

**A CRISE ECONÔMICA E O SUPERENDIVIDAMENTO DO BRASILEIRO: UMA
ANÁLISE CRÍTICA DA LIBERAÇÃO DE CRÉDITO SOCIAL FÁCIL NO BRASIL***

**THE ECONOMIC CRISIS AND THE BRAZILIAN INDEBTEDNESS: A CRITICAL
ANALYSIS OF CREDIT RELEASE SOCIAL EASY IN BRAZIL**

Carla Vladiane Alves Leite**

RESUMO: A liberação de crédito social fácil no Brasil ampliou o acesso ao crédito a todos brasileiros, inclusive os de baixa renda, porém gerou também o superendividamento. Essa situação é um fenômeno presente no Brasil, fato que causa efeitos negativos na vida do cidadão brasileiro diante da inserção do nome no cadastro de proteção ao crédito, gerando a impossibilidade de arcar com seus compromissos financeiros e até mesmo com a sua subsistência e de sua família. Além disso, o superendividamento vem atingir a dignidade do superendividado, pois diante da sociedade, é visto como mal pagador. O superendividamento é uma das causas da dívida na economia brasileira, tanto por parte do Estado como por parte do brasileiro, com cada vez mais dificuldades de deixar de ser superendividado. Diante da problemática e frisando a importância do tema, o presente artigo possui como objetivo analisar os desafios inerentes à adoção da mudança de hábitos do consumo na vida do consumidor superendividado na crise brasileira, que por si só mantêm a sua complexidade em seu tema. Considerando-se o objetivo da pesquisa, adotou-se o método de abordagem dedutivo, articulado à documentação indireta e à pesquisa bibliográfica a partir de livros, periódicos, artigos em revistas especializadas, além dos veículos virtuais compatíveis.

* Artigo recebido em: 06/07/2015
Artigo aceito em: 29/11/2015

** Doutoranda em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR, Mestre em Direito Ambiental pela Universidade do Estado do Amazonas. Especialista em Direito do Trabalho e Previdenciário e Especialista em Direito Penal e Processo Penal pelo Centro de Ensino Superior do Amazonas. Graduada em Direito pela Universidade Luterana do Brasil. Graduanda em Administração pela Universidade Federal do Amazonas. Pesquisadora vinculada ao Grupo de Pesquisa Meio Ambiente: Sociedades Tradicionais e Sociedade Hegemônica (PUC/PR), ao Grupo de Pesquisa Avá Guarani (PUC/PR) e ao Grupo de Pesquisa Estado, Economia, Política e Sociedade - URCA. Associada ao Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito (CONPEDI). Advogada. Paraná. Brasil. E-mail: carla_vladiane@hotmail.com

Palavras-chave: Crise Econômica; Liberação de Crédito Fácil; Superendividamento; Exclusão Social; Dignidade da Pessoa Humana.

ABSTRACT: The release of easy social credit in Brazil expanded access to credit to all Brazilians, including low-income, but also generated indebtedness. This situation is a phenomenon present in Brazil, a fact that causes negative effects on the life of Brazilian citizens before the insertion of the name in the credit protection registry, generating the impossibility to cope with its financial commitments and even their livelihoods and their family. In addition, over-indebtedness has reached the dignity of superendividado, as to society, is seen as bad payer. The indebtedness is one of the debt causes in the Brazilian economy, both by the state and by the Brazilian, with more and more difficulties to stop being superendividado. Regarding the problem and stressing the importance of the issue, this paper aims to examine the challenges inherent in the adoption of changing consumption habits in superendividado consumer's life in the Brazilian crisis, which alone retain their complexity in your theme. Considering the purpose of the research, it adopted the deductive method of approach, articulated the indirect documentation and literature from books, periodicals, articles in specialized journals, in addition to compatible virtual vehicles.

Keywords: Economic Crisis; Easy Credit release; indebtedness; Social Exclusion; Human Dignity.

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade vivemos em uma sociedade que é denominada como de consumo, a qual é permeada pela relação de produtores e consumidores onde há dois polos. Em um dos polos quem produz os bens e/ou serviços para o consumo e, no outro polo, quem consome os produtos e/ou serviços. Essa prática é a prática comercial.

Diante do mundo capitalista que vivemos, é indispensável o crédito para se ter acesso a bens e serviços, além das possibilidades de adquirir meios essenciais à vida e à realização de sonhos que tendem a ser cada vez mais influenciados por campanhas publicitárias que oferecem as “necessidades” para as pessoas.

Com o plano Real, a partir de 1994, houve a estabilidade da moeda e com isso a oferta de crédito aumentou para a realização desses sonhos, fato que foi mais intensificado por volta de 5 (cinco) anos atrás, com a atuação do Estado em facilitar a liberação de crédito para as famílias de baixa renda.

Com a liberação de crédito social fácil, há por parte da sociedade de consumo a estimulação ao consumismo na compra de produtos e serviços sem controle.

O crédito é uma forma de inclusão social, pois possibilita o acesso aos bens e serviços, porém sua liberação inconsequente trazem diversos problemas, uma delas é o superendividamento, onde o consumidor de boa-fé não pode honrar suas obrigações.

O fenômeno do superendividamento atinge muitas pessoas em todo o mundo, assim como no Brasil, pois tem várias razões para dar ensejo ao endividamento. Por isso, não se deve simplificar que o superendividamento é apenas por irresponsabilidade no pagamento.

A questão do superendividamento é relacionada ao crédito, onde não se pode isolar um ao outro. Esse fato é presente na sociedade atual de

consumo, onde há a inserção do endividamento como algo normal, apesar da liberação do crédito ser visto como algo de crescimento e desenvolvimento econômico.

As influências da publicidade das instituições financeiras de ofertas quase irresistíveis dão ensejo ao consumidor a se endividar, com a intensão e a busca de bem-estar social e autoestima diante da imposição do mercado de que só é pessoa quem participa do mercado oferecido.

Em razão disso, o endividamento torna-se um hábito para o cidadão brasileiro, porém não apenas pelo desequilíbrio financeiro, como por fatos alheios às suas vontades como: acidentes, mortes e necessidades reais, que o obrigam a se comprometer a créditos através de contratos abusivos.

Diante de todo esse problema do superendividamento com a liberação do crédito social fácil, a responsabilidade do Estado se faz necessária como regulador da ordem econômica e a defesa do consumidor superendividado.

2.A LIBERAÇÃO DO CRÉDITO SOCIAL FÁCIL NO BRASIL

Com a intenção de melhorar a qualidade de vida para as famílias de baixa renda e menos favorecidas, por volta de 5(cinco) anos atrás, houve por parte do Estado, programas para a liberação de crédito social fácil no Brasil. Esses programas como o minha casa, minha vida, bolsa família e outros, tem a facilidade para pessoas de baixa

renda conseguir comprar uma casa, incentivam as crianças a continuar a estudar, ganhando uma bolsa para evitar o trabalho com os pais e outras boas intenções. Essa liberação de crédito fácil teve o intuito de dar oportunidades para aqueles excluídos do sistema de crédito, pois essa liberação trouxe benefícios para as pessoas melhorarem as suas qualidades de vida e o fomento socioeconômico do país, aumentando o consumo de bens e serviços para o seu conforto, o acesso a viagens e a possibilidade de moradias melhores. A vida do brasileiro melhorou e as instituições financeiras começaram a investir alto nessa melhoria, gerando facilidades para as pessoas o aumento de crédito. Rocha e Freitas (2010, p. 7), esclarecem que:

O objetivo público de inserção social, em que a população de baixa renda passa a ter acesso a eletrodomésticos, veículos, telefonia e outros bens e serviços que antes eram inacessíveis, desconsideram a análise e prevenção do risco do endividamento pernicioso; vem desacompanhada da preocupação com a educação para o consumo.

Gaulia (2009, p. 103) entende que:

Efetivamente foi a democratização do crédito que propiciou o acesso de grande maneira independente de suas origens ou de seu potencial econômico – financeiro, aos shoppings antes, essas verdades “catedrais do consumo”.

A liberação desse crédito fácil, porém, não trouxe só benefícios, pois trouxe consigo o consumismo desenfreado, colocando crédito nas mãos de pessoas que muitas vezes não tinham preparo para lidar com a responsabilidade do crédito consciente. O que ocorreu, é que através do crédito, as pessoas que, muitas vezes, não tinham noção do limite que poderiam ter, tenderam a comprar tudo o que o mercado faz parecer

necessário e essencial para as suas vidas. Belinky (2010, p. 38) traz essa definição:

O consumo na sociedade atual é um fenômeno complexo, analisado com cada vez mais atenção por diferentes campos das ciências humanas, além dos tradicionais enfoques do marketing e da economia. Estudos sobre consumo - no campo da sociologia, da antropologia, da psicologia, do direito, entre outros - se intensificaram nas últimas décadas, abrindo um amplo leque de possibilidades de investigações e debates, posicionando o consumidor como resultantes de variadas influências e, também como fator relevante em fundamentais processos sociais.

Por isso, o ato de consumir, se relaciona com o fenômeno de hiperconsumo, pois com o aumento do ato de consumir, onde supera as necessidades pessoais para a mera vontade de ter o produto ou o serviço. Para se entender esse fenômeno, pode-se dividir a evolução do ato de consumir em três fases, onde se pode entender melhor como se deu o processo do aumento do consumo no Brasil. A primeira é a fase que houve a distribuição, com a demanda da produção da indústria, essa fase ocorreu em 1880 até a Segunda Guerra Mundial. A segunda é a fase em que a sociedade foi marcada com a valorização do consumo em massa, fase que ocorreu entre 1950 a 1980. A terceira e última fase, que é a fase atual, é a fase que se intensificou a valorização ao conforto e do bem estar, onde se pode ter acesso ao que é imposto como necessário e essencial nas marcas melhores para as pessoas. Esse consumismo todo se dá, primeiro pela massificação e investimento das práticas comerciais e do marketing, onde os fornecedores vem oferecer e

fantasiar a vida das pessoas para adquirir o que, muitas vezes, não necessitam, porém fazendo-as acreditar que são essenciais para suas vidas. Segundo, pela facilitação do crédito, o qual, através da liberação de programas do governo, trouxe ao cidadão a possibilidade e também a oportunidade de ter crédito, como citado acima, gerando assim o endividamento nas instituições que não se preocupam com isso, pelo contrário, facilitam o crédito de maneira inconsequente, sem consultar se existem restrições em seus nomes e sem analisar se terão realmente condições de pagar. Baccega (2010, p. 52) entende que o consumismo é a mercadorização do consumo, porém esse consumo é indispensável para a existência da sociedade, ou seja, o autor entende que apesar do consumo ser o principal agente da era do consumo, é o vilão da contemporaneidade. Portanto, o consumo é entendido como cultural, o qual tem o significado e faz parte de um processo em que os indivíduos participam, os quais se envolvem de forma ativa quando adquirem bens e serviços, onde procuram construir uma identidade, que está sempre em composição e construção, além de conservarem o que construíram (BACCEGA, 2010). Por conta disso, o indivíduo deve ser visto como o ator social e não apenas como agente econômico, já que busca recuperar a sua identidade (BACCEGA, 2010). Com isso, esse indivíduo é classificado como consumidor, ou seja, consumidor é o indivíduo que consome produtos

e serviços e que muitas vezes tem a opção de crédito para satisfazer as suas necessidades. Portanto, Batista e Sanches (2012) entendem que o consumo está

muito ligado à dignidade humana, ainda mais quando se trata de produtos e serviços essenciais e por conta disso, há a necessidade de uma evolução específica para o consumo, para gerar a conscientização da sociedade e equilibrar o a relação jurídica no consumo. Bittar (2004) afirma que a educação é propriedade de um papel libertário (ela não deve ser negadora, castrante, limitadora, constrictiva, coisificadora, ritualizadora, amordaçadora e/ou abortiva), portando é relevante enquanto capaz de fazer sentido na construção da cidadania ativa. Baccega (2010) entende que o consumo está intimamente ligado à educação, já que essa união gera a construção de um cidadão crítico, desta forma, portanto, teremos um consumo crítico e consciente. Por isso, a educação para o consumo consciente está previsto no CDC, nos artigos 4º. a 6º:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.

Além de está previsto na Resolução no. 7, de 14 de dezembro de 2010, do Conselho Nacional de Educação:

ISSN: 1980-1995
e-ISSN: 2318-8529

127

Art. 5º O direito à educação, entendido como um direito inalienável do ser humano constitui o fundamento maior destas Diretrizes. A educação, ao proporcionar o desenvolvimento do potencial humano, permite o exercício dos direitos civis, políticos, sociais e do direito à diferença, sendo ela mesma também um direito social, e possibilita a formação cidadã e o usufruto dos bens sociais e culturais.

Portanto, antes da liberação do crédito social ao brasileiro, o Estado deve dar meios de informação e educação para o crédito consciente ao consumidor.

Efing (2003, p. 13) traz que a atual legislação de proteção ao consumidor no Brasil não mais poderá ser compreendida como de caráter privado, pois a proteção e a defesa do consumidor tem cada vez mais o caráter difuso e coletivo.

[...] o aperfeiçoamento das relações de consumo, ora em um mercado mundial de livre-comércio, livre circulação de bens e serviços, impulsionados pela evolução tecnológica da comunicação e da informática, modificaram sensivelmente a vida em sociedade, que então, por demais dinâmicas, empoe a revisão de muitos conceitos clássicos do direito. (Efing, 2003 p. 23-24).

Por isso, o papel do Estado na regulação e identidade da pessoa humana é de suma importância na relação de consumo, já que é através dele que se é possível estabelecer uma justiça humana que haja equilíbrio entre fornecedor e consumidor.

2.1. O SUPERENDIVIDAMENTO DO BRASILEIRO

O endividamento é um fenômeno natural do indivíduo que faz parte da sociedade de consumo, onde através do crédito fornecido, pode atingir a inclusão social, fato que faz parte de um sistema de consumo globalizado.

Cláudia Lima Marques, através do Ministério da justiça, afirma que:

Consumo é igualdade, é ser cidadão-econômico ativo, é aproveitar as benesses do mercado liberal e globalizado. Consumo é inclusão na sociedade, nos desejos e benesses do mercado atual. Em outras palavras, consumo é para as pessoas físicas a realização plena de sua liberdade e dignidade, no que podemos chamar de verdadeira "cidadania econômica-social". (BRASIL, 2010, p.24).

O superendividamento é definido na doutrina como um fenômeno social, no qual significa a impossibilidade do devedor de boa-fé em honrar as suas dívidas.

O consumidor superendividado de boa-fé é entendido como o consumidor que endividado, fez novos empréstimos para pagar as dívidas antigas, diferente daquele de má-fé, que faz novos empréstimos para novas despesas e dívidas.

Especialistas afirmam que se enquadra como superendividado quem chega a ter até dez cartões de crédito, usam geralmente o crédito rotativo desses cartões para comprar a renda, porém não levam em consideração os juros altos, além de não se importarem em usar o limite do cheque especial quando o orçamento do mês ultrapassa o salário. Esses superendividados geralmente têm dívidas que geram em torno dos 100% (cem por cento) de seus salários, gerando o indicado que se use somente 30% (trinta por cento) do salário ou dos rendimentos.

Importante frisar que o princípio que norteia a relação entre consumidor e fornecedor é a boa-fé, a qual traz que os integrantes da relação do consumo devem agir com lealdade, respeito e confiança recíprocas.

Diógenes Faria de Carvalho (2011) entende que esse princípio da boa-fé não é limitado pela defesa do vulnerável, porém atua na efetivação dos direitos constitucionais em relação à ordem econômica, em relação aos conflitos, que vêm assim harmonizar à relação de consumo.

O que causa o superendividamento é a liberação de crédito fácil a pessoas que se deixam enganar por propagandas e marketing de produtos e serviços, acordos a juros altos para pagar dívidas passadas e ausência de informações e educação sobre o crédito consciente.

Esse excesso de crédito fácil é o grande causador do fenômeno do endividamento, pois há a concessão do crédito de maneira irresponsável, fato que vem ocorrendo no Brasil, principalmente pelo governo que facilita essa concessão.

Por outro lado, as instituições financeiras têm tratado de forma intensiva para endividar as pessoas pela massificação do acesso ao crédito, o qual ocorreu de forma mais intensa nos últimos 5 (cinco) anos.

Por isso, dentre as causas que dão ensejo para o endividamento no Brasil, é o abuso de direito, o qual é praticado pelos fornecedores de crédito.

Marques (2010) entende que, esse crédito de forma irresponsável na sociedade de consumo pode ter uma consequência, a "falência do consumidor".

É relevante citar que o crédito é importante para a sociedade, como traz a própria Constituição Federal de 1988, *in verbs*:

Art. 192. O sistema financeiro nacional, estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem, abrangendo as cooperativas de crédito, será regulado por leis complementares que disporão, inclusive, sobre a participação do capital estrangeiro nas instituições que o integram.

Porém, deve existir o controle no consumo desse crédito, o que de fato, de acordo com Bolode (2012), não ocorre por parte dos fornecedores, que a qualquer custo fazem contratos abusivos e não observados pelos consumidores.

A forma abusiva utilizada pelos fornecedores de crédito é muitas vezes, a publicidade, que fazem os consumidores desejarem o que é oferecido para satisfazer a vontade gerada. Nesse sentido, o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor estabelece várias práticas comerciais que são proibidas, que podem ser divididas em 3 (três) grupos de acordo com Marques:

O primeiro grupo que o CDC proíbe é que o fornecedor venha a se prevalecer de sua superioridade econômica ou técnica para determinar condições negociais desfavoráveis ao consumidor. Nesse grupo temos, por exemplo, a venda casada e a limitação qualitativa. (MARQUES, 2011, p. 843).

O segundo grupo que o CDC proíbe é o da prevalência da vulnerabilidade social ou cultural do consumidor, como é o caso das técnicas da venda por impulso, que conduzem o consumidor ao consumo deliberadamente.

E o terceiro, são as práticas de vendas ou de modificações contratuais sem manifestação prévia do consumidor, onde há entrega de produto ou serviço sem o consentimento ou pedido do consumidor, assim se vendo obrigado a contratar.

Portanto, o segundo grupo se encaixa a forma abusiva de oferta para o consumismo do consumidor.

Jean Jacques Erenberg traz que (2003, p. 20):

Publicidade é sedução verdadeira ante o serviço da economia de mercado. Por meio da publicidade busca-se estabelecer uma relação de dependência psicologia entre o consumidor (atual ou potencial, este último conhecido no meio publicitário como prospect) e determinado produto, serviço ou marca, que resulte em ultima análise, na compulsão para o consumo.

No mesmo sentido ensina Benjamin (1994, p. 56):

A publicidade é, sem dúvida, um dos mais importantes fenômenos deste século. Uma verdadeira indústria, movimentando fabulosas quantias e expectativas. Ao lado do sonho e dos benefícios que com ela vem, a publicidade é própria, lesiva aos consumidores, desagregadora do bom funcionamento do mercado e desafiadora para o direito.

Porém, não se deve confundir a publicidade com a propaganda, a qual tem caráter ideológico, religioso, político, econômico ou social, já a publicidade colabora para a informação, mas deve-se tomar cuidado com a violação e abuso no desrespeito ao consumidor. Por isso, a publicidade em grande escala produz uma alteração no caráter do crédito, ou seja, passa a ideia que o consumidor é melhor, quando adquire os bens ou serviços. Lima (2006, p. 36) entende que os consumidores mais vulneráveis não possuem

condições de defesa contra os abusos da publicidade, com isso, não tem condições de ter autonomia de vontade, pois “os consumidores não sabem como atuar no processo de decisão e celebram contatos de forma impulsiva, sem reflexão”. Por conta disso, a publicidade dos fornecedores de crédito contribui para uma sociedade endividada e superendividada. Diante desse fato, é necessária a proteção legal de informação, transparência e a responsabilidade quanto à liberação do crédito para equilibrar a relação entre o fornecedor do crédito e o consumidor, além disso, o superendividamento vem atingir a dignidade da pessoa humana, já que há inserção do nome desse consumidor no registro de proteção ao crédito, o que muitas vezes o impossibilita até de sua subsistência e de sua família. Geraldo de Farias Martins da Costa esclarece que “o crédito ao consumo promove um colossal crescimento da produção, mas gera o flagelo social do superendividado” (2006 p. 231). Portanto, o superendividamento traz o fenômeno da exclusão social do consumidor, o qual compromete a possibilidade de sobrevivência e as suas condições iniciais de liberdade.

A dignidade humana e as condições materiais de existência não podem retroceder aquém de um mínimo (COSTA, 2006, p. 231).

Sobre a dignidade da pessoa humana e a manutenção do mínimo de sua existência ensina Ricardo Lobo Torres (2009, p.36):

Sem o mínimo necessário à existência, cessa a possibilidade de sobrevivência do homem e desaparecem as condições iniciais da liberdade. A dignidade humana e as condições materiais da existência não podem retroceder de um mínimo, do qual nem os prisioneiros, os doentes mentais e os indigentes podem ser privados.

O superendividamento se divide de duas formas: o ativo e o passivo. O ativo é quando o acúmulo de dívidas por irresponsabilidade e má administração das suas finanças e a passiva é quando há dívidas por fatos alheios à vontade do endividado, como casos de desemprego, doenças na família, divórcios, acidentes e outros. Maria Manoel Leitão Marques (2000) traz a divisão do superendividado em dois tipos: os “conscientes”, que são quando o consumidor contrai as dívidas, porém sabendo que não terão condições financeiras de pagar e os “inconscientes”, quando acontecem situações que o obrigam a agir por impulso, porém não por má-fé, fato que traz dívidas aquém do seu patrimônio. A exclusão social ocorre pela impossibilidade financeira de assumir novos compromissos financeiros ou de arcar com compromissos sociais impostos, além disso, essa exclusão social ocorre pelo sentimento de derrota e impossibilidade de ter uma vida com qualidade.

Bolade (2012, p. 196) entende que:

O superendividamento é um grande problema social, tanto pela exclusão dos indivíduos e a privação de uma existência digna, quanto pelos danos à economia, uma vez que os superendividados deixam de integrar o mercado, reduzindo significativamente, a circulação de mercadorias e serviços.

Por conta disso, o CDC dispõe no artigo 52, *in verbs*:

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

- I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- III - acréscimos legalmente previstos;

IV - número e periodicidade das prestações;

V - soma total a pagar, com e sem financiamento.

Acontece que o superendividamento não deve ser confundido com a insolvência civil, do Código de Processo Civil, no artigo 748 e seguintes, onde não há investigação das causas pessoais e sociais do inadimplemento, nem na formulação de um sistema que ocorre a renegociação do débito, ou seja, é um instrumento de tutela de interesse do credor. Por conta disso, é necessária que exista a consciência do fornecedor quando da liberação de crédito para pessoas que não têm condições econômicas e sociais de arcar com esses compromissos, onde por isso, a doutrina entende que deve haver a cooperação dos fornecedores para renegociação dos débitos para melhorar a vida do cidadão superendividado.

Por isso, uma nova lei complementar ao CDC seria de extrema importância para se deixar mais clara e estabelecer os limites da relação entre consumidor e fornecedor, com a finalidade de evitar o superendividamento do consumidor.

Quanto a essa lei, já tem projeto de lei no Senado, a qual trata da atualização do Código de Defesa do Consumidor quanto à prevenção, tratamento e conciliação do consumidor superendividado.

2.2. A CRISE ECONÔMICA NO BRASIL E A VIDA DO BRASILEIRO SUPERENDIVIDADO

Diante da possibilidade de acesso a vários bens e serviços que antes não poderiam ser possíveis como novos veículos, casas próprias, eletrodomésticos e acesso a vantagens como cartões de créditos, limites e financiamentos, o brasileiro procurou realizar esses desejos e acabar por adiar o pagamento desses compromissos diante da crise no Brasil.

Vivemos em um momento de crise econômica gerada por empréstimos e dívidas externas pelo Estado, em relação ao brasileiro não seria diferente, a liberação de crédito fácil fez os indivíduos, o qual tenha condições de ter consciência de um crédito consciente se superendividar. O superendividamento.

É de grande importância que haja a consciência de que o fornecedor quando fornece crédito a um cidadão, onde é clara que não terá condição de cumprir com as obrigações contratadas, age com um desvio, tanto na finalidade econômica, como na social, por conta disso deve ser responsabilizado como concorrente por ajudar no superendividamento do consumidor.

Adriana Valéria Pugliesi Gardino traz que:

Assim e considerando-se que o superendividamento diz respeito não apenas ao interesse particular do indivíduo nessas condições, mas toca todo um sistema de relações econômicas de uma nação, deve ser tratado como sendo um problema de ordem pública. O enfrentar dessa questão, portanto, deve reunir não apenas medidas de saneamento, mas também preventivas de tais situações.

Diante da crise econômica, o poder público deve criar formas importantes de ajudar a resolver o superendividamento, através de políticas públicas para se inserir, educação quanto ao consumo e na análise financeira dos contratos oferecidos pelos financeiros de crédito, fato que é de extrema

necessidade para se prevenir. Especialistas em finanças, afirmam que os superendividados tendem a serem maiores em números, diante da crise econômica, visto que, há a perda de renda, alta na inflação e nos juros, além de desespero financeiro. Quem chega a situação de superendividado necessita de uma mudança radical no comportamento. Esse comportamento é imposto ao consumidor para que não consuma acima de sua capacidade, já que o crédito no mercado não existe com tanta facilidade, pois as empresas estão sofrendo com os efeitos da crise econômica de 2015, inclusive aquelas que dependem de crédito para a sua manutenção e manutenção de seus negócios. Por conta disso, os bancos estão reduzindo suas linhas de créditos, tanto para as pessoas físicas, quanto para pessoas jurídicas por uma questão de lógica no mercado, diante das diretrizes que regem o mercado financeiro. Portanto, com a instabilidade na economia, o aumento de inadimplentes aumentou na mesma proporção, gerando essa retenção de crédito pelas financiadoras e fornecedoras de crédito fácil aumentar as burocracias e rigidez na concessão de crédito, resultando em uma diminuição no financiamento.

Esse fato não ocorre apenas nas empresas privadas, ou seja, nos fornecedores de crédito privado, pois nas empresas públicas como os bancos públicos este problema também é presente, por imposições regulatórias, estão diminuindo os créditos e fazendo a obtenção de empréstimos ficarem mais difíceis para o cidadão e empresas brasileiras na atual crise.

Um dos principais problemas gerado com a crise econômica atual na vida do brasileiro e das empresas é a alta da inflação, a qual vem ocorrendo em

um ritmo acelerado e desgovernado para o bolso dos indivíduos despreparados.

Com a alta das moedas de forte poder econômico como o dólar, o Brasil não tem conseguido conter essa inflação e tem atingido a vida dos indivíduos brasileiros, causando o isolamento econômico e a exclusão social.

Portanto, os efeitos da crise econômica têm sido devastadores e têm caído sobre as classes sociais e até mesmo as empresas.

Por isso o problema do superendividamento na crise atual é um fenômeno social econômico e jurídico e não apenas individual, pois vem crescendo cada vez mais e diminuindo a vida digna do brasileiro. Em razão disso, o estado necessita intervir, dando a esse problema um tratamento jurídico, além de efetivar a Política Nacional de Relações de Consumo, conforme o artigo 4º. do CDC:

A política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo para o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

Portanto, o problema do superendividamento é claro e evidente como recorrente no Brasil e, por isso, necessita de soluções urgentes e eficazes por parte do Estado para a sociedade de consumo e para a economia brasileira. Vale deixar claro que, a crise econômica gerada, não é pelo crédito, tão pouco pelo consumo, porém pela forma que foi liberada pelos fornecedores e pela gestão dos consumidores. Contudo, é necessária a mudança de hábito para diminuir esse problema e se caminhar para um consumo consciente e responsável do crédito, fato que não é opção e sim

necessidade, pois foi necessária a crise econômica para se preocupar e resolver o problema do consumismo por parte dos brasileiros no Brasil. Por isso, mudar essa realidade é recuperar a dignidade do brasileiro e a qualidade de vida dos indivíduos na sociedade de consumo.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O crescimento do consumo de bens e serviços através da liberdade de crédito social fácil gera a possibilidade de compra de novos veículos, imóveis, bens duráveis, eletrodomésticos e outros, os quais ensejaram o fenômeno do consumismo por parte do brasileiro.

O superendividamento é um fenômeno onde a massificação do crédito a deu ensejo. Massificação essa pela liberação de créditos de forma irresponsável, pelo consumismo e/ou pela necessidade ocorrida nas vidas cotidianas do cidadão.

Acontece que, o crédito garante ao cidadão meios de uma vida digna e capaz de arcar com suas necessidades básicas, fato que diante da exclusão do crédito diante da crise econômica no Brasil traz sérios problemas para a vida do cidadão, sendo um delas a exclusão social.

Diante da problemática, a necessidade de uma legislação capaz de proteger o cidadão dando-o meios de esclarecimento e educação baseada na conscientização, se faz necessário por parte do Estado para equilibrar a relação do consumidor e do fornecedor, além de se prevenir o fenômeno do superendividamento.

O consumidor no sistema capitalista e consumista não é livre e racional em relação ao ato de consumir.

O crédito é um consumismo que estimula o consumidor a se endividar, o que gera o fenômeno do superendividamento.

Apesar do CDC trazer meios de informação e regular a questão quanto a elaboração, a legislação não é suficiente para encarar essa situação de superendividamento na atual crise.

O superendividamento deve ser encontrado como um problema econômico e social, onde deve haver a valorização do cidadão e indivíduo como máxima da constituição federal de 1988 em seus princípios de dignidade da pessoa humana.

Portanto, o crédito não é o problema do superendividamento, porém a falta de consciência e a educação do brasileiro é que se faz necessária para resolver esse problema e, mudar a realidade da vida do cidadão. Para se buscar a recuperação da dignidade, a qualidade de vida e a inclusão social do consumidor e do indivíduo como pessoa humana, conforme a Constituição Federal de 1988.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação: relações com o consumo. Importância para a constituição da cidadania. Comunicação Mídia e Consumo, v. 7, n.19, p. 49-65, 2010. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/194>> Acesso em 17/07/2015.

BATISTA, Daniela Ferreira Dias; SANCHES, Raquel Cristina Ferraroni. O direito fundamental à educação para o consumo e os problemas sociais do consumo desequilibrado. Direito do consumidor. Florianópolis: FUNJAB, 2012. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=582967e09f1b30ca>> Acesso em 17/07/2015.

BELINKY, Aron. Consumo, cidadania e a construção da democracia no Brasil contemporâneo: observações e reflexões sobre a história do Idec. FGV. Dissertação de mestrado. <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/5374>> Acesso em 17/07/2015.

BENJAMIN, Antônio Herman V. O controle jurídico da publicidade. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, n. 9, p. 25-57, jan. 1994, 56.

BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa de. Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no poder judiciário. Rio de Janeiro: GZ Editora, 2010.

BITTAR. Eduardo Carlos Bianca. Ética, educação, cidadania e direitos humanos: estudos filosóficos entre cosmopolitismo e responsabilidade social. Barueri, SP: Manole, 2004.

BOLADE, Geisianne Aparecida. O superendividamento do consumidor como um problema jurídico-social. Animo: Revista eletrônica do curso de direito das faculdades Opet, Curitiba PR-Brasil. Ano III, n. 8, p. 180-209, jul/dez 2012, ISSN 2175-7119.

BOLSON, Simone Hegele. O direito de arrependimento nos contratos de crédito ao consumidor. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo: RT, nº. 64, out./dez, 2007.

BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team={B5920EBA-9DBE-46E9-985E-033900EB51EB}>. Acesso em 16 de fevereiro de 2013. (Caderno de Investigações Científicas - Volume 1. Prevenção e Tratamento do Superendividamento / Escola Nacional de Defesa do Consumidor; elaboração Professora Cláudia Lima Marques e juízas Clarissa Costa de Lima e Karen Bertencello – Brasília: SDE/DPDC, 2010.).

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, DF: Senado, 1988.

_____. Código Civil. Lei 10.406 de 10 de janeiro de 2002.

_____. Código de Processo Civil. São Paulo: Saraiva, 2007.

_____. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado n 281 de 2012 – Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico.. Disponível em: < <http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=111516&tp=1>>. Acesso em 16.07. 2015.

_____. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado nº282/2012 - Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar a disciplina das ações coletivas. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=111516&tp=1>>. Acesso em 16.07. 2015.

_____. Senado Federal. Projeto de Lei do Senado nº283/2012 - Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=111516&tp=1>>. Acesso em 16.07. 2015.

CARPENA, Heloísa; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: propostas para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: COSTA,

Geraldo de Farias Martins da. Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês. São Paulo: RT, 2002.

CARVALHO, Diógenes Faria de. Do princípio da boa-fé objetiva nos contratos de consumo – Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2011.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês. São Paulo: RT, 2002.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). Direito do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

EFING, Antônio Carlos. Fundamentos do direito das relações de consumo: consumo e sustentabilidade. Curitiba, Juruá, 2003. 3. Ed. rev. e atual.

ERENBERG, Jean Jaques. Publicidade patológica na internet à luz da legislação brasileira. 1º. Ed. São Paulo: Editora Juarez de Oliveira, 2003, p. 20.

FILHO, Sergio Cavalieri. Programa de Direito do Consumidor. São Paulo: Atlas, 2008.

GAULIA, Cristina Tereza. O abuso de direitos na concessão de crédito. O risco do Empreendimento Financeiro na Era do Hiperconsumo. Revista da Emery, V.12, no. 47, 2009.

GARDINO, Adriana Valéria Pugliesi. Superendividamento do consumidor: Breves reflexões. Revista da Ajuris –V.38 –n.121-Março/2011.

GIANCOLI, Bruno Pandori. O Superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito. São Paulo: Editora Verbo Jurídico, 2008.

JÚNIOR, Gidelza Fontes de Oliveira. O atual fenômeno jurídico brasileiro do superendividamento. *Âmbito Jurídico*, acesso em 17.07.2015.

LEITÃO MARQUES, Maria M. et al. O endividamento dos consumidores. Lisboa: Almedina, 2000.

LIMA, Clarissa Costa de. Empréstimo responsável: os deveres de informação nos contratos de crédito e a proteção do consumidor contra o superendividamento. 2006. 118 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Direito. Programa de Pós-Graduação em Direito, Porto Alegre, 2006.

LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Da Ruína à reconstrução do *Homoeconomicus*: os (Des) encontrados da sociedade de consumo na interface do direito, cidadania e políticas públicas. XII seminário internacional de demandas sociais e políticas públicas na sociedade contemporânea. VIII mostra de trabalhos jurídicos científicos. 2015.

LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento. In: MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno (Org.) *Doutrinas essenciais: direito do consumidor*. São Paulo: RT, 2011, p. 737-747. 209

_____. Prefácio. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Claudia Lima. CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. (coord). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Claudia Lima. Boa-Fé nos serviços bancários, financeiros, de crédito e securitários e o Código de Defesa do Consumidor: informação, cooperação e renegociação. *Revista de Direito do Consumidor* 43/215-257, São Paulo: RT, jul-set. 2002.

_____. 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. In: In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli (Coord.). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

_____; LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren. Prevenção e Tratamento do Superendividamento. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, 2010. (Caderno de Investigações Científicas, Vol. I)

_____. Diálogo das Fontes: do conflito à coordenação de normas de direito brasileiro. Ed. Revista dos Tribunais, São Paulo: 2012.

_____. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 4ed. São Paulo: Editora dos Tribunais, 2002.

_____. 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, nº 55, p. 11-52, jul./set. 2005.

_____. MIRAGEM, Bruno (ORG.) Doutrinas essenciais: direito do consumidor. São Paulo: RT, 2011, p. 671-702.

_____. LIMA, Clarissa Costa; BORTONCELLO, Karen. Prevenção e Tratamento do Superendividamento: caderno de investigações científicas. Vol. 1. Escola Nacional de Defesa do Consumidor. Brasília: DPDC/SDE, 2010.

_____. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2011.

_____. Comentários ao CDC. 2ed ver atual e ampl São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Maria Manuel Leitão; FRADE, Catarina. Regular o Sobreendividamento. Disponível em: <
<http://www.dgpj.mj.pt/sections/informacaoe-eventos/anexos/prof-doutora-maria> > Acesso em 17/07/2015.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Ed. Livraria do Advogado, 2009.

OLIVEIRA, Juliana Andréia. O superendividamento do consumidor: aspectos conceituais e mecanismos de solução. Revista Lex Humana. V.3.n:1, 2011, p.92.

PADILHA, Valquíria. Shopping Center: a catedral das mercadorias. São Paulo: Boitempo, 2006.

PINHEIRO, Rosalice Fidalgo. Contrato e direito fundamentais, Curitiba: Juruá, 2009.

PRADO, Sergio Malta. Da teoria do diálogo das fontes. 2013. Disponível em: <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16, MI171735, 101048-da+teoria+do+dialogo+da+s+fontes>. Acesso em 17/07/2015.

REINALDO FILHO, Demócrito. O fenômeno do superendividamento: inexistência de direito do consumidor à renegociação e de justa causa para intervenção judicial nos contratos. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 3005, 23 set. 2011. Disponível em. Acesso em 17/07/2015.

ROCHA, Amélia Soares da; FREITAS, Fernanda Paula Costa de. O superendividamento, o consumidor e a análise econômica do Direito. Jus Navigandi, Teresina, ano 15, n. 2564, 9 jul. 2010. Disponível em. Acesso em: 16 abr. 2012.

TIMM, Luciano Benetti. O superendividamento e o direito do consumidor. Âmbito Jurídico, Rio Grande, 34, 02/11/2006. Disponível em: http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1330. Acesso em 17/07/2015.

WOLKMER, Antonio Carlos, LEITE, José Rubens Morato. (organizadores). Os “novos” direitos no Brasil: natureza e perspectivas - uma visão básica das novas conflituosidades jurídicas. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

REVISTA DE DIREITO DO CONSUMIDOR - RDC. Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor. Vol. 57. São Paulo: Revista dos Tribunais, janeiro/março de 2006.