoderna, liberal, flexível e indiferente, onde o consumo passou a significar hiperconsumo. Todavia, o hiperconsumo, conforme sustenta Lipovetsky, não é uma conclusão do presente, mas, sim, uma conclusão histórica, que surgiu entre o século XIX e XX.

Gilles Lipovetsky estabelece três fases do capitalismo de consumo, sendo: (i) a formação da sociedade de consumo no início do século XX; (ii) a transformação da sociedade de consumo em sociedade de consumo de massa, nas duas décadas após a Segunda Guerra Mundial e (iii) e a potencialização da sociedade de consumo em massa em sociedade do hiperconsumo<sup>37</sup>.

No primeiro momento, no final do século XIX e início do século XX, a produção em massa ocasionou a primeira mudança nas relações de consumo, pois com a proeminência da quantidade de produtos e bens duráveis e não duráveis em oferta, com um preço baixo, possibilitou à uma parcela maior da sociedade acesso a tais produtos e bens. Ainda, com a

---

<sup>36</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: um ensaio sobre a sociedade de consumo**. São Paulo: Companhia das Letras. 2007.

<sup>37</sup> Idem, p. 14-15.

produção em massa, o consumidor passou a escolher aquilo que ele iria comprar, sem o intermédio do comerciante.

Além disso, na primeira fase, vê-se também como uma forma de se promover o consumo, os grandes magazines, espaços que consolidaram a nova maneira de venda, baseados em preços fixos e baixos e eram livre entrada, que instigou a necessidade de consumir. Desta forma, artigos que antes consumidos apenas pela parcela mais abastada da sociedade, com a nova política dos magazines, passaram a ser artigos de consumo em massa<sup>38</sup>. Lipovetsky resume esta primeira fase do capitalismo de consumo no tripé: produção em massa, marca e publicidade.

Na segunda fase, ocorre a potencialização da sociedade de consumo para a sociedade de consumo em massa, que é resultado união da produção em série e intensificação da distribuição em larga escala fomentada pelos magazines<sup>39</sup>.

A sociedade de consumo de massa, consubstancia o paradigma tayloriano-fordista de produção e a popularização de “desejos”, que deixa de ser apenas um viés de consumo e passa ser algo concreto. E, assim, com a expansão econômica do Estados Unidos, após a 2ª Guerra, assistiu uma “revolução comercial”, que é o surgimento dos super e hipermercados.

Deste modo, com a facilidade em consumir e a expansão econômica, em uma visão otimista, trouxeram um aumento na qualidade de vida. Consequentemente, lazer e conforto tornaram-se formas de estilos de vida a serem desejados. Logo, a sociedade de consumo em massa virou sinônimo de sociedade de desejo, em que o pano de fundo é o bem-estar<sup>40</sup>.

É neste contexto em que se desenvolve a estabilização da civilização do desejo, em que o sentir é elevado à máxima potência. A liberdade pela felicidade, a liberdade de compra pelo acesso ao crédito em excesso é a conjuntura da sociedade de consumo de massa.

A sociedade do hiperconsumo vem do consumo emocional com base na experiência da vivida pelo modelo que a precedeu. O consumo nesta fase é uma espécie de subjetivação, informada pelo caráter de individualidade. O estímulo ao consumo nesta sociedade pelo viés

---

<sup>38</sup> Idem, p. 18-19

<sup>39</sup> Op.cit., p. 20.

<sup>40</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: um ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das letras. 2007. p. 21-22.

pessoal, próprio, com uma forma de merecimento<sup>41</sup>, servindo com estímulo, também, a compensação pelas dificuldades e frustrações da vida.

Assim, não há motivo para o consumo para sobrestar o consumo em detrimento de outras necessidades, a satisfação pessoal, estabelecida singularmente por cada indivíduo, é o objetivo da hipermodernidade<sup>42</sup>.

Após entender a respeito da questão comportamental do consumo, o que leva o consumidor a comprar, é importante, também, compreender que o crédito está aliado nesta tomada de decisão por permitir a compra.

Contudo, é imperioso destacar o que se faz, no presente trabalho, não é uma crítica ao crédito em si, mas sim à forma irresponsável que as instituições financeiras concedem o crédito, sem a devida análise dos possíveis impactos na vida financeira do consumidor<sup>43</sup>.

Assim, a democratização do crédito remete aos Estados Unidos, País que foi pioneiro na perspectiva de que recorrer ao crédito não seria um sinal de pobreza ou prodigalidade, mas, sim, uma forma de aquisição de bens para dinamizar a economia nacional. Portanto, ao longo do século XX, houve uma multiplicação das formas de crédito<sup>44</sup>.

Na Europa, a expansão do crédito foi mais lenta do que nos países ocidentais, e deuse do Norte para o Sul, da reforma da contrarreforma, ou seja, dos países de tradição protestante para os de tradição católica, ocorreu de dos países menos conservadores para os mais conservadores<sup>45</sup>.

No Brasil, com o advento do Plano Real, em julho de 1994, o novo cenário de estabilização dos preços trouxe mudanças consideráveis para o sistema financeiro brasileiro, uma vez que, com a estabilização da economia, as instituições financeiras deixaram de ganhar com a inflação<sup>46</sup>.

---

<sup>42</sup> Idem, p. 26.

<sup>43</sup> LEITE, Carla Vladiane. **A crise econômica e o superendividamento do brasileiro: uma análise crítica da liberação de crédito social fácil no Brasil**. Brasília. Revista de Direito Internacional Econômico e Tributário. v. nº 2, p. 120-147, jul-dez, 2015.

<sup>44</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Superendividamento, a outra face do crédito**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Direitos do Consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006.p.23.

<sup>45</sup> Idem, p.24

<sup>46</sup> IDEC, **Estudo sobre o Crédito e Superendividamento dos Consumidores**. São Paulo:2008. p. 8

Os ganhos do setor financeiro advinham, principalmente, dos depósitos à vista, a estrutura operacional dos bancos funciona para maximizar a captação de depósitos. Contudo com o Plano Real, os bancos deixaram de lucrar com os depósitos e passaram a depender das operações de crédito, segundo o Estudo Sobre Crédito e Superendividamento dos Consumidores dos países do Mercosul, do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC)<sup>47</sup>.

A partir do plano real, então, o crédito de pessoas físicas mostrou-se importante para a sustentação da atividade econômica, dinamizando a demanda interna por meio da ampliação do consumo das famílias. As linhas de créditos no mercado para a obtenção de bens são abundantes, no entanto, não são necessariamente vantajosas para que as recorram.

Ademais, o brasileiro, por questões culturais, não possui o hábito de poupança, os índices de poupança sempre foram baixos e, depois dos planos econômicos, caiu em descrédito em razão das medidas econômicas da época, em que houve apropriação dos recursos dos titulares de poupança. Deste modo, como consequência, o povo brasileiro adquiriu o hábito de financiar para poder consumir, de acordo com o estudo do IDEC<sup>48</sup>.

Ainda, é importante salientar, que o incentivo ao crédito, no Brasil, possui um sentido de inclusão social, em que a população de baixa renda passou a consumir bens e serviços antes inacessíveis, que se deu entre os anos de 2004 e 2008<sup>49</sup>.

### 3.2 Conceito de consumidor superendividado

Segundo a professora Claudia Lima Marques, o conceito de superendividado ou sobreendividado pode ser entendido como “a impossibilidade global de o devedor de pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, que não pagar todas as suas dívidas atuais e futuras (excluídas as dívidas com o fisco, oriundas de delitos e alimentos)”<sup>50</sup>.

---

<sup>47</sup> Op. cit., loc.cit.

<sup>48</sup> Idem.

<sup>49</sup> LEITE, Carla Vladiane. **A crise econômica e o superendividamento do brasileiro: uma análise crítica da liberação de crédito social fácil no Brasil**. Brasília. Revista de Direito Internacional Econômico e Tributário. v. n° 2, p. 120-147, jul-dez, 2015

<sup>50</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base empírica 100 casos no Rio Grande do Sul**. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Direitos do Consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006

Diante de tal conceito, depreende-se que há condições específicas do consumidor superendividado ou sobreendividado. Devendo este ser pessoa física e, principalmente de boa-fé, que não consegue adimplir suas dívidas futuras e atuais. Ainda, assim, a doutrina estrangeira divide o consumidor nessa situação específica em: ativo e passivo.

O superendividamento ativo é decorrente do acúmulo de dívidas, caracterizada por uma má gestão do consumidor que, gradativamente, se torna um superendividado ativo. Por sua vez, o superendividamento passivo é caracterizado por circunstâncias alheias à vontade do consumidor, em que a situação deste, em razão de determinados acontecimentos, o obriga a consumir<sup>51</sup>.

Cabe salientar que o endividamento não se confunde com superendividamento. Endividamento é o montante devedor de um agregado familiar, que pode ser resultado de uma dívida ou de várias delas, utilizando-se, neste caso, a expressão multiendividamento<sup>52</sup>

O endividamento dos consumidores não é um problema em si mesmo, se ocorre em contexto de crescimento econômico, estabilidade de emprego e se atingir as classes menos abastadas, sendo este apenas um processo de antecipação dos rendimentos, contribuindo para o bem-estar das famílias.

No entanto, o endividamento torna-se um problema quando acontece o não cumprimento, agravando-se a situação quando os rendimentos do agregado familiar não comportam os seus compromissos financeiros, segundo Maria Manuel Leitão Marques<sup>53</sup>.

Posto isto, a respeito do conceito de consumidor superendividado, há uma vulnerabilidade acentuada, em comparação ao consumidor que não se encontra neste contexto, e apontada como uma das causas para o superendividamento.

Essa maior vulnerabilidade justifica-se, pois o consumidor, para ter acesso ao crédito, deve se sujeitar às regras do sistema de crédito. Por conseguinte, o crédito dá a sensação ao consumidor de que ele pode consumir tudo que almejar – mesmo com o seu orçamento reduzido –, como se ele estivesse embriagado com as várias tentações da sociedade de consumo, conforme pontua Humberto Theodoro Junior<sup>54</sup>.

---

<sup>51</sup> Idem, p. 258.

<sup>52</sup> MARQUES; Maria Manuel Leitão. **O Endividamento dos Consumidores**. Porto: Almedina.2000. p.01.

<sup>53</sup> Idem, p. 03-04.

<sup>54</sup> JÚNIOR, Humberto Theodoro. **Direitos do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense. 9. ed. 2017. p.46.

Outro ponto a ser levantado a respeito do conceito de consumidor superendividado é a respeito boa-fé, em que o consumidor deve possuí-la. A expressão boa-fé, muito utilizada no Direito pátrio, geralmente, é intuitivamente ligada à um estado de boa intenção, de que uma pessoa está agindo movida por boa intenção<sup>55</sup>.

Fala-se, então, da boa-fé subjetiva, que gera efeitos civis, sim, porém, geralmente, ligada aos direitos reais. Como por exemplo, a boa-fé subjetiva classifica a posse, conforme o artigo 1.201, do Código Civil.

A boa-fé objetiva é uma construção teórica fundamentada não em um estado intencional de lealdade e honestidade entre os contratantes. É claramente um reflexo do princípio da eticidade, que rege o Código Civil de 2002<sup>56</sup>.

Isto significa que a boa-fé objetiva não está ligada a questionamentos subjetivos e individuais sobre o que motiva os contratantes na realização do negócio jurídico. A boa-fé objetiva não possui um conteúdo fechado, pois ela é uma cláusula geral de direito, em que seu conteúdo é inacabado propositalmente, para que ela tenha aplicação a outras fontes do direito<sup>57</sup>.

A boa-fé objetiva está prevista no artigo 422, do Código Civil e no artigo 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor. Nessa correspondência, vê-se fortemente o diálogo das fontes, tendo o Código Civil um caráter geral.

Assim, este instituto tem como objetivo para limitar o abuso de direito. Logo, a boa-fé objetiva concretiza a norma prevista no artigo 187, do Código Civil de 2002, que estabelece que o abuso de direito o titular de direito que o exerce excedendo de forma excessiva os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

Neste sentido, dizem Carpena e Cavallazzi<sup>58</sup>:

O financiamento concedido de forma temerária, tendo sido celebrado o pacto com o consentimento irrefletido, sem contemplação por parte do fornecedor das reais condições daquele que pretende receber o crédito, praticamente induzindo a inadimplência, sem dúvida nenhuma viola o princípio da dignidade da pessoa humana. A proteção das legítimas expectativas dos consumidores, a garantia do que ele espera

<sup>55</sup> NETO, Luiz Mesquita de Almeida. **As práticas abusivas em face do consumidor endividado: de um estudo da evolução do conteúdo das cláusulas gerais da boa-fé objetiva e da vedação ao abuso de direito.** Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia. v.46. n.02. p.119-146. jul-dez.2018

<sup>56</sup> Idem.

<sup>57</sup> Op. cit., p.128.

<sup>58</sup> CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Superendividamento: uma proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulamentação.** In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Direitos do Consumidor endividado: superendividamento e crédito.** São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006. p. 337.

obter de uma dada relação contratual, nada mais é do que a proteção do princípio fundamental da pessoa humana.

Desta forma, as práticas abusivas que o fornecedor do crédito pratica em face do consumidor endividado são, em primeiro lugar, a concessão de crédito de forma irresponsável, sem a análise dos impactos que serão gerados na vida do consumidor e, em segundo lugar, a publicidade ostensiva na oferta do crédito<sup>59</sup>.

### **3.3 Situação do superendividamento atualmente no Brasil**

O superendividamento ou o sobreendividamento não é previsto expressamente no ordenamento jurídico brasileiro, sendo esse problema social e jurídico manejado de forma paliativa enquanto não há a aprovação do Projeto de Lei nº 283/12.

Diante disso, os Tribunais de Justiça dos Estados vêm criando programas voltados para os consumidores superendividados, trabalhando com oficinas, atendimento psicossocial, aulas de educação financeira, negociação com os credores, entre outros.

O Tribunal de Justiça do Distrito Federal (TJDFT), em dezembro de 2014, criou o Programa de Prevenção e Tratamento de Consumidores Superendividados (PPTS) e, em 03/02/2016, foi inaugurado o Centro Judiciário de Solução de Conflitos e de Cidadania Superendividados (CEJUSC/SUPER), que é uma unidade judiciária com maior autonomia e estrutura.

O PPTS oferece oficina de educação financeira, orientações financeira e psicossocial individualizadas e soluções consensuais das controvérsias com os credores, com o objetivo de buscar o equilíbrio entre os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e o desenvolvimento econômico nacional, viabilizando a reinserção do consumidor no mercado de consumo e com uma vida financeira “saudável”<sup>60</sup>.

O Programa aborda o superendividamento a partir de três eixos: jurídico, financeiro, social e sociológico. O eixo jurídico aborda as relações de crédito especialmente para proteger as liberdades do consumidor, adotando uma proposta para a resolução de conflito entre o devedor e o consumidor. Já o eixo econômico trata dos aspectos econômicos financeiros do

---

<sup>59</sup> Op. cit.; loc.cit.

<sup>60</sup> Programa de Prevenção e de Tratamento aos Consumidores Superendividados no TJDFT disponível em: <[https://www.tjdft.jus.br/informacoes/cidadania/nupemec/superendividados/PPTSTJDFTumaprticaconsolidada\\_pginasespelhadadas.pdf](https://www.tjdft.jus.br/informacoes/cidadania/nupemec/superendividados/PPTSTJDFTumaprticaconsolidada_pginasespelhadadas.pdf)>. Acessado em: 28 de Março de 2019.



fenômeno, assim como da elaboração de alternativas para superação da situação de superendividamento.

Os eixos sociológico e psicológico, denominados de psicossocial, no PPTS, tratam da inclusão de classe e da ideia da necessidade humana de pertencimento, das enfermidades psíquicas com o processo de endividamento ou aquelas que decorrem dele<sup>61</sup>.

O Programa de Prevenção e Tratamento de Consumidores Superendividados é realizado em etapas, em que se consideram dois níveis de atendimento: a prevenção e o tratamento.

O PPTS não foi criado apenas para lidar com os efeitos negativos do sobreendividamento, mas, sim, para evita-lo de forma eficaz. Assim, conforme citado acima, é a prevenção que possui um viés educativo. Desta maneira, a prevenção consiste em duas modalidades escolhidas: palestra e mesa redonda.

Nesta quadra, nas palestras são passadas informações aos cidadãos com o intuito de fazê-los compreender a relação entre consumo, poupança e crédito, ponderando as opções para a gerência de seus recursos financeiros de forma consciente. Inclusive, o programa traz a o conceito de gestão sustentável, orientando o participante sobre a importância de planejamento financeiro, as ideias de desejo e de necessidade, bem com as variáveis sociais e psicológicas preditoras do comportamento do consumidor<sup>62</sup>.

Nas mesas redondas, há o encontro de especialistas nos quatro eixos abordados no Programa, cujo objetivo é debater a temática do Superendividamento com a pretensão de ampliar o conhecimento e discutir conceitos e, também, esclarecer algumas dúvidas dos participantes.

Por outro lado, o atendimento tem a função precípua de empoderar o consumidor para que este possa tomar decisões de forma consciente, com base no princípio da decisão informada, trazer novamente o equilíbrio novamente para a vida financeira da família e viver de acordo com a realidade. Cabe destacar que o tratamento não é um estímulo ao inadimplemento e, muito menos, a simples renegociação de dívidas, conforme abaixo descrito.

O tratamento apresenta as seguintes etapas: solicitação de inscrição, entrevista cadastral e oficina de educação financeira, sendo todas obrigatórias. Ao final das oficinas

---

<sup>61</sup>Idem.

<sup>62</sup> Programa de Prevenção e de Tratamento aos Consumidores Superendividados no TJDF. p.23.

coletivas, o participante do programa poderá solicitar outras etapas facultativas de orientação individual financeira e psicossocial, muito embora ele possa, em qualquer tempo, ser atendido pelo consultor financeiro e pelo psicólogo do PPTS.

Segundo a Portaria nº 49/2014, do TJDF, que institui o Programa de Prevenção de Tratamento aos Consumidores Superendividados, há alguns critérios objetivos para participar do programa, tais como: ser pessoa física (excluindo, a princípio, as pessoas jurídicas) e ser maior (referindo-se à maioridade civil). O Programa traz também critérios subjetivos, como boa-fé objetiva e impossibilidade econômica, ressalta-se, aqui, que esses dois critérios possuem amparo nas ciências sociais e econômicas.

Além disso, a referida portaria traz, também, uma diferença entre a situação de endividamento e superendividamento, sendo a esta, de forma objetiva, qual seja a capacidade de pagamento, que considera o comprometimento da renda e a sustentabilidade da dívida (o pagamento sem o comprometimento da subsistência).

Assim, são consideradas as seguintes variáveis: receita individual e familiar, as dívidas mensais, bem como a disponibilidade de recursos financeiros para o pagamento da dívida e o tempo para a quitação dos débitos em face dos recursos disponíveis<sup>63</sup>.

Desta maneira, os inscritos são classificadas em três categorias, que são priorizadas nas oficinas de educação financeira: (i) categoria composta por consumidores que possuem gastos fixos correspondentes a 90% a renda familiar, não sendo consideradas as despesas com os pagamentos de dívidas neste percentual; (ii) categoria composta por participantes que têm gastos fixos menores que a renda familiar, no entanto, com alto nível de comprometimento da renda disponível; que possuem mais de 30% da renda disponível com dívidas; (iii) categoria dos demais consumidores que aderiram ao programa<sup>64</sup>.

O primeiro passo a ser dado, para participar do programa, é enviar um e-mail solicitando a participação, que deve conter nome completo, número de cadastro de pessoa física, endereço e telefone de contato. Logo após, a equipe do PPTS responde a solicitação, em que informa quais são as medidas necessárias para realizar a entrevista cadastral.

A entrevista cadastral é individual, presencial, com duração de uma hora, em que são colhidos o perfil socioeconômico, gastos fixos, saldo de dívidas e lista de credores para o

---

<sup>63</sup> Programa de Prevenção e Tratamento aos Consumidores Superendividados no TJDF. p. 25.

<sup>64</sup> Idem.

participante possa ser enquadrado na categoria de superendividado. Nesta ocasião, é formalizado um termo de adesão ao Programa.

Assim, ocorrerá oficina de educação financeira, sendo esta atividade coletiva e obrigatória e tendo duração de quatro horas. A convocação para oficina é realizada por e-mail entre sete a dez dias antes da realização da atividade. Ainda, como dito anteriormente, ao final destas, podem ser suscitadas orientações individuais, que serão agendadas.

A orientação financeira individual oferece subsídios para a confecção de um plano estratégico individual para a uma gestão financeira sustentável, podendo ser realizada em até três sessões<sup>65</sup>.

Depois de passar por todas as etapas obrigatórias do programa, a equipe inicia a etapa de conciliação. Os nomes dos participantes são enviados aos seus credores, via e-mail ou por correspondência, em que se informa o intuito de renegociação das dívidas. Caso haja interesse do credor em renegociar, serão realizadas reuniões de alinhamento e iniciadas as negociações. Nas conciliações, não há intenção de se debater o elemento culpa, mas, sim, a realidade do consumidor, diante da concessão de créditos.

Ademais, a natureza da negociação pode ser processual ou não, sendo processual a conciliação será presencial e nos moldes da Resolução 125/2010 do Conselho Nacional de Justiça. Caso a conciliação seja extrajudicial, ela poderá ser online ou presencial, a primeira ocorre com o envio de e-mail do credor para o devedor, que é intermediado pelo Poder Judiciário, de forma imparcial. Se o devedor aceitar a proposta feita pelo devedor, há a emissão do boleto.

Não obstante louváveis programas, como o adotado pelo TJDFT, sejam bastante úteis para ajudar os superendividados, a inexistência de Lei que trate sobre o tema implica em lacunas e consequentes dificuldades no tratamento do superendividamento, seja em perspectiva individual, seja em perspectiva social. Assim, passa-se à análise do Projeto de Lei nº 283/2012 no Capítulo a seguir.

---

<sup>65</sup> Op. cit., p. 29.

#### **4 PROJETO Nº 283 DE 2012**

Como já amplamente mencionado, o superendividamento não possui previsão no ordenamento jurídico pátrio. Neste sentido, o Projeto de Lei nº 283 de 2012<sup>66</sup>, com iniciativa no Senado Federal, apresentado, à época, pelo Senador José Sarney, com o objetivo de trazer ao Código do Consumidor a prevenção e o tratamento a este problema social.

Deste modo, o Projeto de Lei nº 283 de 2012, altera o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto do Idoso. Na Lei Consumerista, o projeto altera os artigos 4º, 5º, 6º, 37, 51 e acrescenta os artigos 54-A, 54-B, 54-C, 54-D, 54-E, 54-F, 54-G. Além disso, inclui os artigos 104-A; 104-B e 104-C. Por fim, o referido Projeto de Lei altera o artigo 96, do Estatuto do Idoso, no tocante à concessão de crédito às pessoas idosas.

No artigo 4º, do Código de Defesa do Consumidor, que dispõe a respeito da Política Nacional das Relações de Consumo, são inclusos os incisos IX e X. O inciso IX, do artigo 4º, do Código do Consumidor, traz, como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo, o fomento de ações visando a educação financeira e ambiental dos consumidores. Já o inciso X traz, também como princípio, a prevenção e tratamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.

A mudança que consta no artigo 5º, do CDC, que disciplina a forma pela qual a Política Nacional das Relações de Consumo será executada, acrescenta os incisos VI e VII. O inciso VI, determina, como forma de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, a instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural.

Ainda, o inciso VII, do artigo citado, traz, também como forma de concretizar a Política Nacional, a instituição de núcleos de conciliação e medição de conflitos oriundos do superendividamento.

Para finalizar as mudanças propostas, nas disposições gerais do Código do Consumidor, o legislador propõe no Projeto de Lei, no artigo 6º, em que se trata dos direitos básicos do consumidor, o acréscimo dos incisos XI, XII e XIII.

---

<sup>66</sup> Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>>. Acessado em: 9 de março de 2019.

No primeiro, estabelece, igualmente como direito básico do consumidor, a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, em que se deve preservar o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio de revisão e repactuação de dívida, entre outras medidas, o mínimo existencial, nos termos de regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito. Por fim, o inciso XIII, estabelece como direito do consumidor a informação acerca dos preços, dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, litro, metro ou outra unidade, conforme o caso.

Em face das mudanças propostas no Projeto de Lei nº 283 de 2012, nos artigos 4º e 5º, do Código de Defesa do Consumidor, é evidente que o legislador chama para o Poder Público a responsabilidade em proteger o consumidor de forma específica e eficiente com relação ao superendividamento, atendendo ao mandamento constitucional do artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal.

Ademais, no artigo 6º, do CDC, com o acréscimo dos incisos XI, XII e XIII, é notório que há um fundamento, respaldo jurídico para que o consumidor, que tenha seu direito ameaçado ou violado, busque o Poder Judiciário. Não haverá mais a necessidade de ser utilizar as normas principiológicas contidas na parte geral do CDC<sup>67</sup> fazendo esforço interpretativo para concluir pela proteção necessária ao superendividado.

Em ato contínuo, o artigo 37, da legislação consumerista, que trata a respeito da publicidade, no Projeto de Lei nº 283 de 2012, o seu parágrafo 2º, sofre alterações na redação, em que o *caput* do parágrafo 2º, é transformado no inciso I, que estabelece que é abusiva a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo, a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança ou desrespeite valores ambientais, bem como que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à saúde ou segurança.

Outrossim, traz o inciso II para o parágrafo 2º, do artigo 37, do CDC, em que determina que é abusiva, da mesma forma, a propaganda que contenha apelo imperativo de consumo à criança, que seja capaz de promover qualquer forma de discriminação ou sentimento de

---

<sup>67</sup> DE OLIVEIRA, Andressa Jarletti Gonçalves. **Superendividamento: prevenção, riscos e o PLS 283/2012**. In: Repensando o direito do consumidor III: 25 anos de CDC, conquistas e desafios. Curitiba: OAB/PR.2015. p. 67

inferioridade entre o público de crianças e adolescentes ou que empregue criança ou adolescente na condição de porta-voz de mensagem de consumo.

Esta mudança proposta no parágrafo 2º, do artigo 37, do Código do Consumidor, demonstra uma preocupação com a publicidade feita pelos fornecedores, que, muitas vezes, ocorre de forma ostensiva, o que é fator para o consumo impulsivo, sem reflexão na tomada de decisão, que pode levar ao superendividamento<sup>68</sup>.

Em sequência, o Projeto de Lei modifica o artigo 51, do Código do Consumidor, que dispõe a respeito das práticas abusivas, trazendo os incisos XVII, XVIII, XIX, XX e XXI. O inciso XVII, trazido pelo PL 283, estabelece como prática abusiva a prática que condiciona ou limita de qualquer forma o acesso aos órgãos do poder judiciário. Em ato contínuo, o inciso XVIII considera prática abusiva, também, a prática que imponha ou tenha como efeito a renúncia da impenhorabilidade de bem de família do consumidor ou fiador.

O inciso XIX determina como prática abusiva a que estabelecer prazo de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impedir 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.

Ainda, o inciso XX traz como prática abusiva quando se considera o simples silêncio do consumidor como aceitação dos valores cobrados, em especial em contratos bancários, 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. Por fim, o inciso XXI prevê como prática abusiva a aplicação de lei estrangeira que limite total ou parcialmente a proteção assegurada no CDC.

Deste modo, percebe-se que o legislador, ao trazer esses incisos, no Projeto de Lei, tenta minimizar os possíveis prejuízos trazidos pela atuação do fornecedor de serviço no mercado de consumo.

No referido Projeto de Lei, é acrescentado no Código de Defesa do Consumidor, o Capítulo VI-A, “Da prevenção e do Tratamento do Superendividamento”, dos artigos 54-A ao 54-G, conforme dispõe o caput do artigo 54-A.

---

<sup>68</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul.** In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima. *Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito.* São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006. p. 260.

O parágrafo primeiro, do artigo 54-A, estabelece que:

Entende-se por superendividamento a impossibilidade de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis ou vincendas, sem comprometer o mínimo existencial, nos termos da regulamentação.

Em sequência, o parágrafo segundo, do artigo citado acima, define que as dívidas que constam no parágrafo primeiro são aquelas oriundas de quaisquer compromissos financeiros, incluindo os de operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada. Por fim, o parágrafo terceiro determina que não se aplica a regra descrita no Capítulo VI-A, as dívidas contraídas com a intenção de não pagar, em que há má-fé ou mediante fraude.

Assim, chega-se à conclusão que o legislador traz uma “solução” para aquele consumidor que sofre, muitas vezes, com a publicidade ostensiva, feita pelo fornecedor, e, também, com a outorga de crédito sem uma análise de crédito e quais impactos seriam causados na vida financeira do consumidor, e possui a intenção de adimplir com a obrigação assumidas, mas não consegue fazê-lo.

O artigo 54-B, caput, estabelece que, no fornecimento de crédito e na venda a prazo, além das obrigações previstas no artigo 52 e na legislação aplicável à matéria, o fornecedor ou intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre: o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem; taxa efetiva mensal de juros, assim como a taxa de juros de mora e total de encargos, de qualquer natureza, previstos no atraso do pagamento; montante das prestações e prazo de validade da oferta, que deverá ser no mínimo de dois dias; nome e os endereços físicos e eletrônicos fornecedor e prevê, também, o direito à liquidação antecipada e não onerosa do débito.

Ainda, o parágrafo primeiro, do artigo 54-B, determina que essas informações devem constar no contrato de forma clara e resumida no próprio contrato na fatura ou instrumento apartado, porém de fácil acesso ao consumidor. Percebe-se que, nestes dispositivos, há uma preocupação em o consumidor possuir conhecimento do negócio jurídico a ser realizado.

Já o artigo 54-C, caput, determina que é vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não, fazer referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “com taxa zero” ou o emprego de expressões com este mesmo intuito; 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; ocultar ou dificultar a compreensão sobre o ônus e os

riscos da contratação ou da venda a prazo; assediado ou pressionado o consumidor para contratar o serviço, produto ou crédito, inclusive a distância, por meio eletrônico ou por telefone, principalmente quando se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada ou se a contratação envolver prêmio.

Por fim, ainda no caput, do artigo 54-C, há o mandamento de que é proibido, na oferta do crédito, o fornecedor condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou início de tratativas à renúncia ou à desistência de demandas judiciais, ao pagamento de honorários advocatícios ou a depósitos judiciais.

Desta maneira, é evidente que há uma preocupação em reduzir a vulnerabilidade daqueles consumidores hipervulneráveis, que é uma construção doutrinária e jurisprudencial, sendo estes: idosos, adolescentes, pessoas portadoras de necessidades especiais, analfabetos, que possuem maior facilidade em realizar negócios jurídicos induzidos ao erro<sup>69</sup>.

Outrossim, é notório que o legislador busca privilegiar a informação a ser dada ao consumidor; podendo-se concluir que ele (o legislador), mais uma vez, tenta promover a informação clara, transparente e cristalina como meio para prevenção do superendividamento. Além disso, o Projeto reprovava o uso de expressões que induzem, de forma leviana, à contratação do crédito.

Finalmente, há um zelo do legislador em estabelecer como proibido, na concessão de crédito, seja ela publicitária ou não, por como condição a desistência de demandas judiciais; sendo uma forma de garantir o direito de ação do consumidor, para que as normas propostas no Projeto de Lei tenham efetividade.

No parágrafo único, do artigo 54-C, há a ressalva que as expressões “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimos”, “taxa zero” e, entre outras expressões sinônimas, não são aplicadas à oferta de produto ou serviço para pagamento por meio de cartão de crédito.

No artigo 54-D, nos incisos de I a III, há a determinação de que o fornecedor ou intermediário, antes da contratação, deve informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerando sua idade, saúde, conhecimento e condição social, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, todos os custos incidentes; deve, também, avaliar a capacidade e as condições do consumidor de pagar a dívida contratada, mediante solicitação da

---

<sup>69</sup> BOLZAN, Fabrício. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva. 2014. p. 156-157.



documentação necessária e das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito.

Ainda, no artigo 54-D, o legislador prevê que o fornecedor ou intermediário deve informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e outros coobrigados cópia do contrato de crédito.

O parágrafo único do artigo 54-D, merece destaque, pois determina que os descumprimento das condutas descritas, no caput deste artigo e dos artigos 52 e 54-C, poderá levar à inexigibilidade e à redução dos juros, dos encargos ou de qualquer acréscimo ao principal, assim como acarretar na dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original. Essas consequências não impedem indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais ao consumidor.

Diante da leitura dos *caput* e do parágrafo único do artigo 54-D, depreende-se que quando o legislador determina que o fornecedor de serviço deve avaliar a capacidade e as condições de pagamento da dívida do consumidor, há a adoção da teoria do crédito responsável, que é adotada pelo Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios (TJDFT).

Entende esta Egrégia Corte que o fornecedor de serviço, na outorga do crédito, deve visar, sim, o retorno do valor do financiamento, no entanto, este deve prezar pela não superveniência do superendividamento, haja vista que ele possui meios de aferir a capacidade de o consumidor adimplir a dívida contraída. Assim, segue trecho do Acórdão nº 1096839, da 6ª Turma Cível<sup>70</sup>:

Prepondera o fato de que as instituições bancárias possuem ferramentas eficientes de avaliar as possibilidades financeiras de seus correntistas, de modo que, ultrapassando a capacidade de endividamento do consumidor, deverão assumir os riscos do inadimplemento. Trata-se da aplicação da teoria do crédito responsável, segundo a qual as empresas, ao concederem o crédito, podem adotar as cautelas necessárias ao efetivo recebimento do retorno financeiro e, somado a isso, devem tomar medidas visando coibir a superveniência do superendividamento dos consumidores, preservando, assim, o patrimônio mínimo a garantir a dignidade humana.

Por fim, depreende-se da leitura do caput do artigo 54-D, quando o legislador prevê que o fornecedor de serviço deve informar a identidade do agente financiador, tal disposição é

---

<sup>70</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios. Apelação cível nº 070353-37.2017.8.07.0018. Apelante (s): Itaú Unibanco S.A, Banco Votorantim S.A e Banco BMG AS. Apelado (s): Paulo Cezar Souza Santiago, Banco de Brasília AS, Banco do Estado do Rio Grande do Sul e Paraná S/A. Relator: Alfeu Machado. Brasília, 17 de maio de 2018. Disponível em: <<https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 09 março.2019.

fundamental, pois, a partir de um estudo, citado por Catarina Frade e Sara Magalhães em *Sobreendividamento: a outra face do crédito*<sup>71</sup>, e do Projeto de Prevenção e Tratamento aos Consumidores Superendividados do TJDF<sup>72</sup>; muitas vezes, fica confusa em relação a quem está devendo, a datas, entre outros.

Já no artigo 54-E, *caput*, há a previsão de que, 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% de sua remuneração mensal líquida.

O parágrafo primeiro, do referido artigo acima, dispõe que, o descumprimento do que está disposto no *caput*, dá causa imediata à revisão do contrato ou à sua renegociação, o que não prejudica de o juiz de forma, cumulada ou alternada, as seguintes medidas: dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original, redução de encargos da dívida e da remuneração do fornecedor e constituição ou substituição de garantias.

O parágrafo segundo, do artigo 54-E, traz um período de sete dias, a contar da data de celebração do contrato ou do recebimento da respectiva cópia, desistir da contratação, sem necessidade de informar o motivo.

No entanto, para tal, o parágrafo terceiro determina que o consumidor deve enviar ao fornecedor ou intermediário do crédito um formulário, por carta ou qualquer outro meio de comunicação, com aviso de envio e recebimento. Devendo o consumidor devolver, no prazo estabelecido, no parágrafo segundo, o valor que lhe fora entregue acrescido de juros incidentes até a data da devolução, caso este tenha sido informado previamente sobre a forma da devolução dos valores.

O parágrafo quarto estabelece que o fornecedor deve facilitar o direito do fornecedor, após sete dias da contratação desistir do negócio jurídico, devendo este disponibilizar o acesso do formulário, que deve ser de fácil preenchimento, em meio físico eletrônico, anexo ao contrato, com todos os dados relativos à identificação do fornecedor e do contrato, mediante indicação da forma de devolução das quantias.

---

<sup>71</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento: a outra face do crédito**. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; MARQUES, Claudia Lima. **Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006. p.27.

<sup>72</sup> Programa de Tratamento e Prevenção aos Consumidos Superendividados, p. 25. Disponível em: <[https://www.tjdft.jus.br/informacoes/cidadania/nupemec/superendividados/PPTSTJDFUmprticaconsolidada\\_pginasespelhadas.pdf](https://www.tjdft.jus.br/informacoes/cidadania/nupemec/superendividados/PPTSTJDFUmprticaconsolidada_pginasespelhadas.pdf)>. Acesso em: 09 de março de 2019.

Outro ponto importante, do artigo 54-E, é o parágrafo sexto, que dispõe que, o que está previsto no parágrafo primeiro, não será aplicado caso o consumidor tenha apresentado informações incorretas. Desta forma, é notório que o legislador privilegia a boa-fé objetiva, prevista no artigo 422, do Código Civil, e no artigo 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor.

Ainda, o parágrafo sétimo, do artigo 54-E, estabelece que o limite previsto no *caput* do artigo não se refere a dívidas do consumidor com cada um dos credores isoladamente, mas, sim, ao somatório das dívidas com todos os credores. Percebe-se que o legislador pretende garantir o mínimo existencial, respeitando o princípio da dignidade da pessoa humana, previsto no artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal.

Em sequência, o artigo 54-F, *caput*, determina que são conexos, coligados ou interdependentes 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 recorre aos serviços do fornecedor de produto ou serviço para a preparação do contrato de crédito e quando oferece o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor de produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal é celebrado.

O parágrafo primeiro, do artigo 54-F, prevê que o exercício de direito de arrependimento nas hipóteses previstas, no Código de Defesa do Consumidor, seja no contrato principal, seja no de crédito, implica a resolução de pleno direito do contrato que lhe seja conexo.

O parágrafo segundo, do referido artigo, dispõe que, nos casos de inexecução das obrigações e deveres previstos no *caput*, do artigo 54-F, o consumidor poderá requerer a rescisão do contrato não cumprido contra o fornecedor de crédito.

Já o parágrafo terceiro garante que o direito previsto no parágrafo segundo, do artigo 54-F, caberá igualmente ao consumidor contra o portador de cheque pós-datado, emitido para aquisição de produto ou serviço a prazo e contra o administrador ou emitente do cartão de crédito ou similar quando estes forem fornecidos pelo mesmo fornecedor ou por entidades pertencentes aos mesmo grupo econômico.

O parágrafo quarto determina que a invalidade ou ineficácia do contrato principal implicará, de pleno direito, a do contrato que lhe seja conexo, nos termos do *caput*, ressalvado ao fornecedor do produto ou do serviço a devolução dos valores entregues, inclusive relativamente a tributos. Conclui-se, portanto, que o legislador, ao mesmo tempo, tem a

pretensão de prevenir a superveniência do superendividamento, mas também de garantir os direitos do fornecedor de crédito, não prejudicando a atividade exercida por este.

O projeto de Lei nº 283 de 2012, inclui no Código de Defesa do Consumidor, o Capítulo V, em que trata da conciliação no superendividamento, dos artigos 104-A ao 104-C.

O artigo 104-A, *caput*, estabelece que 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 cinco anos, preservados o mínimo existencial, as garantias e formas de pagamento, pactuadas no contrato original.

O parágrafo primeiro, do artigo 104-A, dispõe que são excluídas do processo de repactuação as dívidas de caráter alimentar, fiscal, parafiscal dívidas oriundas de contratos celebrados com a intenção de não pagamento, bem como as de contratos de crédito com garantia real, de financiamento imobiliário e de contrato de crédito rural.

Em ato contínuo, o parágrafo segundo, do referido artigo, diz que o não comparecimento de qualquer credor, ou de seu procurador, munido de procuração com poderes especiais para o comparecimento da audiência de conciliação, acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos de mora.

Assim, o parágrafo terceiro, do artigo 104-A, dispõe que, no caso de conciliação, com qualquer credor, a sentença judicial que homologar o acordo descreverá o plano de pagamento de dívidas, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada.

No tocante ao plano de pagamento, o parágrafo quarto, do artigo citado acima, determina que este deverá conter: medidas de dilação dos prazos de pagamento e da redução dos encargos da dívida ou da remuneração do fornecedor; referência à suspensão ou à extinção das ações judiciais em curso; data a partir do qual será providenciada a exclusão do consumidor dos bancos de dados e cadastros de inadimplentes; condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem o agravamento de sua situação de superendividado.

O parágrafo quinto, do artigo 104-A, diz que o pedido consta no *caput* do artigo não importa em declaração de insolvência civil e poderá ser repetido somente após decorrido o prazo de dois anos, contados da liquidação das obrigações previstas no plano de pagamento homologado, sem prejuízo de repactuação.

O artigo 104-B, caput, estabelece que não havendo conciliação entre o consumidor e os credores, o juiz, a pedido do consumidor, instaurará processo por superendividamento para revisão e integração 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.

O parágrafo segundo, do artigo em discussão, determina o prazo de quinze dias aos credores, já citados, para juntada de documentos e das razões das negativas de aceder ao plano voluntário ou de renegociar.

Em sequência, o parágrafo terceiro, do artigo 104-B, dispõe que o juiz poderá nomear administrador judicial, desde que não prejudique as partes, o qual, no prazo de trinta dias, apresentará plano de pagamento contemplando medidas de temporização ou atenuação dos encargos.

Por fim, parágrafo quarto, determina que o plano judicial compulsório assegurará aos credores, no mínimo, o valor principal do devido, corrigido monetariamente pelos índices oficiais de preços e deverá prever a liquidação total da dívida no prazo máximo de cinco anos, contados da homologação judicial e o restante do saldo devido em parcelas iguais e sucessivas.

A partir da leitura do artigo 104-C, infere-se que o legislador procurou basear-se no ordenamento pátrio, mais precisamente, na Lei nº 11.101 de 2005, que trata a respeito da Recuperação Judicial, que tem como objetivo de tirar o empresário da situação de crise econômica- financeira para que este possa dar continuidade à atividade empresarial<sup>73</sup>, da mesma forma, é o que se pretende, a partir da conciliação entre o consumidor e o credor.

Ou seja, pretende-se dar meios para que o consumidor superendividado possa ter uma vida financeira saudável e ter preservado o mínimo existencial, em obediência ao princípio da dignidade da pessoa humana.

Por isso, afirma-se que a forma em que o legislador buscou inspiração no ordenamento pátrio, pois o procedimento adotado para a conciliação entre o consumidor superendividado e o credor, é muito semelhante; guardadas as suas particularidades, a começar que, assim como o empresário, em sede de recuperação judicial, é quem leva o pedido à apreciação do Poder Judiciário, conforme o artigo 1º, da Lei de Recuperação Judicial.

---

<sup>73</sup> CHAGAS, Edilson Eneidino das. **Direito Empresarial Esquemático**. 4.ed. São Paulo: Saraiva. 2017. Cap. 21.p. 742.

Outro ponto semelhante à Lei nº 11.101 de 2005 é o inciso III, do § 3º, do artigo 104-A do Projeto, que estabelece a possibilidade da suspensão das ações judiciais já em curso, da mesma forma que determina o caput do artigo 6ª, mais precisamente, o seu § 4º, da Lei de Recuperação Judicial.

Por fim, outra questão que merece destaque, ante a semelhança com o procedimento previsto na Lei de Recuperação Judicial é quando o legislador, no parágrafo terceiro, do artigo 104-B do Projeto, prevê a possibilidade da nomeação do administrador judicial, em que na conciliação ele deverá apresentar o plano de pagamento, dentro do prazo estabelecido, e, na Recuperação Judicial, o administrador judicial fiscaliza o cumprimento do Plano de Recuperação Judicial<sup>74</sup>.

O artigo 104-C, *caput*, estabelece que compete, concorrentemente, aos órgãos públicos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor a fase conciliatória e preventiva do processo de repactuação de dívidas, na forma prevista no artigo 104-A, no que couber.

O parágrafo primeiro, do artigo 104-C, diz que, em caso de conciliação administrativa, os órgãos públicos poderão promover, nas reclamações individuais, audiência global de conciliação de todos os credores e, em todos os casos, facilitar a elaboração do plano de pagamento, em que se deve preservar o mínimo existencial

Finalmente, o parágrafo segundo, do artigo 104-C, estabelece que o acordo firmado perante os órgãos públicos de defesa do consumidor, em caso de superendividamento do consumidor pessoa física, deverá incluir a data a partir da qual será providenciada a exclusão dos cadastros de proteção ao crédito, bem como o condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem o agravamento de sua situação, especialmente a de contratar novas dívidas.

Por fim, o artigo 3º, do Projeto de Lei nº 283 de 2012, altera o artigo 96, do Estatuto do Idoso, tipificando a discriminação como crime, tendo como pena a reclusão de seis meses a um ano e multa. Assim, o artigo terceiro, do referido Projeto de Lei, acrescenta o parágrafo terceiro ao artigo 96, que determina que não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso.

---

<sup>74</sup> Op. cit., p. 890.

## 05 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do presente trabalho, em que se aborda a questão do superendividamento, em razão da outorga irresponsável da concessão do crédito pelas instituições financeiras, cujo objetivo é debater o que leva a superveniência deste na vida do consumidor, bem como o que leva ao consumo desenfreado e a necessidade de ter acesso ao crédito.

Assim, diante do estudo da problemática trazida por este trabalho, chega-se à conclusão que o superendividamento é uma questão comportamental, que fora construída ao longo da história da humanidade, que tem como marco a revolução industrial, que trouxe significativa alteração do modo de vida das pessoas, a começar pelo abandono à vida do campo e o encontro à vida urbana e, assim, com a mudança do estilo de vida, deixou-se de lado a antiga forma de consumir.

Então, aliado a este novo estilo de vida, as indústrias, como forma de maximizar seus lucros, entenderam que precisavam instigar os consumidores a comprar e começam a fazer publicidade, para transmitirem qual o sentimento se tem ao comprar determinado bem. Então, ter acesso aos bens, envolve, em um primeiro momento, ter certo *status* e, logo depois, o consumo serve para reconhecimento pessoal. Com estas motivações, as pessoas sentem necessidade de ter acesso ao crédito, para que, com a ajuda dele, possam ter o que bem desejarem.

Contudo, a forma em que se esse crédito é ofertado pelas instituições financeiras, bem como a facilidade trazida por estas para se ter acesso ao crédito, traz consequências negativas enormes à vida do consumidor. Faz-se necessário, portanto, chamar o Direito para disciplinar este fato, tendo-se em vista a forma desleal em que as instituições estão atuando no mercado de consumo, que acarreta na impossibilidade do consumidor se manter, pois fica onerado com as dívidas contratadas.

Por isto, a necessidade de regulamentação e da aprovação do Projeto de Lei nº 283 de 2012, que estabelece a forma como as instituições financeiras devem ofertar o crédito, de forma responsável, que não prejudica o seu retorno financeiro. Assim como, assegura ao consumidor o direito de rever os contratos que lhe oneram demasiadamente e traz normas que garantem a efetividade dos direitos estabelecidos no próprio. Inclusive, a efetividade desta Lei, se e quando aprovada pelo Congresso Nacional, será também interessante objeto de uma futura pesquisa.

## REFERÊNCIAS

PELLEGRINI; A, P. et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense. 2011.

ALVES, A; DE OLIVEIRA; L. **Conexões com a História**. 3. Ed. São Paulo: Moderna. v único. 2010

DE OLIVEIRA, A. **Superendividamento: prevenção, riscos e o PLS 283/2012**. In: Repensando o direito do consumidor III: 25 anos de CDC, conquistas e desafios. Curitiba: OAB/PR.2015. p. 67

BENJAMIN; A. H.; MARQUES; C.L; BESSA; L.R. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais.2013.

MIRAGEM; B. **Curso de Direito do Consumidor**. 5. ed. Revista dos Tribunais. São Paulo, 2014.

LEITE, C. **A crise econômica e o superendividamento do brasileiro: uma análise crítica da liberação de crédito social fácil no Brasil**. Brasília. Revista de Direito Internacional Ecocômico e Tributário. v. nº 2, p. 120-147, jul-dez, 2015.

MARQUES, C. L; CAVALLAZZI, R. L. **Direitos do Consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2006

CHAGAS, E.E.D. **Direito Empresarial Esquematizado**. 4.ed. São Paulo: Saraiva. 2017.

COELHO, F. U. **O empresário e o Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva. 1994..

BOLZAN, F. **Direito do Consumidor Esquematizado**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva. 2014.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: um ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das letras. 2007. p. 21-22.

JÚNIOR, H. T. **Direitos do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense. 9. ed. 2017.

FILOMENO. J. G. B. **Direitos do Consumidor**. 15 ed. São Paulo: Gen.2018

MARQUES; M. M.L. **O Endividamento dos Consumidores**. Porto: Almedina.2000.

ALCARÁ; M. **Evolução do Direito do Consumidor**. Revista Jurídica Direito, Sociedade e Justiça. Ano 1, v.1, p. 10. 2013.



NORAT, M. S. L. **Evolução histórica do Direito do Consumidor**. Revista Jurídica Cognitio Juris. João Pessoa. ano 01. nº 02, p. 93-100, agosto 2011

NETO, L.M. A. **As práticas abusivas em face do consumidor endividado: de um estudo da evolução do conteúdo das cláusulas gerais da boa-fé objetiva e da vedação ao abuso de direito**. Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia. v.46. n.02. p.119-146. jul-dez.2018

Programa de Prevenção e de Tratamento aos Consumidores Superendividados no TJDFT disponível

em:<[https://www.tjdft.jus.br/informacoes/cidadania/nupemec/superendividados/PPTSTJDFT\\_umaprticaconsolidada\\_pginasespelhadas.pdf](https://www.tjdft.jus.br/informacoes/cidadania/nupemec/superendividados/PPTSTJDFT_umaprticaconsolidada_pginasespelhadas.pdf)>. Acessado em: 28 de Março de 2019.

CAVALIERI FILHO, S. Programa Direito de Consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas. 2010. cap. IV. p. 64

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e Territórios. Apelação cível nº 070353-37.2017.8.07.0018. Apelante (s): Itaú Unibanco S.A, Banco Votorantim S.A e Banco BMG AS. Apelado (s): Paulo Cezar Souza Santiago, Banco de Brasília AS, Banco do Estado do Rio Grande do Sul e Paraná S/A. Relator: Alfeu Machado. Brasília, 17 de maio de 2018. Disponível em: <<https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 09 março.2019.