



**PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR X SUPERENDIVIDAMENTO:
A EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO INSTRUMENTO DE EFETIVAÇÃO DO
CONSUMO SUSTENTÁVEL**

**CONSUMER LEGAL PROTECTION
FINANCIAL EDUCATION AS AN INSTRUMENT TO EFFECTIVE
SUSTAINABLE CONSUMPTION**

Leticia Spagnollo¹

Liton Lanes Pilau Sobrinho²

Resumo:

O estudo busca analisar a proteção jurídica do consumidor sob a ótica do superendividamento e compreender a educação financeira como instrumento de efetivação do consumo sustentável. Justifica-se a relevância da temática tendo em vista que o superendividamento está se tornando cada vez mais comum na sociedade capitalista. O crédito se tornou um elemento de extrema importância para a sociedade e, seu surgimento possibilitou significativas mudanças, tanto econômicas quanto sociais. Objetiva-se, primeiramente, abordar a tutela do consumidor no sistema jurídico brasileiro, identificando o consumo excessivo de crédito como uma das principais causas do superendividamento da população. Somado a isso, a pesquisa aborda a educação como ferramenta de efetivação do consumo sustentável, visto que representa um meio eficaz e preventivo de minimização dos riscos oriundos do consumismo. Para tanto, utiliza-se o método hermenêutico e como forma de pesquisa, a bibliográfica. Assim, constata-se que o tratamento adequado do consumidor superendividado, bem como a promoção da educação financeira é um compromisso social e essencial para efetivar direitos e garantias fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal da República.

¹ Mestre em Direito pela Universidade de Passo Fundo/RS. Pós-graduada em Direito Eletrônico pelo Centro Educacional Dom Alberto – Santa Cruz do Sul/RS. Graduada em Ciências jurídicas e Sociais pela Universidade de Passo Fundo – Campus Casca/RS. Formada em Magistério pelo Instituto Estadual de Educação Assis Brasil. Extensionista voluntária do programa Balcão do Consumidor de Casca e membro do projeto de pesquisa da Faculdade de Direito denominado “Balcão do Consumidor: Instrumento de transformação da realidade social”. E-mail: leticiaspagnollo.s@gmail.com.

² Pós-Doutor em Direito pela Universidade de Sevilha - Espanha. Doutor em Direito pela UNISINOS. Mestre em Direito pela UNISC. Professor dos cursos de Mestrado e Doutorado no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ciência Jurídica da UNIVALI. Professor e Coordenador do PPGDIREITO da UPF. E-mail: liton@univali.br.





Palavras-chave:

Consumismo; Consumo sustentável; Crédito; Educação financeira; Superendividamento

Abstract:

The study seeks to analyze consumer legal protection from the perspective of over-indebtedness and understand financial education as an instrument for achieving sustainable consumption. The relevance of the topic is justified given that over-indebtedness is becoming increasingly common in capitalist society. Credit has become an extremely important element for society and its emergence has enabled significant changes, both economic and social. The objective is, firstly, to address consumer protection in the Brazilian legal system, identifying excessive consumption of credit as one of the main causes of the population's over-indebtedness. Added to this, the research addresses education as a tool for implementing sustainable consumption, as it represents an effective and preventive means of minimizing the risks arising from consumerism. To this end, the hermeneutic method is used and bibliographic research is used. Thus, it appears that the adequate treatment of over-indebted consumers, as well as the promotion of financial education, is a social and essential commitment to implement fundamental rights and guarantees established by the Federal Constitution of the Republic.

Keywords:

Consumerism; Sustainable consumption; Credit; Financial education; Over-indebtedness

1 Introdução

O estudo busca analisar a proteção jurídica do consumidor sob a ótica do superendividamento e compreender a educação financeira como instrumento de efetivação do consumo sustentável.

O tema justifica-se importante uma vez que o superendividamento está se tornando cada vez mais comum na sociedade capitalista. O crédito se tornou um elemento de extrema importância para a sociedade e, seu surgimento possibilitou significativas mudanças, tanto econômicas quanto sociais. Os indivíduos são constantemente incentivados a comprar bens e serviços, principalmente por meio de instituições financeiras, que a todo instante oferecem limites. Assim, o aumento do poder de compra por meio da concessão de crédito é atributo inerente à atual sociedade capitalista e está diretamente relacionado ao exercício do princípio da dignidade humana. No entanto, a sua oferta em demasia, veiculada pelos meios tecnológicos de informação, incentiva o consumo indisciplinado e, conseqüentemente, expõe o consumidor ao risco.





Quanto ao método de abordagem adotou-se o hermenêutico, utilizado como forma de descobrir o conhecimento através da interpretação de texto, comunicação entre eles, seus diversos sentidos revelados e também ocultos. Ainda, as formas de pesquisa utilizadas são a bibliográfica, por meio de compilações bibliográficas clássicas e contemporâneas, disponíveis em meios físicos e on-line e das legislações do ordenamento jurídico brasileiro.

Desse modo, a presente pesquisa possui duplo objetivo: primeiramente, abordar a tutela do consumidor no sistema jurídico brasileiro, identificando o consumo demasiado de crédito como uma das principais causas do superendividamento da população. Somado a isso, o estudo aborda a educação como ferramenta de efetivação do consumo sustentável, visto que representa um meio eficaz e preventivo de minimização dos riscos oriundos do consumismo.

2 A proteção jurídica do consumidor na sociedade de consumo

Na atual configuração social, o consumo de bens, seja ele através da aquisição de produtos ou serviços, tem se intensificado e isso ocorre não apenas em razão do atendimento às demandas básicas do consumidor, mas sim em decorrência do consumismo. Nesta senda, Baudrilard (1995, p. 11) compreende a importância do consumo para a vida em sociedade e analisa suas principais características no contexto social, sob a ótica de como essa prática pode impactar as relações entre os indivíduos. Assim explica:

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 em que o modelo econômico predominante é o capitalista, o ato de consumir está diretamente vinculado à concepção de felicidade e de aparência do indivíduo, através de seu reconhecimento social. A felicidade é confundida com a ideia de sucesso, crendo que, para o indivíduo ser bem-sucedido, precisa ter ou aparentar ter grande capacidade de consumir (GOMES, 2011, p. 131), adquirindo bens ou serviços. Nas palavras de 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.

Denota-se, pois, que na sociedade contemporânea os consumidores abdicam de sua condição de cidadãos voltando seus ideais para a materialidade e para o consumo, visando não apenas satisfazer suas reais necessidades, mas, principalmente, adquirir produtos que lhes proporcionem conforto e status social para que, com isso, se sintam verdadeiramente inseridos na sociedade (RUSCHEINSKY; CALGARO, 2011, p. 57). Neste sentido, Barbosa (2004, p. 59) expõe

[...] 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.

No entanto, essa abundância de consumo que vai além das necessidades, associa-se ao desperdício indiscriminado e aos gastos elevados. Para Baudrillard (1995, p. 41) 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”.

O crédito, por sua vez, é um atributo inerente ao sistema capitalista e transformou-se em um elemento de suma importância na sociedade atual, sendo considerado como significativo incremento na qualidade de vida dos consumidores. A sua democratização e facilitação de acesso deu azo a uma significativa transformação, tanto econômica quanto social, ao passo que permitiu, principalmente às classes de menores rendas, adquirirem bens ou serviços que, em condições habituais, não seriam possíveis. Nas palavras de Marques, Lima e Bortoncello (2010, p. 20), o crédito é definido como

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.).

Uma das principais vantagens do serviço de concessão de crédito é que ele proporciona a inserção da população de baixa renda na sociedade de consumo. Entretanto, diante do consumo desenfreado de bens fomentado pelo capitalismo, essa expectativa de inclusão social por meio da liberação do crédito tem sido frustrada. Sob esse viés de pensamento Marques (2010, p. 04) complementa afirmando que o crédito também pode gerar perigos, que podem ser medidos tanto no curto, quanto no longo prazo. No primeiro momento, o crédito possibilita ao “consumidor pessoa física, a impressão de que pode - mesmo com seu orçamento reduzido - tudo adquirir”. Tão logo, a concessão desenfreada de crédito aliada à massiva publicidade acaba sendo característica do mercado e o consumidor, polo vulnerável na dada relação jurídica de consumo, “embebido das várias tentações da sociedade de consumo, multiplica suas compras até que não lhe seja mais possível pagar em dia o conjunto de suas dívidas em um tempo razoável”. Isso porque, acaba consumindo e comprometendo muito acima do que a sua capacidade de pagamento comporta.

Nesse contexto, destaca-se também a tamanha contribuição da internet³ neste processo de transformação social, a qual possibilitou uma comunicação rápida, eficiente e de alcance mundial. Através da internet é possível comercializar toda a espécie de bens, situação que fomenta o consumismo e caracteriza uma sociedade de consumo, visto que todos os sujeitos são tidos como consumidores, em razão do próprio sistema de produção atual. Assim, se coloca como um ambiente de oportunidade de novos canais de vendas, a exemplo dos e-commerce (BAUMAN, 2008, p. 22).

Logo, o avanço da tecnologia aliado ao aumento do acesso à internet e o crescimento dos usuários de comércio eletrônico, despertou nas empresas a necessidade

³ “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” (VENTURA, 2010, p. 07).



de criação de espaços de venda on-line, através do e-commerce, para atingir todos os públicos. É através da internet que se faz possível destinar todo e qualquer tempo livre ao consumo, uma vez que o comércio eletrônico pode acontecer em todo e qualquer lugar, basta que o consumidor tenha acesso à internet (RAMOS, 2017, p. 29).

Nesta modalidade de consumo, não se faz necessário respeitar fila, horário de atendimento, demora no atendimento, sem contar que não exige sequer que o consumidor saia do conforto da sua própria residência, para que possa consumir. Outrossim, no meio virtual, o consumidor pode acompanhar tudo de maneira instantânea, seja lançamentos, tendências, moda ou até mesmo pesquisar o que está sendo mais consumido no outro lado do planeta, tudo em tempo real, fato que o permite estar constantemente atualizado.

Do exposto, verifica-se a complexidade das relações de consumo atuais, somado aos grandes impactos gerados para a economia, motivo pela qual torna o assunto, além de extremamente relevante, tema de inúmeras discussões, inclusive legislativas, nas últimas décadas.

A Organização das Nações Unidas – ONU, através de Assembleia Geral, em 1985, definiu diretrizes para a proteção do consumidor, por meio da Resolução nº 39/248, de 09 de abril de 1985, que, dentre outras medidas, recomendou aos países membros da ONU o desenvolvimento de políticas de defesa do consumidor visando o reconhecimento e a proteção dos direitos do consumidor. Outrossim, recentemente, a ONU estabeleceu também os “Objetivos do Desenvolvimento Sustentável”, num total de 17 (dezesete) a serem alcançados até 2030, dentre os quais destaca-se o 12 (doze): “Consumo e Produção Responsáveis”(ONU, 2023).

No Brasil, em 1988, a Constituição Federal da República reconheceu em seu artigo 5º, inciso⁴, a defesa do consumidor como um direito fundamental e a necessidade de uma tutela jurídica específica. Assim, determinou no artigo 48 das Disposições Finais Transitórias – ADCT 48⁵, a criação de um Código de Defesa do Consumidor a fim de

⁴ Artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal: “[...]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 [...]”.

⁵Artigo 48 – ADCT: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2023).



regular de maneira específica as relações de consumo e garantir a real proteção ao consumidor. Sobre este aspecto 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.

Tal perspectiva consolidou-se, na década de noventa, através da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que deu origem ao Código de Defesa do Consumidor (CDC)⁶ que se constitui em um microsistema jurídico criado com o intuito de regulamentar as relações de consumo. Além disso, a codificação consumerista estabelece normas que visam proteger e assegurar os direitos dos consumidores, considerando ser ele o polo mais fraco da relação. Explica Sorj (2000, p. 60) que o CDC proporcionou a manutenção do equilíbrio econômico:

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.

Assim, o direito do consumidor é um dos direitos econômicos fundamentais, que ganhou maior relevância após a promulgação da Constituição Federal em 1988 e, representa o dever do Estado em tratar todos de maneira igualitária, garantindo com isso, a defesa do consumidor, visto que estabelece através de seu artigo 24, inciso V, a

⁶ BRASIL. Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em 08 Mai 2023.



competência de legislar sobre produção e consumo à União, Estados e Distrito Federal. Nas palavras de Cervasio (2017, p. 37):

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. 60), 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.

Não obstante, em meados de 2021, foi aprovada a Lei nº 14.181/21, que inovou o Código de Defesa do Consumidor⁷ acrescentando à este um novo capítulo denominado de “capítulo VI-A”, inserido dentro da Seção III, que dispõem sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento⁸. Sobreveio, assim, ao diploma consumerista a inclusão de três novos princípios⁹: 1) a educação financeira dos consumidores; 2) a

⁷ A Lei nº 14.181/21 alterou também o Estatuto do Idoso - “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento”. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm>. Acesso em 08 MAI 2023.

⁸ BRASIL. Lei Número 14.181, de 1º de Julho de 2021. **Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm>. Acesso em 08 MAI 2023.

⁹ Nas palavras de Alexy (2002, p. 86): “[...] los principios son normas que ordenan que algo sea realizado en la mayor medida posible, dentro de las posibilidades jurídicas y reales existentes. Por lo tanto, los principios son mandatos de optimización, que están caracterizados por el hecho de que pueden ser cumplidos em diferente grado y que la medida debida de su cumplimiento no sólo depende de las posibilidades reales sino también de las jurídicas. Tradução livre da autora: “Os princípios são regras que ordenam que algo seja feito na medida do possível, dentro das possibilidades legais e reais existentes. Portanto, os princípios são mandatos de otimização, que se caracterizam pelo fato de poderem ser cumpridos em diferentes graus e que a devida medida de cumprimento não depende apenas das possibilidades reais, mas também das legais”.



educação ambiental dos consumidores e, 3) a prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor¹⁰.

Do exposto, compreende-se que o superendividamento deve ser considerado um fenômeno múltiplo, que envolve aspectos econômicos, sociais e jurídicos, decorrentes de questões estruturais e culturais do próprio capitalismo, que fomentado pela internet e pela facilidade pela concessão do crédito, dá azo a um cenário de desequilíbrio socioeconômico, que demanda prevenção e tratamento, pois afeta o polo mais frágil da relação jurídica de consumo, que é o consumidor e, reflete na perda da capacidade dele estar incluído socialmente, ou seja, estar ativo na sociedade.

3 Endividamento X Superendividamento do consumidor

O crédito passou a ser considerado um produto, sendo um dos mais comercializados do mercado e, por conseguinte, a sua concessão desempenha uma importante função social no processo de transformação da sociedade de consumo. Entretanto, o mesmo crédito que proporciona aos consumidores a sensação de inclusão social, faz surgir sérios riscos de exclusão. O imediatismo aliado a conveniência de crédito possibilitou aos consumidores contraírem obrigações financeiras que vão além de sua capacidade de pagar, o que dá azo ao seu superendividamento e, conseqüentemente, pode resultar na sua falência civil.

Segundo Ávila e Sampaio (2018, p. 26) a mesma ideia que predispôs que a oferta e concessão de crédito aos consumidores os equipararia à uma melhor qualidade de vida, ao passo que aumentaria o poder de compra e consumo e conseqüentemente sua inserção social, hoje, na prática, é a mesma que exclui esses “novos consumidores” da sociedade de consumo. Os consumidores passaram a se sentir inseridos nos moldes sociais através do acesso ao mercado de consumo. Entretanto, não mensuraram as nefastas conseqüências que essa falsa ideia de satisfação momentânea pela aquisição de bens e

¹⁰ BRASIL. [Lei Número 14.181, de 1º de Julho de 2021](#). Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm>. Acesso em 08 MAI 2023.



serviços, através da concessão do crédito, poderiam ocasionar (ARAÚJO; FRANÇA; ROCHA, 2017, p. 07).

Todo crédito, quando negociado, gera obrigação para ambas as partes envolvidas no negócio jurídico. De um lado, observa-se a instituição financeira com o dever de dispor de determinada quantia de dinheiro de acordo com o risco da operação e necessidade do cliente, previamente contratado através de documento formal. De outro lado, o tomador do crédito, que possui a obrigação de devolução do montante contraído, acrescido dos juros decorrentes da negociação, de acordo com o estabelecido no contrato. Entretanto, o não cumprimento da obrigação por parte do cliente/consumidor, dá azo ao surgimento do endividamento, que nada mais é que a impossibilidade de adimplemento, no prazo previsto, de parcelas referentes a créditos já concedidos (MARQUES, 2005, p. 48).

Seja por desconhecimento acerca da sua própria saúde financeira ou por falta de informação sobre o tipo/modalidade de crédito a ser tomada, ou ambas, os consumidores além de não se organizarem para o cumprimento da obrigação adquirida, também não calculam o impacto que gera a incidência de juros no valor final da parcela e, conseqüentemente, o crescimento de suas dívidas (METTE; MATOS, 2014, p. 09).

Logo, faz-se necessário discernir a importante diferenciação entre o endividamento e o superendividamento. Como já mencionado, o endividamento seguro e estável do consumidor é um fator de intrínseca importância face ao mercado econômico e social. É considerado normal, quando de acordo com a capacidade de pagamento do indivíduo, visto que antecipa o seu poder de compra e permite que se sinta inserido no mercado de consumo. Marques (2005, p. 26) explica que

o endividamento ou ter alguma dívida frente a um fornecedor (supermercado, banco, cartão de crédito, loja de departamentos, financeira de carros) é um fato inerente à vida na atual sociedade de consumo, faz parte da liberdade das pessoas no mercado de hoje, do ser “consumidor”, em qualquer classe social.

Assim, verifica-se que, por si só, o endividamento não é um problema, “na medida em que representa a outra face do crédito, indispensável ao fomento das economias modernas. O endividamento é um fenômeno comum na sociedade de consumo e na democratização do crédito. (ÁVILA; SAMPAIO, 2028, p. 17).



Neste norte também é o entendimento de Marques (2014, p.09), a qual explica que “para consumir produtos e serviços essenciais ou não, os consumidores estão — quase todos — constantemente se endividando. A nossa economia de mercado seria, pois, por natureza, uma economia do endividamento”. Também nesse sentido é o entendimento de Leitão (2000, p. 02), a qual afirma que

se o endividamento ocorrer em contexto de crescimento econômico, de estabilidade de emprego e, sobretudo, se não atingir as camadas sociais com rendimentos próximos do limiar de pobreza, é apenas um processo de antecipação de rendimentos, contribuindo para o aumento do bem-estar das famílias.

Assim, quando contraído em situação de estabilidade financeira e laboral para o acesso a bens e serviços que permitam melhoria na qualidade de vida de indivíduos e de famílias, o crédito é entendido como uma ferramenta de inclusão social, principalmente para classes de baixa renda.

Já o superendividamento, por sua vez, é compreendido quando superior ao normal, quando se transforma em um inadimplemento duradouro e definitivo, não sendo mais passível de controle por parte do consumidor. Gaulia (2009, p. 104), considera o superendividamento como um “fenômeno econômico e social duradouro e gerador de sérias consequências para o cidadão e para a sociedade”, visto que exime do consumidor superendividado sua própria liberdade de dispor sobre seu patrimônio econômico financeiro.

O cenário social hodierno é caracterizado pela massiva publicidade e o exacerbado consumismo. Nesse sentido, entende Vasconcelos (2007, p. 21) que o superendividamento “é um fenômeno multifacetado, cultural e pluricausal que adentrou na sociedade pós-moderna, paulatinamente, como direito líquido, conduzido pela onda da globalização e pela excessiva oferta de produtos no mercado”.

Além do intensivo fomento ocasionado pelos meios tecnológicos, cada vez mais são apresentados diferenciais quanto à facilidade para abertura de conta, através, por exemplo, de falsas ideias de isenções de taxas mensais ou limites de crédito anexos. Esses benefícios visam atrair os consumidores para que, posteriormente sua inserção na base da instituição, lhes possam ser ofertados, por exemplo, novos privilégios como a contratação de empréstimos consignados e/ou a desburocratização na concessão de



crédito para pessoas de baixa renda, tornando-os vítimas de seus próprios desejos e comprometendo, com isso, sua renda e sua dignidade (TEIXEIRA, 2020, p. 276).

É sob esse aspecto que o superendividamento gera impactos nos setores: econômico, social e familiar, ao passo que exclui os consumidores e suas famílias do mercado de consumo e dificulta sua reinserção.

São vários os fatores que podem ocasionar o superendividamento, desde acidentais até o consumismo desequilibrado. Nas palavras de Zeidan (2015, p. 07) “O superendividamento é caracterizado por um descompasso entre a renda do indivíduo e a capacidade de pagamento de dívidas”. Já Marques (2005, p. 256) define o superendividamento como “a impossibilidade global de o devedor, pessoa física, consumidor, leigo, de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo [...] em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio”.

A doutrina, por sua vez, definiu o surgimento do superendividamento em duas situações: ativo e passivo. Segundo Marques (2005, p. 14), o superendividamento ativo subdivide-se em consciente e inconsciente. Ambos ocorrem de forma natural, geralmente em virtude do desequilíbrio entre a utilização do crédito e o consumo, que resulta no acúmulo de dívidas e a consequente incapacidade de pagamento. O superendividamento ativo consciente é definido pelo consumidor que contrai a dívida de má-fé, consciente de que o bem, o serviço ou o crédito adquirido excedem a sua realidade financeira. Já no superendividamento ativo inconsciente não resta caracterizada a má-fé, e sim uma desorganização financeira. Nesses casos, compreende-se que o consumidor buscou, ao máximo cumprir sua obrigação, mas não obteve êxito (MARQUES, 2005, p. 64-65).

Já o superendividamento passivo não caracteriza má-fé e decorre de motivos inerentes à vida cotidiana, ou seja, o consumidor não contribui de forma direta ou voluntária para que a situação aconteça. Configura-se por um evento inesperado que possa vir a ocorrer na vida do consumidor, como por exemplo a perda de seu emprego, o surgimento de uma doença, dentre outros (MARQUES, 2005, p. 14). Nesse sentido, também Franco (2012, p. 13) também 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.



Assim, compreende-se o superendividamento como um complexo fenômeno que teve origem diante do crescimento econômico, somado a redução do ônus do crédito de forma irresponsável e excessiva, favorecida, de um lado por uma sociedade de consumidores que consomem desenfreadamente e de outro, por fornecedores que concedem 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, estratégias passaram a ser pensadas e discutidas para auxiliar esses consumidores que se viam privados do mínimo existencial por conta do endividamento. Em razão disso, no ano de 2021 houve a promulgação da Lei nº 14.181/2021, que se apresenta como uma possibilidade de promoção de uma proteção, que efetiva os direitos fundamentais do consumidor, em especial, a sua dignidade, através da prevenção e tratamento ao superendividamento. O referido diploma legal, em seu artigo 1º, destaca a necessidade de promover a educação financeira do consumidor, práticas de crédito responsáveis, e resolução extrajudicial de conflitos.

No que tange a prevenção, visa ampliar a educação para o consumo consciente e fortalecer a informação prestada aos consumidores pelas agências de crédito, objetivando responsabilidade nas escolhas. Em relação ao tratamento do superendividamento, a legislação 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.

Em síntese, a Lei do Superendividamento se apresenta como uma possibilidade de promoção de uma tutela, que efetiva os direitos fundamentais do consumidor, em especial, a sua dignidade, através da educação, para a prevenção e tratamento ao superendividamento.

4 A Educação Financeira como instrumento de efetivação do consumo sustentável

A educação financeira se trata de uma necessidade advinda do sistema capitalista em virtude das mudanças sociais ocorridas em âmbito internacional, as quais contribuíram direta e significativamente para o endividamento da população. Sob este viés ideológico, os organismos internacionais como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e o Banco Mundial têm sido importantes agentes propagadores da concepção de que a educação financeira é ferramenta capaz de contribuir para o crescimento e a estabilidade econômica.

De acordo com a OCDE (2005, p. 5) a educação financeira é:

[...] o processo pelo qual consumidores/investidores financeiros aprimoram sua compreensão sobre produtos, conceitos e riscos financeiros e, por meio de informação, instrução e/ou aconselhamento objetivo, desenvolvem as habilidades e a confiança para se tornarem mais conscientes de riscos e oportunidades financeiras, a fazer escolhas informadas, a saber onde buscar ajuda, e a tomar outras medidas efetivas para melhorar seu bem-estar financeiro.

[...] deve ser tida como ferramenta para promover crescimento econômico, confiança e estabilidade, juntamente com a regulação das instituições financeiras e a proteção do consumidor (incluindo a regulação sobre informação e aconselhamento). A promoção da educação financeira não deve ser substituída por regulação financeira, que é essencial para proteger o consumidor (por exemplo, contra fraude) e que se espera que a educação financeira possa complementar.

Verifica-se, pois que a educação financeira está muito além de ser apenas uma matéria de ensino, mas sim um estudo que leva os consumidores, investidores e fornecedores a obterem um estilo de vida consciente quanto ao aspecto econômico-financeiro. Nesse sentido, o Centro de Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)/ Comissão de Valores Mobiliários (CVM) de Educação e Alfabetização Financeira para América Latina e o Caribe, em seu documento oficial de “Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira - Recomendação do Conselho da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico” de julho de 2005, complementam que: “Educação financeira, portanto, vai além do fornecimento de informações e aconselhamento financeiro, o que deve ser regulado, como geralmente já é o caso,



especialmente para a proteção de clientes financeiros (por exemplo, consumidores em relações contratuais)” (OCDE/ CVM, 2005, p. 5).

Além disso, Mordenelli (2011, p. 01) explica que: “Educação Financeira é um conjunto amplo de orientações sobre posturas e atitudes adequadas no planejamento e uso dos recursos financeiros pessoais”. Portanto, compreende-se que a educação financeira é um ensino indispensável na vida do consumidor, visto que a pessoa alfabetizada financeiramente sabe onde quer chegar, bem como lidar com situações adversas que possam surgir, compreendendo como vai ganhar, poupar, gastar e investir. Logo, a educação financeira revela-se como um instrumento capaz de proporcionar às pessoas melhor bem-estar e melhor qualidade de vida.

A entrada em vigor da Lei do Superendividamento além de aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor, dispôs sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Em seu artigo 6º, o diploma consumerista passou a elencar mais três novos direitos, quais sejam: XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas; XII - a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito; XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso (BRASIL, PLANALTO, 2023).

Observa-se que a legislação consumerista trata expressamente, “à educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações”, direito que abrange a necessidade de se promover uma educação para o consumo sustentável. Essa norma jurídica revela a preocupação com a proteção jurídica do consumidor e do meio ambiente em seu aspecto preventivo (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 101-102).

A Lei nº 14.181/2021, não só manteve o dispositivo, como ampliou seu leque de proteção ao meio ambiente, incluindo ao artigo 4º, o inciso IX, que dispõe direta e claramente sobre o “fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores” (BRASIL, PLANALTO, 2023).



Logo, por disciplinar interesses de natureza coletiva, o Código de Defesa do Consumidor também trata de forma breve acerca da questão ambiental em seu artigo 37, § 2º, quando trata acerca da coibição da publicidade abusiva, pois compreende que esse tipo de publicidade desrespeita os valores ambientais, quando instigam os consumidores à prática de consumo excessivo, que diretamente estimulam a lesão, das mais diversas formas, ao meio ambiente (GRAU, 1993, p. 183-189).

A educação para o consumo, representa, pois, o meio mais eficaz e preventivo para diminuir o consumo insustentável e, conseqüentemente, proteger e manter o meio ambiente equilibrado social e culturalmente, tanto para as atuais, quanto para as futuras gerações. A promoção da educação para o consumo pode acontecer de inúmeras maneiras, seja através de atendimentos, palestras ou cursos, tanto para aos consumidores quanto para os fornecedores; ações sociais; atividades envolvendo crianças, jovens, adultos e idosos; pesquisas; publicações; projetos de extensão, dentre outros (SESCOOP, 2016).

A par disso, o Estado brasileiro tem promovido ações para o desenvolvimento de programas sobre educação financeira em todo o país e para as mais diversas faixas etárias. De acordo com o BACEN (2013, p. 08) a educação financeira é:

[...] meio de prover esses conhecimentos e informações sobre comportamentos básicos que contribuem para melhorar a qualidade de vida das pessoas e de suas comunidades. É, portanto, um instrumento para promover o desenvolvimento econômico. Afinal, a qualidade das decisões financeiras dos indivíduos influencia, no agregado, toda a economia, por estar intimamente ligada a problemas como os níveis de endividamento e de inadimplência das pessoas e a capacidade de investimento dos países.

Portanto, a educação financeira pode ser definida como uma necessidade básica de aprendizagem, uma vez que esse tipo de ensino é primordial tanto para o consumidor com uma vida financeira saudável, quanto para o indivíduo superendividado. Trata-se de um direito fundamental previsto em lei, cujo qual, todo e qualquer cidadão brasileiro deve ter acesso, principalmente por meio de políticas públicas que os forneçam.

Ademais, ao citar as políticas públicas, compreende-se essas, como um meio eficiente de inserir o ensino da educação financeira na sociedade, disseminando esse conhecimento a partir de programas de educação financeira de maneira gratuita e acessível a todos na coletividade. Dessa forma, “os programas de educação financeira



devem ajudar os consumidores de produtos e serviços financeiros a encontrar soluções adequadas às suas necessidades e, ao mesmo tempo, a ampliar a compreensão sobre os riscos inerentes a esse mercado” (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2013, p. 1).

Destarte, compreende-se que, a educação para o consumo é dever do poder público, mas a participação e mobilização da sociedade para propor ações de complemento às políticas públicas direcionadas a esse fim, são imprescindíveis e de extrema importância, principalmente no que tange o bem-estar social.

5 Conclusão

O superendividamento é considerado uma espécie de inadimplência civil que, embora seja relativamente novo no ordenamento jurídico brasileiro, tem um grande impacto social tanto na perspectiva econômica quanto jurídica, havendo um longo caminho a ser percorrido no que tange a efetivação dos direitos do consumidor superendividado.

É fato que o crédito é o motor da economia. Fomentando pela internet e pelos meios tecnológicos, ele permite que as pessoas tenham o que desejam, com o compromisso de pagar pelo produto adquirido. Verifica-se que devido ao consumismo, a sociedade contemporânea está imersa em uma cultura excessiva, impulsiva e insatisfeita. Ao mesmo passo, essa população enfrenta dificuldades financeiras extremas, sendo o superendividamento também uma consequência para a manutenção da vida cotidiana, através do suprimento das necessidades básicas.

Devido a necessidade de tratamento pelo ordenamento jurídico brasileiro, em julho de 2021, houve a aprovação da Lei nº 14.181, que dispõe acerca da prevenção e tratamento deste fenômeno. Não obstante, a referida legislação também trata acerca da educação financeira, elencando-a como um dos direitos básicos do consumidor.

Neste caso, conclui-se que 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. E é nesse momento que a educação



apresenta-se como ferramenta de efetivação do consumo sustentável, visto que representa o meio mais eficaz e preventivo de minimização dos riscos oriundos do consumismo.

Portanto, o tratamento adequado do consumidor superendividado, bem como a promoção da educação financeira é um compromisso social e essencial para efetivar direitos e garantias fundamentais estabelecidos pela Constituição Federal da República.

Referências Bibliográficas

ADCT. **Ato Das Disposições Constitucionais Transitórias**. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/conadc/1988/constituicao.adct-1988-5-outubro-1988-322234-publicacaooriginal-1-pl.html>. Acesso em 08 MAI 2023.

ALEXY, Robert. **Teoría de los Derechos Fundamentales**. Madri: Centro de Estudios Políticos e Constitucionales, 2002.

ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

ÁVILA, Marília de; SAMPAIO, Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito**. Ebook. – Brasília : TJDFT, 2018.

BACEN. Banco Central do Brasil. **Caderno de educação financeira – Gestão de finanças pessoais**. Brasília: BCB, 2013.

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

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, Lda, 1995.

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

BRASIL, **Constituição Federal**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 8 MAI 2023.

_____. Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em 8 MAI 2023.





_____. Lei nº 14.181/21. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Lei/L14181.htm>. Acesso em 8 MAI 2023.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

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

FRANCO, Marielza Brandão. O superendividamento do consumidor. Fenômeno social que merece regulamentação legal. 2012. Revista do Instituto do Direito Brasileiro. Disponível em: https://www.cidp.pt/revistas/ridb/2012/10/2012_10_6033_6053.pdf. Acesso em 09 MAI 2023.

GAULIA, Cristina Tereza. **O Abuso de Direito na Concessão de Crédito O Risco do Empreendimento Financeiro na Era do Hiperconsumo**. Revista da EMERJ, Rio de Janeiro, v. 12, n.47, p. 94-123, 2009. Disponível em: <https://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista47/revista47_sumario.htm>. Acesso em 07 MAI 2023.

GRAU, Eros Roberto. **Interpretando o Código de Defesa do Consumidor: algumas notas**. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: RT, n. 05, 1993.

GOMES, Daniela Vasconcellos. **A sociedade de consumo e a atual desvalorização do consumidor como ser humano**. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. Relações de consumo humanismo. Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. Revista de Direito do Consumidor, Brasília, v. 75/2010, p. 9 – 42, jul./ set. 2010.

_____. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul**. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: Revista dos Tribunais, n. 55, p. 11-52, jul./set. 2005.

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

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



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.

cMETTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. **Comportamento do Consumidor Endividado:** um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014.

MORDENELL, Á. **Mais Ativa Educação Financeira**, Disponível em: <http://www.revistacentral.com.br/index.php?Option=com_content&view=article&id=3145:afinal-o-que-e-educacao-financeira&catid=110:negocios&Itemid=490>. Acesso em 09 MAI 2023.

OCDE/CVM de Educação e Alfabetização Financeira para América Latina e o Caribe. **Recomendação sobre os Princípios e as Boas Práticas de Educação e Conscientização Financeira.** Julho de 2005. Disponível em: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education.pdf>. Acesso em 08 MAI 2023.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos.** Adotada e proclamada pela Assembleia Geral das Nações Unidas (resolução 217 A III) em 10 de dezembro 1948. Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/portuguese?LangID=por>. Acesso em 08 MAI 2023

RAMOS, Daniela Osvald. **A influência do algoritmo.** Revista Comunicare. Volume 17 – Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, 2017. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view>. Acesso em 08 MAI 2023.

RUSCHEINSKY, Aloísio; CALGARO, Cleide. **Relações de consumo e humanismo:** efeitos, reflexos e consequências. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio. **Relações de consumo humanismo.** Caxias do Sul, RS: Educs, 2011.

SESCOOP. Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. **Cooperativismo de Crédito:** Boas práticas no Brasil e no mundo. Brasília: Farol Estratégias em Comunicação, 2016.

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

TEIXEIRA, João Paulo Allain. Covid-19, revolução digital e capitalismo global: a pandemia em perspectiva decolonial. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos.** Itajaí- SC: UNIVALI, 2020.

VASCONCELOS, Paulo Roberto Bentes. **O resgate da cidadania:** ressignificação do papel da Defensoria Pública do Estado do Ceará na redução do superendividamento do





cidadão. 2007. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade de Fortaleza, Fundação Edson Queiroz, Fortaleza, 2007.

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

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 08 MAI 2023.

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