



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO  
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA  
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO  
MONOGRAFIA JURÍDICA

**SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO  
EM FACE DA SOCIEDADE VOLTADA PARA CONSUMO**

ORIENTANDA: ISABELA COSTA DOURADO FARIA  
ORIENTADORA: PROF<sup>a</sup> DR<sup>a</sup>: FERNANDA DE PAULA FERREIRA MOI

GOIÂNIA-GO

2022

ISABELA COSTA DOURADO FARIA

**SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**  
EM FACE DA SOCIEDADE VOLTADA PARA CONSUMO

Monografia Jurídica apresentada a disciplina de Trabalho de Curso II, da Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS).

Prof.<sup>a</sup> Orientadora: Dra. Fernanda de Paula Ferreira Moi

GOIÂNIA-GO

2022

ISABELA COSTA DOURADO FARIA

**SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**

EM FACE DA SOCIEDADE VOLTADA PARA CONSUMO

Data da Defesa: 28 de maio de 2022

BANCA EXAMINADORA

---

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Fernanda de Paula Ferreira Moi

Nota

---

Examinadora: Prof<sup>a</sup> Me. Roberta Cristina de Moraes Siqueira

Nota

## RESUMO

A presente pesquisa tratou de compreender o fenômeno social negativo do superendividamento do consumidor brasileiro, como resultado da lógica da sociedade voltada para consumo, bem como a oferta indiscriminada do crédito realizada sem preparação, e as mudanças trazidas pela Lei do Superendividamento, Lei 14.181/2021. Para o desenvolvimento do presente trabalho foi utilizado o método de pesquisa descritiva bibliográfica e documental, e pode-se concluir que apesar da Lei 14.181/2021 trazer significativas mudanças para o consumidor superendividado, para o efetivo tratamento desse fenômeno social negativo, a criação de leis deve ser acompanhada de políticas que aumente efetivamente a capacidade de compra dos consumidores por meio do aumento de renda formal, além da implementação da escolaridade da população, com ênfase na uma educação financeira.

**Palavras-chave:** Superendividamento. Sociedade de consumo. Consumismo. Democratização de crédito.

## ABSTRACT

The present research dealt with understanding the social phenomenon of Brazilian consumer over-indebtedness, as a result of the logic of supply for consumption<sup>1</sup>, as a result of the logic of supply for consumption<sup>1</sup>, for consumption, as a result of the logic of supply for consumption<sup>14</sup>. . For the development of the present work, the method of descriptive and documentary research was used, and it can delve into what the consumer of Law 14181/2021 brought significant changes to the over-indebtedness of treatment, to the realization of this negative social phenomenon, creation of laws should be compatible with policies that increase the education of consumers' purchasing capacity through financial education of formal income, in addition to the implementation of financial education education, with an emphasis on financial education

**Keywords:** Over-indebtedness. Consumer society. consumerism. credit democratization

## **SUMÁRIO**

### **INTRODUÇÃO**

### **1 DA SOCIEDADE VOLTADA PARA CONSUMO**

#### 1.1 FORMAÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO

#### 1.2 INDIVIDUALISMO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

### **2 DA OFERTA DE CRÉDITO AO ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**

#### 2.1 CONSOLIDAÇÃO DO CRÉDITO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

#### 2.2 OFERTA DE CRÉDITO NA ECONOMIA BRASILEIRA

##### 2.2.1 Democratização do crédito no período pós inflação

### **3 SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**

#### 3.1 LEI 14.181/2014 – LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO

#### 3.2 ALTERAÇÕES E NOVIDADES TRAZIDAS PELA LEI 14.181/2021

##### 3.2.1 Da prevenção do devedor superendividamento

##### 3.2.2 Tratamento do devedor superendividado

### **CONCLUSÃO**

### **REFERÊNCIAS**

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso versará sobre o fenômeno do superendividamento do consumidor brasileiro, e tem como referencial teórico o sociólogo Zygmunt Bauman. Para desenvolvimento do trabalho foi utilizado o método de pesquisa descritiva bibliográfica e documental, valendo-se da lição de doutrinadores e legislação concernente ao assunto, analisando-se, neste caso, a sociedade consumista contemporânea, o papel do crédito no Brasil, assim como as possíveis soluções presentes no ordenamento

O trabalho é dividido em três seções, na primeira seção será feito um estudo acerca da sociedade voltada para consumo, a sua formação, e como a finalidade do ato de consumir foi alterada ao longo dos anos, com ênfase na Revolução Industrial que transformou a forma de produção da mercadoria.

Na sequência, a segunda seção tratará da importância do acesso ao crédito na sociedade de consumo, uma vez que este possibilita a vazão das mercadorias produzidas em grande escala e permite que os consumidores tenham acesso a tais bens. Neste capítulo também será abordada a democratização do crédito na economia brasileira durante o período pós inflação, e suas consequências.

Na terceira seção, será observado o fenômeno do superendividamento como consequência da sociedade de consumo que vive por meio do crédito, e as disposições do ordenamento jurídico brasileiro acerca do tema, com ênfase nas novidades trazidas pela Lei 14.181/2021, popularmente conhecida como Lei do Superendividamento.

## 1 DA SOCIEDADE VOLTADA PARA CONSUMO

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman, em sua obra *Vida para Consumo* reconhece que o ato de consumir é tão antigo quanto os seres vivos, uma prática que percorre a história da sociedade, sendo uma condição e um aspecto permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos, um elemento inseparável da sobrevivência biológica. (BAUMAN, 2008, p.37)

Ao longo dos anos, diversos acontecimentos históricos pelos quais passou a sociedade ocidental transformaram o modo de produção de bens no mercado econômico, estabeleceram novos tipos de relações e valores na sociedade, e modificaram a finalidade do consumo que antes era voltados apenas para as necessidades básicas de subsistência, ensejando a configuração sócio-econômica da atualidade.

(...) a sociedade de consumo herda ideais forjados ao longo da Modernidade Clássica: ideais que foram alçados, na contemporaneidade, ao patamar de símbolos máximos de felicidade e realização pessoal (Baudrillard, 1995 [1970]). A produção social desses ideais está relacionada, dessa maneira, às amplas transformações culturais e econômicas ocorridas no período que vai de meados do século XV a fins do século XVIII, tendo por símbolo maior a Revolução Francesa. (MAIA, 2007, p. 13)

Assim, é indispensável que se faça uma breve retrospectiva acerca de importantes marcos históricos que estabeleceram as vertentes que conduzem a vida dos indivíduos na atualidade.

A Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra, durante a segunda metade do século XVIII, transformou radicalmente a forma de produção das mercadorias, tornando obsoleto o modo de trabalho realizado por artesões, onde desempenhavam simultaneamente várias funções. O novo ideal trazido pela revolução fragmentou o trabalho entre imensas fábricas especializadas, que utilizavam as matérias-primas dos países mais distantes e abasteciam mercados do mundo inteiro com seus produtos. (MUSSE, 2012)

Neste mesmo século, no ano de 1789, emergiu a Revolução Francesa, fundada no ideal de criar um novo modelo de sociedade baseado na razão, que rompe com a estrutura social e política do antigo regime e lança as bases para organização do estado e da política moderna. (CORRADINI, 2019)

Note-se que o principal intuito desses acontecimentos históricos era estabelecer na sociedade um novo progresso baseado na ciência, a fim de atender as necessidades da população moderna, além de proporcionar melhores condições de vida, por meio da produção industrial e da razão.

O progresso científico e técnico deste período permitiu uma transformação radical das cidades e da sociedade e, com a industrialização crescente, vinha à tona o espírito de uma nova era onde a burguesia via no modelo capitalista a certeza de uma até então inimaginável prosperidade. A valorização da propriedade privada, da fatura e de produtos e bens trazia à população um novo tipo de “bem estar”, configurando o início de uma sociedade consumidora e consumista, que se faz presente até a atualidade. (MACHADO, 2009, p. 16)

Nesse contexto, o consumo e a busca do conforto proporcionado pelos bens materiais passam a ser o centro do desenvolvimento da sociedade capitalista. De modo que as relações sociais e o referencial da sociedade moderna estavam, aos poucos, se inserindo no contexto da lógica de mercado, com a valorização extrema do consumo.

Com a consolidação do modo de produção industrial e o advento da Revolução Francesa emergiram novos objetivos sociais vinculados não mais à conquista do poder político, mas à reprodução deste poder mediante a extensão, sobre a vida dos indivíduos, da influência econômica que desde o início da Modernidade vinha se constituindo. (...) É nesse campo menos explícito das práticas de controle social que tomarão lugar os primeiros movimentos de indução às práticas de consumo (MAIA, 2007, p.16)

Este período compreendido após a Revolução Francesa até meados do século XX, é caracterizado por Bauman como Modernidade Sólida, a expressão é definida pelo autor considerando as características marcantes da sociedade da época. Para ele, a comparação da sociedade com objetos sólidos se justifica uma vez que os sólidos possuem forma definida, estável e duradoura, assim como as tradições

herdadas por essa sociedade ao longo do tempo, e para modificá-las seria preciso muito esforço e energia. (BAUMAN, 2011, p.26)

Os indivíduos desta época buscavam dissolver os sólidos que receberam da tradição, e também se preocupavam em construir novos sólidos que iriam substituir aqueles que estavam sendo derretidos. Os pioneiros desses acontecimentos históricos, eram movidos pela insatisfação com a rigidez dos sólidos existentes e tinham como principal objetivo a busca pelo bem comum, isto é, buscavam melhorias e se esforçavam em prol da construção de uma sociedade perfeita. (BAUMAN, 2011, p. 48)

Contudo, com o fim da Segunda Guerra Mundial, a crise da democracia representativa do Estado Nação, e a incapacidade do Estado em lidar com a desigualdade, ocorreu uma decepção dos indivíduos para com os sólidos criados até então.

Diante de tal situação, novos fenômenos sociais surgiram, como a globalização, a individualização e o avanço da tecnologia das comunicações, que por sua vez, eram fundados em ideias que defendiam fervorosamente o direito à propriedade privada e o desenvolvimento econômico a qualquer preço.

Desde a Revolução Industrial, o ritmo cada vez mais acelerado do desenvolvimento tecnológico e dos meios de comunicação em massa se tornou fator preponderante desta grande transformação da sociedade. Juntando-se a este panorama o pleno desenvolvimento do sistema capitalista dito “selvagem”, onde a produção industrial e o consumo frenético são a tônica, chegamos hoje a um mundo de total enfermidade, velocidades alucinadas e individualismo extremo, gerando uma mudança radical de valores (MACHADO, 2009, p. 29)

Esses novos fenômenos acarretaram profundas transformações sociais, de modo que a característica de derreter sólidos advindos da Modernidade Sólida se intensificou, surgindo o período caracterizado por Bauman como Modernidade Líquida.

Em uma entrevista realizada em Aarhus, em 2012, onde se discutia o papel da Modernidade Líquida no contexto da globalização, Bauman explica por que define

a sociedade atual com a expressão modernidade líquida. De acordo com o autor, o líquido é notório por não ser capaz de manter sua forma, a menos que seja forçado artificialmente por um tempo a estar em um recipiente, caso contrário, ele derramaria e vazaria, sendo exatamente o que o nosso mundo é como um todo: líquido (LIMA, 2018).

O sociólogo ainda complementou sua fala exemplificando com a seguinte situação, quando saímos para uma viagem não podemos confiar que quando voltamos as coisas vão estar como elas eram antes, as coisas certamente estarão mudadas, de uma ou de outra maneira. Por isso, eu escolho a metáfora da liquidez para descrever esta característica distintiva das sociedades em que vivemos (LIMA, 2018).

Portanto, sob a perspectiva de Bauman, os indivíduos que compõem a realidade atual não possuem relações sociais rígidas e duradouras como anteriormente, tudo está numa constante transformação e nada é feito para durar.

Na modernidade líquida não há mais critérios comuns para se pensar em ideias que solucionem os problemas coletivos, isso porque agora há uma sociedade individualizada, onde a solidariedade foi substituída pela competição e poucos se preocupam com o bem comum (BAUMAN, 2011, p. 78).

Em síntese, Luciano S. Maia, descreve muito bem acerca do surgimento do individualismo na atual realidade, vejamos:

Sob tais influências históricas emergiu o individualismo moderno, matriz fundamental sobre a qual se funda o eixo principal dos padrões de conduta contemporâneos. O individualismo, dessa maneira, constitui-se na síntese de um desenvolvimento cultural cuja marca fundamental é a sobrevalorização da existência individual à custa de um crescente desinteresse pela esfera pública (2007, p. 14).

Desse modo, observa-se que sob a influência dos fenômenos históricos mencionados ao longo do capítulo, emerge a sociedade resultante da globalização, isto é a modernidade líquida, marcada por relações sociais, econômicas e de produção frágeis e maleáveis.

## 1.1 O INDIVIDUALISMO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

Na sociedade globalizada o centro da vida social é o consumo, os vínculos sociais e institucionais são baseados segundo a lógica do mercado consumidor. A busca por bens materiais torna-se a finalidade de todo esforço e trabalho, sobretudo, torna-se a realização do indivíduo capitalista, cuja posse de bens materiais são os principais indicadores de riqueza e desenvolvimento dos indivíduos. (MACHADO, 2009, p. 29)

Em análise a esse cenário, o sociólogo Anthony Elliott escreve que:

O triunfo da globalização está no fato de não operar apenas em um eixo horizontal, universalizando as operações do capital multinacional e das novas tecnologias digitais pelo mundo afora; ela opera também – e fundamentalmente- em um eixo vertical, reorganizando identidades e forjando o ethos do novo individualismo a seu serviço. (2018, p. 467)

Assim observa-se que a característica da mercadoria antes era restrita apenas a esfera profissional e do trabalho, e agora se estende para outras esferas da vida. O consumo ocupa o tempo livre e influenciando na formação das personalidades, onde cada indivíduo passa a definir sua individualidade e produzir a sua personalidade como uma mercadoria (BAUMAN, 2011, p. 76).

Com efeito, a personalidade virou mercadoria, e para valorizá-la é necessário o consumo de outras mercadorias, como produtos de beleza, bugigangas, cursos, músicas, livros, esportes, viagens etc. Assim, aquilo que se veste, que se fala, a vida que se leva são maneiras de valorização da mercadoria da personalidade.

Ao explorarem o mercado à procura de bens de consumo, (os membros da sociedade de consumidores) são atraídos para as lojas pela perspectiva de encontrar ferramentas e matérias primas que podem (e devem) usar para se fazerem aptos a serem consumidos (BAUMAN, 2011, p. 92).

Nessa perspectiva, tudo depende de consumir os produtos certos para fazer a propaganda certa de si mesmo. Prova disso, basta observar a forma como são

feitas as propagandas dos produtos, que não fazem publicidade apenas dos objetos a serem vendidos, mas também do modo de vida proporcionado por eles-

Portanto, observa-se que a modernidade atual é formada por indivíduos dotados de sonhos e ambições individuais, que buscam a todo custo suas realizações, sob a crença de que cada um é o único responsável por alcançar seus objetivos, assim como transformar sua realidade. Na mesma medida, os que não conseguem atingir suas metas, isto é, obter êxito na venda de sua mercadoria personalidade, são punidos e culpados por suas derrotas (BAUMAN, 2011, p. 112).

Assim, percebe-se que cultura do curto prazo promovida pela globalização pressiona as pessoas a tentarem “melhorar”, “transformar”, e “reinventar” a si mesmas (ELLIOTT, 2018, p.482).

No entanto, manter a vida segundo o ritmo da liquidez é muito difícil, vez que cada indivíduo é o único culpado de sua própria indolência, de modo que todos estão fadados a viver diariamente com o risco do auto reprovação. Conforme preceitua Anthony Elliot: “essa forma de viver sob os mandos da cultura imediatista introduz importantes ansiedades e inseguranças que são cada vez mais resolvidas a nível do corpo” (2018, p. 483).

Face a esses sentimentos que marcam presença no cotidiano de cada pessoa, estão os objetos oferecidos pelo mercado consumidor, tão atraentes, coloridos e brilhantes expostos nas prateleiras das lojas e supermercados, trazendo consigo a promessa da segurança e satisfação buscada por todos.

Com efeito, os objetos de consumo oferecidos pela atual modernidade líquida, têm como principal característica a pouca durabilidade, posto que são continuamente superados por outros melhores e mais novos. Assim, a sensação de felicidade trazida é breve e passageira, não sendo capaz de cortar, de uma vez por todas, as raízes da insegurança e incerteza que levaram os consumidores as compras (BAUMAN, 2011, p.118).

O sociólogo Bauman expressa em seu livro Vida Líquida, o seguinte raciocínio.

A sociedade de consumo baseia-se na promessa de satisfazer os desejos humanos de tal forma que nenhuma outra sociedade pôde realizar ou sonhar em fazê-lo. Todavia, a promessa de satisfação permanece sedutora conquanto o desejo fique insatisfeito e, ainda mais importante, desde que haja a suspeita de que o desejo não tenha sido de fato e plenamente satisfeito. Estabelecer metas baixas, assegurando acesso fácil e bens que atinjam a meta, bem como a crença em limites objetivos para os desejos “genuínos” e “realistas” – isso soaria como uma sentença de morte da sociedade de consumo, da indústria de venda direta ao consumidor, e dos mercados consumidores. A não satisfação dos desejos e a crença firme e perpétua de que cada ato para os satisfazer deixa muito a desejar e pode ser aprimorado são os propulsores da economia direcionada ao consumidor. (2009, p. 80)

Essa relação entre consumidor, produto e busca pela satisfação, pode ser comparada a uma corrida onde a linha de chegada está constantemente se movendo mais veloz que o mais veloz dos corredores; e a maioria dos corredores na pista têm músculos muito flácidos e pulmões muito pequenos para correr tão velozmente. (BAUMAN, 2011, p. 94)

Essa corrida sem fim demonstra perfeitamente o sistema de consumo atual, os produtos são criados sem expectativa de durabilidade, e os consumidores os compram cientes de que nunca haverá um nível máximo, onde o objeto finalmente alcançaria o topo e não precisaria mais ser substituído (BAUMAN, 2011, p. 125)

Note-se que nessa corrida, os corredores (consumidores) não buscam chegar à linha final, ao contrário, apenas procuram se manter na competição, onde o objetivo é tentar acompanhar os inovadores produtos.

Entretanto, vale destacar que nesta realidade onde impera a mercantilização da personalidade e das relações, não há separação entre os consumidores segundo suas capacidades de mercado. Ricos e pobres assistem juntos o mesmo espetáculo, no entanto, os obstáculos encontrados por cada um são nitidamente diferentes, principalmente quando observado o cenário econômico e social do país onde se encontram, neste caso, o Brasil, marcado pelo desemprego e desigualdade social.

## 2 DA OFERTA DE CRÉDITO AO ENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

Na seção anterior foram traçadas as características que definem a atual sociedade voltada para consumo, também chamada de modernidade líquida, na qual as relações pessoais e institucionais se assemelham cada dia mais à lógica de consumo, de modo que ter significa muito mais do que ser.

Nesta seção será abordada como a concessão de crédito possui papel de destaque na realidade atual, uma vez que por meio dele se viabiliza a participação da dos indivíduos na sociedade de consumo e o conseqüente aumento da produção industrial.

### 2.1 CONSOLIDAÇÃO DO CRÉDITO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

O crédito é uma figura antiga, havendo registros de sua presença em 3.500 a. C., quando era utilizado para fins agrícolas pela civilização suméria na Mesopotâmia. No decorrer da história, essa figura passou por altos e baixos, sendo, inclusive, considerado imoral e pecado na Europa durante os anos da Idade Média, quando a Igreja Católica havia proibido a prática da usura (ANBC)

O historiador francês Jacques Le Goff define a usura como:

(...) a arrecadação de juros por um prestador nas operações que não devem dar lugar ao juro. Não é, portanto, a cobrança de qualquer juro. Usura e juro não são sinônimos, nem usura e lucro: a usura intervém onde não há produção ou transformação material de bens concretos. (2004, p. 14)

Assim, a usura era caracterizada pela cobrança de juros sobre o tempo de empréstimo de certa quantia de dinheiro, e a igreja visando extinguir a sua prática

afirmava que o usurário seria condenado ao inferno, não havendo qualquer possibilidade de ser salvo, essa afirmação era corroborada com versículos bíblicos e até mesmo retratado através da literatura da época, em sua obra *A Bolsa e a Vida*, Le Goff referencia a questão com um trecho da *Divina Comédia* de Dante Alighieri, onde os usurários são retratados no inferno.

e pois no menor giro vão penando  
os filhos de Caorsa (usurários)  
e de Sodoma  
e os que vivem contra Deus clamando  
(Dante apud Le Goff, 2004, p. 48)

Porém, com o avanço econômico e a conseqüentemente circulação da moeda, assim como o desenvolvimento e popularização do crédito, esse obstáculo sustentado por fundamentos religiosos não teve como se manter, momento em que a usura começa ser vista de forma mais branda.

Em sua obra, Le Goff retrata que haveria duas vias que conduziriam o usurário a salvação e impediria que fosse mandado diretamente para o inferno, são elas: "(...) a moderação na prática e a aparição de novos valores no domínio das atividades econômicas" (2004, p.68).

Com isso, vê-se que o papel do crédito para a sociedade chegou a contornos tão relevantes que seria insustentável para a Igreja Católica defender a ideia de que a prática da usura conduziria o usurário para o inferno, surgindo então a figura do purgatório. Desse modo, na visão das historiadoras Kassia Pires e Natália Costa é possível identificar que nesse momento cuja igreja dá ao usurário uma esperança de não ser mandado para o inferno, na forma de purgatório, o capitalismo encontra a possibilidade de ser instalado como novo sistema econômico (2013, p.293).

Entretanto, foi durante a expansão marítima europeia, de 1500 a 1600, que o crédito voltou a efetivamente florescer e ganhar novos contornos, tornando-se o protagonista que proporcionava as missões comerciais de exploração de terras distantes (ANBC).

O comércio marítimo requeria capitais grandiosos e construção de navios mercantes, escoltas, longas viagens, riscos enormes de guerras e naufrágios, impossibilitava que um ou poucos capitalistas pudessem com seus próprios recursos empreenderem essa grande aventura. (DUARTE, 2017, p.5)

Neste período das grandes navegações ocorreu a expansão dos mapas, que possibilitou a formação dos vastos impérios coloniais que mudaram a face do mundo. Este fenômeno, por sua vez, constituiu o pano de fundo da consolidação da burguesia como classe hegemônica e da eclosão da Revolução Industrial, no século XVIII (CAMELO, 2015, p.266)

Como já mencionado no item anterior, com o advento da Revolução Industrial a dinâmica empresarial transformou-se radicalmente, sendo implementada a produção e distribuição de bens e serviços em larga escala, fato que teve grande reflexos na circulação de crédito no mercado, vez que em vista da grande oferta de produtos, a facilitação do acesso ao crédito para os consumidores tornou-se indispensável para possibilitar o escoamento desses produtos.

Com efeito, o crédito foi evoluindo cada vez mais, e como se sabe, junto ao crédito vem também as parcelas de devedores inadimplentes, reflexo a isso em 1803 na Londres, um grupo de alfaiates começou a trocar informações sobre clientes que não pagavam suas dívidas, o grupo foi crescendo e se transformou na Sociedade de Guardiões para Proteção de Comerciantes, que foi embrião das primeiras agências de crédito (ANBC).

Após a segunda metade do Século XIX, o contágio da industrialização ultrapassou as barreiras da Inglaterra e chegou aos Estados Unidos e Alemanha, inaugurando uma nova fase na industrialização global.

A era do carvão e da energia a vapor se superpõe a era da eletricidade, do aço e do petróleo. Essa nova revolução industrial ocorre em paralelo a uma intensa luta pelo poder mundial, cuja tradução maior está expressa na corrida armamentista e nas fortes políticas protecionistas que opõem os principais estados uns aos outros (CAMELO, 2015, p. 267).

As duas grandes guerras são resultado dessas tensões fundadas na luta pelo poder mundial, ao final da primeira guerra mundial os países europeus que nela

se envolveram passaram a investir pesadamente em suas fábricas, a fim de reconstruir o que havia sido destruído, cenário que “(...) proporcionava a movimentação frenética dos mercados consumidores e embalava ainda mais o desenvolvimento do setor industrial” (MACHADO, 2009, p. 29).

Essa situação possibilitou o crescimento econômico de grandes potências, tal qual os Estados Unidos, que neste período se tornou um dos principais credores do mercado mundial.

Os Estados Unidos da América aproveitando a situação conquistou um bom mercado para sua crescente produção: A Europa pós-Primeira Guerra. A aparição das cartas de crédito nos anos 20 estimulava ainda mais o consumo desenfreado da sociedade norte-americana. (MACHADO, 2009, p. 29)

Nesse cenário de prosperidade e expansão econômica vivida na América do Norte, em 1919, foi dado o primeiro passo para consolidação do financiamento e parcelamento no mercado econômico estadunidense, quando uma empresa situada na cidade de Detroit, a GM decide emprestar dinheiro para os consumidores adquirirem automóveis (ANBC).

(...) em 1940, a GM alcançou o topo do mercado, com 47,5% das vendas, uma posição que seu concorrente não mais recuperaria. A grande sacada dessas fábricas foi notar que não bastava construir aqueles veículos, pois muitas vezes os consumidores não tinham dinheiro para comprá-los. Surgem, então, as primeiras formas de financiamento (OLIVEIRA, 2018).

No Brasil, em 1926, a camisaria A Capital localizada no centro de São Paulo, adota pioneiramente a venda por crediário, que durante alguns anos foi marca exclusiva da loja (ANBC).

Contudo, a quebra da bolsa de valores em 1929 diminuiu significativamente os níveis de produção industrial e ocasionou uma resseção econômica que perdurou até meados da Segunda Guerra Mundial.

A grande depressão de 1930, uma crise tipicamente capitalista, testemunha do fracasso dos padrões liberais que ainda guiavam a conduta dos agentes políticos e econômicos da época. (...) Um novo modelo tornava-se imperativo. O capitalismo, para sobreviver, precisava ser profundamente reformado. E isso ocorreria depois do final da II Grande Guerra (GASPAR, 2015, p. 267)

Os reflexos da crise de 1929 na economia brasileira somada a diminuição do fluxo de comércio entre países ocasionado pela Segunda Guerra Mundial, fez com que surgissem políticas voltadas ao desenvolvimento interno do país, assim ocasionando a valorização dos mercados nacionais e iniciando-se um ciclo de grande crescimento industrial fundado no processo de industrialização interna para substituição das importações.

A industrialização brasileira teve seu início e evoluiu, aos trancos e barrancos, com o que se convencionou chamar de Teoria dos Choques Adversos, ou seja, quando, a partir de estrangulamentos externos, foram mobilizados os recursos internos disponíveis para fazer frente às carências provocadas pela interrupção dos fluxos comerciais destinados ao país. Procurava-se, assim, através do investimento industrial, atender à demanda reprimida, decorrente da cessação ou diminuição drástica desse movimento de importação de produtos manufaturados (SILVA, 2013).

É neste contexto que o Brasil ingressa, a partir do final da década de 50, na chamada sociedade de consumo, que pode ser definida por sociedade de massas e de classes, de massas porque suas relações definem-se pelos grandes números de pessoas; de classes porque determinada por sua posição respectiva no processo produtivo (CAMELO, 2015, p. 44).

## 2.2 OFERTA DE CRÉDITO NA ECONOMIA BRASILEIRA

Nos anos que decorreram a meados do século XX na economia brasileira, a cultura de consumo foi se fortificando, e para manter o pleno funcionamento do sistema capitalista de produção em larga escala iniciou-se a fomentação de políticas de acesso ao crédito, servindo de base para o desenvolvimento do comércio.

Segundo Bauman, para sustentar uma sociedade capitalista são necessárias políticas que fomentem cada vez mais a produção e conseqüentemente o consumo, para tanto basta subvenções estatais que possibilitem ao capital a venda

da mercadoria, e aos consumidores a possibilidade de comprá-las, sendo o crédito o dispositivo capaz de desempenhar essa dupla tarefa. (1998, p. 55 e 56)

Nessa toada, no ano de 1958 é criado no Brasil o Serviço Central de Proteção ao Crédito por iniciativa foi de um grupo de empresários gaúchos, que se reuniu para visando a troca de informações sobre os pagamentos de seus clientes. Foi a primeira instituição brasileira entre varejistas e empresários que buscavam informações para fornecer crédito e construir base de dados (Serviço de Proteção ao Crédito completa 60 anos no mercado).

Inicialmente os bancos de dados eram armazenados em fichários com informações sobre os consumidores que compravam a prazo nas lojas e não pagavam. Na época, os meios de comunicação como o telefone ainda não eram populares e as consultas para vendas a prazo eram feitas presencialmente na central de informações. Assim, toda vez que uma loja precisava consultar algum cliente para vender a prazo, era necessário que o comerciante mandasse alguém para checar se o nome da pessoa estava no fichário. (Serviço de Proteção ao Crédito completa 60 anos no mercado).

Nas palavras do ex-presidente da instituição, Roque Pellizzaro Junior “Após o surgimento do SPC foi possível criar um ambiente de negócios mais seguro no país, democratizando o acesso ao crédito e fomentando o consumo e o fortalecimento da economia do Brasil como um todo” (Serviço de Proteção ao Crédito completa 60 anos no mercado).

Com isso, o final da década de 1950 e decorrer dos anos 1960 foram marcados pelo desenvolvimento dos mecanismos de crédito no país, o que influenciou diretamente o desenvolvimento das indústrias de veículos, eletrodomésticos dentre outros bens de consumo duráveis, além das fábricas de tecidos calçados e confecções.

Ainda, em 1968, o Brasil visando a padronização de relatórios e informações cadastrais sobre os consumidores com dívidas em bancos e instituições financeira, por iniciativa da Federação Brasileira de Bancos (FEBRANBAN), criou a

Centralização de Serviços dos Bancos, popularmente conhecida como SERASA, assim facilitando e gerando rapidez nos contratos de crédito bancário (ANBC).

Contudo, nos anos seguintes a criação da SERASA a economia brasileira sofreu com a alta da inflação, que causou grande instabilidade econômica e impossibilitou a oferta de créditos, vez que era impossível prever qualquer decisão segura acerca de juros e taxas envolvidas no empréstimo de dinheiro. Nas palavras da economista Naike Barão, 2021, trata-se de uma época marcada pelo:

(...) descontrole inflacionário, que alcançou patamares de quase 2000% ao ano ao final da década de 1980, perdurou por muitos anos e resistiu a várias tentativas de estabilização da economia. Entre 1986 e 1994, foram 7 tentativas. Diversas vezes, a população viu os preços e os salários sendo congelados, a moeda ser substituída por outra, as prateleiras ficarem vazias, as filas nos supermercados se formarem e o dinheiro perder seu valor do dia para a noite.

Foi apenas na segunda metade da década de 1990, após a implantação do Plano Real que a economia brasileira começou a dar sinais de estabilidade, assim proporcionando a retomada do crescimento do mercado de crédito no país.

### 2.2.1 Democratização do crédito no período pós inflação

Assim, após um longo período com taxas de inflação elevadas e crescentes, o Brasil conseguiu em 1994 estabilizar os preços e fazer a economia crescer, ainda que a taxas moderadas. Nas palavras dos autores do artigo O Desempenho Macroeconômico do Brasil, a estabilidade da “superinflação” nos anos 1990, maior problema da economia brasileira até então, foi o principal êxito do Plano Real durante o primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso (PINHEIRO; GIAMBIAGI; GOSTKORZEWICZ, 1999, p. 22).

Com o período de estabilidade econômica, iniciou-se novamente a fomentação de políticas nacionais visando facilitar à população o acesso ao crédito, vez que conforme já demonstrado, o crédito possui papel indispensável para o manter

vivo o mercado capitalista, sendo um dos fatores que geram o rápido crescimento e desenvolvimento da econômica do país.

Nesse diapasão, os anos 2000 a economia brasileira passou por uma expansão do mercado de crédito, essa política torna-se evidente a partir do ano de 2003, quando ocorreu uma massificação de contas bancárias, também conhecida como bancarização, onde incluir uma “[...] grande massa de pessoas no sistema financeiro nacional passou a ser a tônica principal das políticas públicas de acesso ao crédito nesse período” (BARONE, 2008, p.1251).

Durante esse processo, a legislação referente ao setor também sofreu alterações, com destaque a Lei 10.735 de 2003 que determinou o direcionamento de 2% dos depósitos à vista, captados pelas instituições financeiras, ao microcrédito, assim estimulando as operações de crédito destinados a população de baixa renda e microempreendedores (BRASIL, 2003a).

Em dezembro do mesmo ano, foi publicada a Lei 10.820, a qual permitiu que aposentados e pensionistas do INSS, assim como servidores públicos contratassem empréstimos com parcelas descontadas mensalmente em folha de pagamento, situação que incentivou a expansão de créditos para os bancos, em vista das condições favoráveis proporcionadas pelo desconto diretamente no pagamento. (BRASIL, 2003b)

A autora Monica Mora, em sua obra *A Evolução do Crédito No Brasil Entre 2003 e 2011*, entende que a consignação em folha de pagamento ocasionou a redução do custo dos empréstimos caracterizados como crédito pessoal à pessoa física e permitiu um aumento do prazo de pagamento, o que possibilitou uma redução expressiva no valor das parcelas e do comprometimento da renda dos tomadores de crédito. (2015, p. 16)

Já na opinião de Cláudia Lima Marques, nesse cenário de massificação de acesso ao crédito estimasse a inclusão de 50 milhões de novos clientes bancários, entre os anos de 2001 a 2006, observando as facilidades para a obtenção de bens e serviços privados, disponíveis a uma população pouco acostumada com as regras do

mercado, por meio de uma publicidade agressiva, acrescida com as tendências de abuso do crédito facilitado. (2006, p.39).

Nesta toada, o que se vê é que a política de democratização ao crédito promoveu a inclusão financeira de parte da população que não tinha acesso a bancos, e ampliou a capacidade de compra desses consumidores que antes economizavam durante anos para comprar bens.

No entanto, a expansão do acesso ao crédito não foi acompanhada de estratégias que além de promover a capacidade de compra, promovessem o aumento da renda dessa população. O que ocorreu foi a inclusão de consumidores, por meio do crédito, na sociedade de consumo, enquanto a renda permaneceu a mesma.

(...) apesar de ser um fator para a manutenção da demanda agregada e como catalisador do crescimento no período, o perfil da expansão de crédito possui um caráter limitado, já que se baseia no endividamento das famílias. Para garantir um ritmo de crescimento acelerado do mercado de crédito e sua própria economia seria necessária uma expansão de crédito para investimento (OLIVEIRA; LUPORINI; MODENESI, 2018, p.5).

É indispensável que nas ações públicas que visam o desenvolvimento da população de baixa renda, sejam criadas políticas públicas integradas de crédito para produção, de modo a desenvolver os negócios dessa população, assim como outras ações, tais como capacitação, assistência técnica e acesso a mercados. (BARONE, 2008, p. 1264)

Além disso, outra problemática relacionada ao modo como se deu a ampliação do acesso ao crédito é a falta de acesso da população à educação, principalmente no que se refere a educação financeira, que infelizmente é pouco discutida no Brasil. Cabe mencionar que em países como Estados Unidos e Reino Unido, a educação financeira é inserida nas grades curriculares das escolas secundárias (MONTEIRO, 2010).

A fim de promover a importância merecida ao tema a Serasa esclarece que:

A Educação Financeira é o processo mediante o qual os indivíduos e as sociedades melhoram sua compreensão dos conceitos e produtos financeiros. Com informação, formação e orientação claras, as pessoas adquirem os valores e as competências necessários para se tornarem

conscientes das oportunidades e dos riscos a elas associados e, então, façam escolhas bem embasadas, saibam onde procurar ajuda e adotem outras ações que melhorem o seu bem-estar. Assim, a Educação Financeira é um processo que contribui, de modo consistente, para a formação de indivíduos e sociedades responsáveis, comprometidos com o futuro (2014, p. 04)

Desse modo, compreende-se que a fomentação de acesso ao crédito apesar de, inicialmente, promover a inclusão financeira da população, a estratégia utilizada pela política econômica do país resultou em um número crescente de endividados. Isso porque a expansão do crédito não preparou o seu público-alvo para saber como usar o crédito, e tampouco usou de estratégias que promovessem o aumento da renda formal dessa população.

Portanto, a concessão de crédito fora de parâmetros com os quais o consumidor poderia de fato arcar podem levá-lo a insolvência, ocorrendo o fenômeno negativo do superendividamento, o que pode ocasionar o comprometimento a subsistência do indivíduo e de sua família.

Quando isso acontece, o consumidor se encontra em uma situação prejudicial não apenas pela assunção de dívidas as quais não pode fazer frente, mas também pela exclusão social (CAMELO, 2015, p.45).

### **3 SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO**

Consoante ao disposto nos capítulos anteriores, compreende-se que a atual sociedade é conduzida segundo as vertentes do mercado de consumo, sendo que a expansão do crédito, a publicidade agressiva e o oferecimento de condições facilitadas são ferramentas fundamentais para o desenvolvimento do mercado consumidor, vez que é um meio de fazer com que os produtos e serviços alcancem um número cada vez mais de consumidores.

Porém, nesta engrenagem social, por muitas vezes o consumidor possui uma posição vulnerável, em razão da falta de conhecimento em relação a complexidade dos negócios celebrados, de modo que a massificação do crédito pode acarretar significativos prejuízos a este.

Com efeito, o acesso indiscriminado ao crédito, a publicidade inadequada, e ainda a falta de informação quanto aos riscos e condições contratadas, aumentam as chances de os consumidores contratarem o crédito e não conseguirem adimpli-lo, assim correndo o risco de adentrarem no fenômeno do superendividamento.

O emprego indiscriminado do crédito unido ao desequilíbrio no planejamento orçamentário é capaz de levar um consumidor endividado ao estágio de superendividamento e consequente exclusão social (BRASIL, 2021a).

Segundo o entendimento de Cláudia Lima Marques, estudiosa acerca do assunto no país, o conceito do superendividamento pode ser definido como:

(...) impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o fisco, oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com a sua capacidade atual de rendas e patrimônio (2010, p.51).

Trata-se de um fenômeno social, econômico e jurídico no qual o indivíduo encontra-se em um estágio de endividamento em que sua renda mensal não é suficiente para arcar com todas as dívidas.

As consequências desse fenômeno não assolam somente a família em situação de superendividamento, mas também a coletividade, uma vez que quando há uma grande parcela de consumidores inadimplentes o consumo diminui, assim atingindo o mercado, havendo consequências no desenvolvimento social. as juristas Claudia Lima e Karen Bertoncelo ponderam que o superendividamento é visto como um “fenômeno de massa capaz de desestabilizar a ordem política, econômica e social” (2010, p.54).

Este fenômeno que há muito já assolava a população brasileira tomou contornos ainda maiores durante o calamitoso período pandêmico, segundo Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), da Confederação Nacional

do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o percentual de famílias brasileiras endividadas em agosto de 2021 atingiu 72,9%, o maior valor até então (CNC, 2021).

Convém mencionar que além face ao número de famílias endividadas, também há o aumento do percentual de famílias com mais de 50% da renda mensal comprometida com suas dívidas, proporção que chegou a 21,1% do total de famílias endividadas em agosto (CNC, 2021).

Situação que compromete a capacidade de compra das famílias, que muitas vezes não tem condições de comprar itens básicos para sobrevivência. Conforme preceitua Gonçalves, os consumidores superendividados têm o direito fundamental às condições materiais que representem uma vida digna, trata-se de um direito fundamental, indisponível, que por esse motivo não pode ser ignorado pelo Estado (2016, p. 147).

A pandemia da COVID-19 acabou agravando o endividamento de milhões de consumidores e esse período trágico fez com que se tornasse mais latente a necessidade de aprovação do PL para regulamentar a situação dos superendividados no país, reinseri-los no mercado de consumo e aquecer a economia (BRASIL, 2021a, p. 16).

O Banco Mundial já esclareceu que para os países que ainda não conhecem uma saída legal digna para pessoas físicas endividadas, a única solução cabível para retomada é aprovação de uma legislação para combater o superendividamento.

Assim, durante a pandemia do COVID-19 período em que a sociedade brasileira esteve ainda mais condicionada a esse fenômeno surgiu a esperada solução para a prevenção e tratamento do devedor superendividado. Após quase dez anos de tramitação no Congresso Nacional, em 01 de julho de 2021, foi sancionado o projeto que cria a Lei do Superendividamento, Lei 14.181.

### 3.1 LEI 14.181/2014 – LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO

A Lei do Superendividamento foi apresentada ao Senado Federal por meio do Projeto de Lei nº (PL) 281/2012, que seguiu para a Câmara dos Deputados com PL nº 3515/2015 e retornou ao Senado como PL nº 1.805/2021, ensejando a lei 14.181 desse mesmo ano. De acordo com matéria publicada no IDEC, a aprovação dessa lei é a mudança mais relevante e positiva no Código de Defesa do Consumidor nos últimos 30 anos (BRASIL, 2021a, p. 89).

A nova lei atualiza o Código de Defesa do Consumidor, e tem como foco a conciliação, propõe plano de pagamento e prevê a educação financeira, ambiental e para o consumo. Fortalecendo a ideia de estabelecer uma sociedade que tenha como base a cultura do pagamento e não a dívida (BRASIL apud BRASIL, 2021a, p. 90).

Acerca da importância do tema, cabe mencionar o comentário de Cláudia Lima Marques uma das professoras que desempenharam importante papel no desenvolvimento do projeto, além de produzir diversos estudos sobre o tema, segundo ela por muito tempo o superendividamento precisava de:

algun tipo de saída ou solução pelo Direito do Consumidor, a exemplo do que aconteceu com a falência e concordata no Direito da Empresa, seja o parcelamento, os prazos de graça, a redução dos montantes, dos juros, das taxas, e todas as demais soluções possíveis para que possa pagar ou adimplir todas ou quase todas as suas dívidas, frente a todos os credores, fortes e fracos, com garantias ou não. Estas soluções, que vão desde a informação e controle da publicidade, direito de arrependimento, para prevenir o superendividamento, assim como para tratá-lo, são fruto dos deveres de informação, cuidado e principalmente de cooperação e lealdade oriundas da boa-fé para evitar a ruína do parceiro (exceção da ruína), que seria esta sua 'morte civil', exclusão do mercado de consumo ou sua 'falência' civil com o superendividamento. (2005, p. 12)

Dessa forma, para melhor análise das mudanças introduzidas pela nova lei no ordenamento jurídico brasileiro, cada uma delas serão analisadas individualmente nos tópicos que se seguem.

### 3.1.2 Alterações e novidades trazidas pela Lei 14.181/2021

Inicialmente, a nova lei tratou de introduzir três novos princípios ao CDC, o artigo 4º que elenca o rol de princípios norteadores do direito do consumidor foi acrescido do inciso IX que prevê os princípios da educação financeira e ambiental dos consumidores, e inciso X que trata do princípio da prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.

O art. 4º trazia oito “princípios” e a Lei nº 14.181/2021 acrescentou dois incisos prevendo novos princípios: 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: (...) IX - fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores; X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor. Desse modo, agora temos novos “princípios” de defesa do consumidor: • educação financeira dos consumidores; • educação ambiental dos consumidores; • prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor. (CAVALCANTE, 2021)

A educação financeira é um dos pontos a que a lei se atenta, uma vez que é recomendado aos países aderentes a meteria desenvolverem mecanismos de educar financeiramente a população, especialmente os mais vulneráveis, é um ponto importante par que os consumidores desenvolvam suas habilidades e tenham maior confiança no momento de consumir (BRASIL apud OECD, 2021a, p. 95).

No que se refere a novidade do inciso incluída por meio do inciso X, prevenção e tratamento do consumidor superendividado será tratado mais adiante de forma mais detalhada com item específico para o tema.

A Lei do Superendividamento inclui também 2 (dois) novos instrumentos da Política Nacional das Relações de Consumo no artigo 5º do CDC, esse dispositivo previa cinco instrumentos utilizados para se executar a Política Nacional das Relações de Consumo, foram acrescidos ao rol os incisos “VI - instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção

do consumidor pessoa natural; VII - instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento.” (BRASIL, 2021b)

O art. 6º do CDC elenca, em seus incisos, uma lista de direitos básicos do consumidor, com o advento da Lei nº 14.181/2021, por meio dos incisos XI, XII e XIII o artigo foi acrescido de três novos direitos ao consumidor, veja:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

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, 2021b)

Por fim, dentre as alterações trazidas aos dispositivos já existentes no CDC, a nova lei inseriu duas novas cláusulas abusivas ao art. 51 do Código que prevê um rol exemplificativo de cláusulas que são consideradas abusivas, a mudança foi feita nos seguintes termos:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

(...)

XVII - condicionem ou limitem de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário;

XVIII - estabeleçam prazos de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores; (BRASIL, 2021b)

### 3.2.1 Da Prevenção do devedor superendividado

O Capítulo VI-A introduzido ao CDC pela Lei 14.181/2021 se inicia com o art. 54-A e se estende até o 54-G, foi inserido no CDC dentro da Seção III que trata dos Contratos de Adesão, a novidade trazida pela Lei 14.181/2021 dispõe sobre a

prevenção do superendividamento da pessoa natural; o crédito responsável e a educação financeira do consumidor.

Segundo o § 1º do art. 54-A do Código, o superendividamento se verifica pela “impossibilidade manifesta de o consumidor pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação” (BRASIL, 2021b).

Note-se que a definição do legislador se aproxima ao entendimento doutrinário, conforme definição de Carpena e Cavallazzi:

Trata-se, portanto, da pessoa física que contrata a concessão de crédito, destinado à aquisição de produtos ou serviço que, por sua vez, visam atender a uma necessidade pessoal, nunca profissional do adquirente. A mais importante característica refere-se à condição pessoal do consumidor, que deve agir de boa-fé. (2006, p. 329).

Cumprе mencionar que, as normas protetivas previstas no capítulo VI-A do CDC não se aplicam as dívidas do consumidor que tiverem sido contraídas mediante fraude ou má-fé; as dívidas oriundas de contratos celebrados dolosamente com o propósito de não realizar o pagamento; ou se decorrerem da aquisição ou contratação de produtos e serviços de luxo de alto valor (§ 3º do art. 54-A).

Nas palavras do professor Leonardo Garcia, existem duas espécies de devedor superendividado, o chamado ativo que se caracteriza por ser aquele consumidor que se endivida voluntariamente, podendo ser subdivido em consciente, aquele que, de má-fé, contrai dívidas convicto de que não poderá pagá-las, com intenção deliberada de fraudar os credores; e superendividado ativo inconsciente: é aquele que agiu impulsivamente, de maneira imprevidente e sem malícia, deixando de fiscalizar seus gastos (CAVALCANTE, 2021).

Ainda, de acordo com o professor, a segunda espécie de superendividado é o passivo aquele que se endivida em decorrência de fatores externos chamados de “acidentes da vida”, tais como desemprego; divórcio; nascimento, doença ou morte na família; necessidade de empréstimos; redução do salário; etc. (CAVALCANTE, 2021).

Portanto, repare que os dispositivos inseridos no CDC pela Lei nº 14.181/2021 não protegem o superendividado ativo consciente. Somente recebem a proteção o superendividado ativo inconsciente e o superendividado passivo (CAVALCANTE, 2021).

Conforme visto, na redação inicial a lei conceitua o fenômeno do superendividamento e reforça a proteção ao credor de boa-fé. Nos dispositivos seguintes a lei elencará mecanismos referente a prevenção do devedor superendividado, com ênfase na oferta responsável de crédito, direito as informações referentes ao objeto contratado, assim como a vedação de cláusulas abusivas.

O papel do crédito responsável incide na necessidade de análise da capacidade de pagamento do consumidor que é avaliada para então ter acesso ao crédito que esteja em consonância com suas necessidades e capacidade de reembolso, assim, fortificando a cultura do pagamento, abandonando a cultura da dívida (BRASIL apud FERREIRA, 2021a, p. 100).

Na sequência, é evidenciado o papel dos bancos e instituições financeiras quantos as informações dadas aos consumidores. Quanto melhor e mais clara a informação, maior as chances de o consumidor tomar uma decisão mais consciente e ponderada. (2021a, p. 99)

Convém mencionar, o art. 54-C traz a vedação da publicidade que faça referência ao crédito sem juros, gratuito ou expressões que passem esse entendimento, ainda veda as publicidades que ocultam ou torna a compreensão difícil acerca dos riscos e ônus da contratação da modalidade de crédito escolhida.

Esse novo dispositivo trazido pela Lei veda o assédio de consumo, por meio da publicidade abusiva, que muitas vezes aproveita da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social.

Nessa toada, a inovação legal também modificou o estatuto do idoso, no qual foi adicionado uma nova excludente de tipicidade em seu art. 96 dispondo que

não se caracteriza crime negar crédito aos consumidores idosos que estejam superendividados (BRASIL, 2021b).

Em um estudo sobre a nova lei, Sophia Vial comenta que os idosos, muitas vezes, nas ruas ou em suas casas são abordados e ofertas de crédito lhes são feitas (moldadas para eles, com crédito e reservas consignadas), em algumas situações até mesmo assinam documentos em branco para os “pastinhas ou representantes bancários” especializados em contatar idosos e aposentados no interior do Brasil, e infelizmente acabam caindo no superendividamento. (2020, p. 111)

Ademais, o art. 51 do dispositivo legal torna nula as cláusulas abusivas que condicionem ou limitem o acesso do consumidor aos órgãos do Poder Judiciário, assim como as que estabelecem prazos de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores (BRASIL, 2021b).

### 3.2.2 Tratamento do devedor superendividado

Acerca do tratamento do devedor superendividado, o Capítulo V da Lei nº 14.181/2021 acrescentou três artigos ao CDC, dispondo sobre a conciliação no superendividamento, o processo de repactuação de dívidas e o plano de pagamentos, novidades que merecem atenção.

O estímulo à prática da conciliação dá mais tempo aos consumidores para que façam frente às dívidas maiores e organizem uma ordem para que os pagamentos sejam feitos e ainda promovam uma educação financeira (BRASIL, 2021a, p. 98).

Conforme estabelece o art. 104 e parágrafos, a requerimento do consumidor superendividado pessoa natural, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas. Será, então, designada audiência conciliatória, presidida pelo

juiz ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores (BRASIL, 2021b).

Na data da audiência de conciliação, o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de 5 anos, preservados o mínimo existencial, as garantias e as formas de pagamento originalmente pactuadas (BRASIL, 2021b).

Cabe mencionar que, o pedido do consumidor para instaurar processo de repactuação não importará em declaração de insolvência civil; e poderá ser repetido somente após decorrido o prazo de 2 anos, contado da liquidação das obrigações previstas no plano de pagamento homologado, sem prejuízo de eventual repactuação (CAVALCANTE, 2021)

Na hipótese de não comparecimento injustificado de qualquer credor, ou de seu procurador com poderes especiais e plenos para transigir, à audiência de conciliação acarretará a suspensão da exigibilidade do débito; a interrupção dos encargos da mora; e a sujeição compulsória ao plano de pagamento da dívida se o montante devido ao credor ausente for certo e conhecido pelo consumidor (BRASIL, 2021b)

O §2º do art. 104-A ainda estabelece que, além da disposição anterior, o credor ausente somente irá receber após ter sido feito o pagamento dos demais credores que compareceram à audiência conciliatória (BRASIL, 2021b).

Sendo efetivada a conciliação, mesmo que com apenas um ou alguns dos credores, a sentença judicial que homologar o acordo descreverá o plano de pagamento da dívida e terá eficácia de título executivo e força de coisa julgada (BRASIL, 2021b).

Não havendo êxito na conciliação em relação a quaisquer credores, o juiz, a pedido do consumidor, instaurará processo por superendividamento com a finalidade de revisão e integração dos contratos; e repactuação das dívidas remanescentes mediante plano judicial compulsório (CAVALCANTE, 2021).

Nessa situação, o juiz determinará a citação de todos os credores que os créditos não tenham integrado o acordo porventura celebrado. Serão considerados no processo por superendividamento, se for o caso, os documentos e as informações prestadas em audiência (BRASIL, 2021b)

Necessário frisar que no plano judicial compulsório será assegurado aos credores, no mínimo, o valor do principal devido, corrigido monetariamente por índices oficiais de preço. Também, preverá a liquidação total da dívida, após a quitação do plano de pagamento consensual, em, no máximo, 5 anos, sendo que a primeira parcela será devida no prazo máximo de 180 dias, contado de sua homologação judicial, e o restante do saldo será devido em parcelas mensais iguais e sucessivas (BRASIL, 2021b).

Importante novidade trazida pela nova lei é a possibilidade de conciliação administrativa, prevista no art. 104-C do CDC, em que os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, como o PROCON, também podem fazer a fase conciliatória.

Esse dispositivo que permite aos órgãos públicos promover a conciliação de forma concorrente com o Poder Judiciário, fortalece a atuação desses órgãos que durante anos têm sido essenciais na defesa do consumidor, além de ressaltar a eficácia da conciliação no tratamento e prevenção do superendividamento (BRASIL, 2021a, p. 101).

Ante o exposto, é possível concluir que as contribuições trazidas pela Lei contribuem para o cumprimento de um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, que consiste em “construir uma sociedade livre, justa e solidária”, estabelecido no art. 3º, I, da Constituição Federal, ainda fortalecendo os demais principais constitucionais referente a defesa do consumidor.

## CONCLUSÃO

Em sede de conclusão, a pesquisa analisou o contexto do superendividamento no Brasil a partir da problemática proposta, qual seja oferta indiscriminada do crédito. Para tornar a leitura mais fluida e melhor a compreensão do leitor, o trabalho foi dividido em três capítulos.

Inicialmente, foram abordadas as bases responsáveis pela formação da sociedade de consumo, ressaltando que a lógica de mercado adotada na economia globalizada transcende as barreiras impactando também na vida pessoal dos indivíduos, sobretudo nas suas relações sociais. Foi demonstrada a importância do crédito nesse cenário, uma vez que por meio dele que grande parte dos consumidores têm acesso às mercadorias.

A partir daí, restou configurado que o crédito é um dos principais pilares que sustenta a sociedade de consumo, e no capítulo seguinte, ante a análise da economia brasileira verificou-se o fenômeno da democratização do crédito, assim como a bancarização, como forma de impulsionar a economia que há décadas estava estagnada em vista do alto índice inflacionário.

No entanto, essa abertura do mercado de crédito não veio acompanhada de preparação, uma vez que a renda formal dos consumidores permaneceu a mesma, sendo, tampouco preparação referente a educação financeira, assunto pouco tratado no país. Restando evidente que a inclusão financeira no país é frágil e mal planejada, havendo falhas evidentes na concessão de crédito, tornando o consumidor ainda mais vulnerável e propenso a cair no superendividamento.

Analisou-se também que a situação vivenciada pelos consumidores superendividados por muitos anos esteve sem tutela específica, o que tornou o cenário ainda mais preocupante. Finalmente, em 2021, após um aumento significativo no número de devedores superendividados, ocasionado pela pandemia do COVID-19, veio a solução legislativa, por meio da criação da Lei 14.181.

Nesse sentido, é incontroverso que a Lei 14.181/2021 trouxe significativas mudanças para a realidade do consumidor brasileiro que se encontra superendividado. No entanto, face a realidade brasileira é possível concluir que para tratamento desse fenômeno social negativo, apenas a criação de leis não será suficiente, tendo em vista a crescente evolução dos valores dos produtos básicos necessários a sobrevivência, sem o acompanhamento de receita necessária, além da baixa escolaridade da população, que sequer tem acesso a uma educação financeira.

## REFERÊNCIAS

ANBC, Associação Nacional de Bureaus de Crédito. Estudos e Conceitos – História do Crédito. Disponível em: ANBC - História do Crédito. Acesso em: 04/04/2022.

BARAO, Naike. Década Perdida: entenda o que aconteceu na América Latina nos anos 80. Blog Politize, 18/03/2021. Disponível em: <Década perdida: entenda o que aconteceu na América Latina nos anos 80! - Politize!.> Acesso em: 19/03/2022.

BARONE, Francisco Marcelo; SADER, Emir. Acesso ao crédito no Brasil: evolução e perspectivas. Rev. Adm. Pública [online]. 2008, vol.42, n.6, pp.1249-1267. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0034-76122008000600012>.> Acesso em: 08/04/2022.

BAUMAN, Z. Vida líquida. (2009). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2011

BAUMAN, Zygmunt. O mal-estar na pós-modernidade (tradução: Mauro Gama e Cláudia Martilnelli Gama). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERTOCELLO, Karen. LIMA, Clarissa Costa. Explicando o superendividamento em questões: perguntas e respostas. In: BERTOCELLO, Karen. LIMA, Clarissa Costa. MARQUES, Cláudia Lima (Org.). Prevenção e tratamento do superendividamento. Ed. ENDC. 2010.

BRASIL, A. L. DA S. Círculo virtuoso do crédito: prevenção ao superendividamento do consumidor diante da democratização do crédito. 2021a.

BRASIL. LEI 10.735/2003a, disponível em: <L10735 (planalto.gov.br).> Acesso em: 20/03/2022

BRASIL. LEI 10.820/2003b, disponível em: <L10820 (planalto.gov.br).> Acesso em: 04/04/2022. B

BRASIL. Lei 14.181/2021b, disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2021/lei/L14181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14181.htm).> Acesso em: 20/03/2022.

CAMELO, Murilo Martins. Sociedade de Consumo e Produção Industrial em Massa: Influências na Sustentabilidade Ambiental. Revista de Direito da Faculdade Guanambi, out. 2015, ano 1º, nº. 1, pp. 42-49 Disponível em: <\*Dialnet-SociedadeDeConsumoEProducaoIndustrialEmMassa-7065401.pdf.> Acessado em: 01/04/2022

CARPENA, Heloísa. CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: CAVALLAZZI, Rosângela Lurnadelli. MARQUES, Cláudia Lima (Org.). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo. RT,

CAVALCANTE, Márcio André Lopes. Breves comentários a lei do superendividamento. Blog Dizer o Direito, 02/07/2021. Disponível em: Dizer o Direito: <Breves comentários à Lei do Superendividamento (Lei 14.181/2021). Acesso em: 08/04/2021.>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). Percentual de famílias com dívida chega a 72,9%. Agência Brasil, Rio de Janeiro, 25/08/2021. Disponível em: CNC: <percentual de famílias com dívidas chega a 72,9% | Agência Brasil (ebc.com.br).> Acesso em: 06/04/2022.

CORRADINI, Raphael. Revolução Francesa: etapas, causas e consequências. Blog Politize, 04/11/2019. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/revolucao-francesa/>.> Acesso em: 18/03/2022.

DUARTE, Silvana. GUZMAN, Eduardo F.. Fabio; DI FABIO. Rocha, Magno Kerche. A história financeira do mundo: a ascensão do dinheiro. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza, ano MMXVII, Nº. 000108, 09/06/2017. Disponível em: <<https://semanaacademica.org.br/artigo/historia-financeira-do-mundo-ascensao-do-dinheiro>.> Acessado em: 01/04/2022

ELLIOTT, A. A teoria do novo individualismo. *Sociedade e Estado*, [S. l.], v. 33, n. 02, p. 465–486, 2018. DOI: 10.1590/s0102-699220183302009. Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/19929>.> Acesso em: 22 mar. 2022.

GASPAR, Ricardo Carlos. A trajetória da economia mundial: da recuperação do pós-guerra aos desafios contemporâneos. *Cadernos Metrópole* [online]. 2015, v. 17, n. 33, pp. 265-296. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/2236-9996.2015-3312>>. ISSN 2236-9996. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2015-3312>. Acesso em: 01/04/2022.

GONÇALVES, Geyson. O superendividamento e o mínimo existencial: uma abordagem garantista. 2016. 210 f. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, Ppgd, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/176659>.> Acesso em: 06/04/2022.

LE GOFF, Jaques. *A bolsa e a vida: a usura na Idade Média*. 3 ed. São Paulo: Brasiliense, 2004.

LIMA, Thaís. Bauman e a Modernidade Líquida. YouTube, 18/01/2018 Disponível em: <(91) BAUMAN E A MODERNIDADE LÍQUIDA | Thaís Lima #01 - YouTube.> Acesso em: 25/03/2022.

MACHADO, A. S. A formação da sociedade de consumo e sua relação com o meio ambiente. In: *A questão das Embalagens e sua Relação com a Sustentabilidade* 1 ed. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2009, p; 15-40. Disponível em: <https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.13110>. Acesso em 02/04/2022.

MAIA, L. S. Antecedentes Históricos da Sociedade de Consumo. In: MAIA, L.S. *A Sociedade de Consumo e o Narcisismo Contemporâneo: Um jogo de espelhos num mundo de poucos ideais*. 1 ed. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 2007. p.13-41. Disponível em: <<https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.10162>.> Acesso em: 01/03/2022.

MARQUES, Claudia Lima. 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: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo: Ed. RT, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, RT, jul-set. 2005).

MARQUES, C. L.; LIMA, C. C. L.; VIAL, S. Superendividamento dos consumidores no pós-pandemia e a necessária atualização do Código de Defesa de Consumidor. In: Direito do Consumidor: reflexões quanto aos impactos da pandemia de Covid-19. Volume 1. São Paulo: EPM – Escola Paulista de Magistratura, 2020. Pp. 108-138. Disponível em: <<https://epm.tjsp.jus.br/Publicacoes/ObrasJuridica/63033?pagina=1>.> Acesso em: 09/04/2022.

MONTEIRO, Luciana. Educação financeira engatinha no Brasil. In: Fundação Codesc de Seguridade Social, 28/01/2010. Disponível em: <Educação financeira engatinha no Brasil | FUSESC.> Acesso em: 08/04/2022

MORA, Mônica. A evolução do crédito no Brasil entre 2003 e 2010. IN: Texto para discussão/ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – Brasília. Rio de Janeiro: IPEA 2015. Disponível em: <[td2022.pdf \(ipea.gov.br\)](#).> Acesso em: 07/04/2022.

MUSSE, Ricardo. Apontamentos sobre o nascimento da sociologia. Blog da Boitempo, São Paulo, 23/11/2012. Disponível em: <Apontamentos sobre o nascimento da sociologia – Blog da Boitempo.> Acesso em: 04/03/2022.

OLIVEIRA, Hícaro; LUPORINI, Viviane; MODENESI, André de Melo. Oferta e demanda por crédito: uma análise empírica do caso brasileiro. Niterói: SEP – Sociedade Brasileira de Economia Política, 2018.

OLIVEIRA, Rosa. Crédito Bancário – História e Guia Completo. Blog Viver de Crédito, 14/03/2018. Disponível em: <Crédito Bancário | História e Guia completo (viverdecredito.com.br).> Acesso em: 08/04/2022.

PINHEIRO, Armando Castelar; GIAMBIAGI, Fabio; GOSTKORZEWICZ, Joana. O desempenho macroeconômico do Brasil nos anos 90 . In: GIAMBIAGI, Fabio; MOREIRA, Maurício Mesquita (Org); ALÉM, Ana Cláudia et al. A economia brasileira nos anos 90. 1. ed. Rio de Janeiro : Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 1999. p. 11-42.

PIRES, Kássia; COSTA, Natália. Le Goff, Jaques. A bolsa e a vida: a usura na Idade Média. Cadernos de Clio, v. 4, pp. 387-394, 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5380/clio.v4i1.40448>.> Acesso em: 29/03/2022.

SERASA CONSUMIDOR; IBOPE. IN: IndEF – Indicador de Educação Financeira de 2014. Disponível em: <[http https://www.serasaconsumidor.com.br/indef/](http://www.serasaconsumidor.com.br/indef/).> Acesso em: 05/03/2022

Serviço de Proteção ao Crédito completa 60 anos no mercado. Disponível em: <[https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st\\_imprensa/aniversario\\_spc\\_vfinal.pdf](https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/aniversario_spc_vfinal.pdf).> Acesso em: 08/04/ 2022.

SILVA, Nilton Pedro da. As crises e a industrialização brasileira. Blog O Economista, 28/11/2013. Disponível em: <As crises e a industrialização brasileira • OEconomista.> Acesso em: 01/04/2022