

SUPERENDIVIDAMENTO: CONSUMISMO OU CRÉDITO IRRESPONSÁVEL?

“OVERINDEBTEDNESS”: CONSUMERISM OR IRRESPONSIBLE CREDIT?

Jessica Hind Ribeiro Costa¹
Marcela Simões Pires Ribeiro²

RESUMO

Na atualidade, o crédito assume papel relevante nas relações sociais, por possibilitar a satisfação das necessidades dos indivíduos, geralmente superiores ao seu poder de compra. Atendendo os anseios capitalistas, diversas práticas sociais fomentam o consumismo, que é também incentivado e nutrido pela outorga irresponsável do crédito, caracterizada principalmente pela concessão de crédito a quem já se encontra com sua renda consideravelmente comprometida e pela ausência de informações ao consumidor sobre as consequências desta prática. Estabelece-se, assim, uma relação de dependência dos consumidores com o crédito, culminando no superendividamento destes, situação que possui diversos reflexos, caracterizando um sistema que não pode ser tolerado sem que viole a dignidade humana.

Palavras-chave: Consumismo. Crédito irresponsável. Superendividamento. Dignidade humana.

ABSTRACT

Nowadays, credit remarkable role in social relations by allowing the satisfaction of the needs of individuals, usually higher than their buying power. Given the capitalists yearnings, different social practices encourage consumerism, which is also encouraged and nurtured by irresponsible granting of credit, characterized mainly by lending to those already with his income and considerably compromised by the absence of information to the consumer about the consequences this practice. Thus there is established a relationship of dependency with consumer credit, culminating in such indebtedness, a situation that has several implications, featuring a system that can not be tolerated without violating human dignity.

¹ Mestranda em Direito Privado pela Universidade Federal da Bahia, Servidora do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, email: jel_hind@hotmail.com.

² Pós-graduada em Direito do Estado pela Unyahna – Institutos de Educação Superior, pós-graduada em Direito e Planejamento Tributário pela Faculdade Baiana de Direito, servidora do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, email: marcelasprg@hotmail.com.

Keywords: Consumerism. Irresponsible lending. Indebtedness. Human dignity.

1 INTRODUÇÃO

Para satisfazerem suas necessidades e seus desejos de toda a espécie, os indivíduos, desprovidos de renda suficiente para adquirirem os seus objetos de consumo, terminam por recorrer a empréstimos que potencializam seu poder de compra. Nesse sentido, o crédito é usado como mecanismo de sustentação da atual lógica de consumo, atendendo-se os interesses da sociedade capitalista, na medida em que possibilita aos consumidores à constante capacidade de compra.

O problema é que estes incentivos visam apenas fomentar a economia, não se importando com as consequências econômicas e jurídicas que irão advir aos consumidores, notadamente em face da outorga de crédito irresponsável, que os leva a uma situação de superendividamento, em comprometimento da sua renda e até mesmo da sua dignidade.

2 CONSUMISMO

O consumo atualmente segue a lógica de satisfação das necessidades e dos desejos dos consumidores. Estes conceitos encontram-se interligados, sendo difícil proceder-se a um juízo de valor acerca da motivação que leva à aquisição de um dado produto.

Os encontros dos potenciais consumidores com os potenciais objetos de consumo tendem a se tornar as principais unidades na rede peculiar de interações humanas conhecida, de maneira abreviada, como “sociedade de consumidores”. Ou melhor, o ambiente existencial que se tornou conhecido como “sociedade de consumidores” se distingue por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e à semelhança, das relações entre os consumidores e os objetos de consumo.³

A sociedade de consumo é materialista, e nela ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, sendo a individualidade do indivíduo sobreposta pela relação que este estabelece com o mercado consumerista, auferida, pois, a partir do

³ BAUMAN, Zygmunt, *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008, p. 19.

volume daquilo que obtém.

Diversas são as práticas sociais que fomentam o consumismo. Destaca-se neste contexto a Moda, que incute nos indivíduos a necessidade de adquirir aquilo que é ditado como determinado padrão, influenciando todos os aspectos do comportamento humano. Da mesma forma, a publicidade, cada vez mais excessiva e difundida, assume também papel relevante para o consumo, estimulando-o sem qualquer preocupação com os direitos do consumidor. Este tipo de apelo intermitente acaba por gerar uma constante necessidade no indivíduo de possuir uma série de bens.

A obsolescência programada é outra prática que incrementa o consumismo, caracterizando-se pela indução à rápida troca dos produtos, notadamente pela sistemática da superação de modelos, de pequena modificação de detalhes e da diminuição de sua vida útil. Tal fenômeno assume papel fundamental no campo dos empréstimos, pois muitas vezes os consumidores terminam por pagar parcelas decorrentes da compra de produtos que já se danificaram ou que já foram trocados por conta das imposições sociais.

O mercado financeiro também fomenta o consumismo, notadamente por meio de políticas macroeconômicas ligadas ao crédito. Como exemplos mais correntes, temos: a diminuição da taxa básica de juros (SELIC); a concessão de subsídios para acesso ao crédito (como foi o caso dos aposentados e pensionistas do INSS); incentivos fiscais para diminuir o preço de alguns produtos que não estão sendo consumidos (por exemplo, IPI para veículos); além da facilitação de todas as modalidades de crédito, como acontece no crédito consignado.

A pessoa é consumista quando consome em excesso, sendo impelida a comprar por uma questão pessoal e não pela necessidade do bem. Estes indivíduos comprometem suas finanças, havendo diversos comportamentos sociais relacionados à compulsão consumista, como a oneomania, que demanda, inclusive, tratamentos psicológicos e psiquiátricos.

3 DA CONCESSÃO IRRESPONSÁVEL

O endividamento gera, como consequência, a exclusão do indivíduo do

II CONGRESSO BRASILEIRO DE PROCESSO COLETIVO E CIDADANIA
UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO

mercado de consumo, que se manifesta de diferentes formas, trazendo consigo uma série de implicações que atingem suas esferas social, emocional e econômica.

Um dos reflexos deste fenômeno é a inserção do nome dos consumidores endividados nos órgãos de proteção ao crédito, a partir de quando este passa a estar “negativado”. Em face da negativação, as instituições com as quais este indivíduo poderia contratar acabam “fechando as portas”, tendo nesta situação um sinal de alerta que demonstra a incapacidade de honrar com os compromissos firmados.

Os principais órgãos aos quais se delega esta atribuição são o SPC e o SERASA, que atuam analisando a situação de crédito das pessoas, físicas e jurídicas, tendo por objetivo assegurar o adimplemento de suas obrigações no comércio local. Assim, a inserção constitui uma importante ferramenta de coação sobretudo em face da importância que o crédito tem no atual contexto social.

Relacionando o consumo ao crédito, destaca Philippe Flores que este possibilita a realização de projetos que a princípio só poderiam ser efetivados em momento futuro, salientando, assim, tratar-se de instrumento “essencial, tanto no plano macroeconômico, para acompanhar o desenvolvimento, como sobre o plano microeconômico, para favorecer o incremento do plano de vida dos consumidores”.⁴

Em face da relevância social do crédito, sua limitação somente pode ser admitida quando outro interesse igualmente pertinente estiver em risco. No caso das instituições financeiras, seria legítima a restrição operada com o fito de preservá-las, por exercerem, com predominância, a atividade econômica, à luz do art. 173 da CF.⁵ Todavia, é imperativo que haja uma situação de efetivo risco para as aludidas instituições que justifique a restrição do crédito, ferramenta importante para a própria subsistência de muitos consumidores.

Criticando a estrutura do sistema de restrição ao crédito no Brasil, Petry e Bouza afirmam que não está comprovado que estes bancos de dados colaboram para prevenir o superendividamento, afirmando que “os bancos de dados de

⁴ FLORES, Philippe. A prevenção do superendividamento pelo código de consumo. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 78, p. 67-17, abr./jun. 2011, p. 68

⁵ Também nesse sentido, Alexandre Torres Petry e Dominik Manuel Bouza da Costa defendem a necessidade de preservação das instituições financeiras, asseverando que “a questão do crédito passa da esfera do mero interesse privado para o âmbito do interesse público e social”.

II CONGRESSO BRASILEIRO DE PROCESSO COLETIVO E CIDADANIA
UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO

proteção ao crédito (bancos de dados de informações “negativas”) mais ajudam na promoção do superendividamento por tornarem o crédito irresponsável do que o evitam”.⁶

Tais autores ainda acrescentam a abusividade de tais bancos, por violarem o direito fundamental à dignidade humana (art. 1º, III, da CF), os valores da privacidade e da honra (art. 5º, X, da CF), além de constituírem método comercial coercitivo e desleal, o que afronta o inciso IV do art. 60 do CDC.

Todo este contexto importa em violação direta da dignidade da pessoa humana, pois o superendividamento e a posterior negativação do devedor, que ameaçam sua subsistência, decorrem da prática (tolerada) da concessão irresponsável do crédito, admitindo-se, assim, que a atividade financeira seja exercida à revelia do princípio da dignidade humana.

Necessário, assim, repensar o sistema financeiro sob uma perspectiva voltada a atender às necessidades e direitos do consumidor. Desse modo, as relações financeiras e bancárias, cujo centro de gravidade se estabelece no empresário, terá que se adequar à dignidade do consumidor individual⁷, visando atender suas demandas sem submetê-los à situações indignas e vexatórias.

4 O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR

Em decorrência do consumismo, da onerosidade excessiva prevista nas cláusulas contratuais e da facilidade em contrair empréstimos, os consumidores fazem uma série de dívidas, as quais, por impossibilidade de quitação, terminam por inseri-los numa situação de inadimplência “patológica”, o que gera o fenômeno do superendividamento. Este instituto se define pela impossibilidade do consumidor, pessoa física, de honrar suas dívidas, o que faz pressupor que este igualmente não poderá adimplir as suas obrigações futuras. Neste sentido a seguinte definição de Cláudia Lima Marques:

⁶ PETRY, Alexandre Torres; COSTA; Dominik Manuel Bouza da. Os bancos de dados de crédito e os direitos dos consumidores: a realidade na Alemanha e no Brasil. In: Revista luso-brasileira de direito do consumo, v.3, n.10, jun. 2013, p. 35.

⁷ BAUDRILLARD, Jean. A sociedade de consumo. Liboa: Pentaedro, 2008, p. 99.

II CONGRESSO BRASILEIRO DE PROCESSO COLETIVO E CIDADANIA
UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO

O superendividamento define-se, justamente, pela impossibilidade do devedor-pessoa física, leigo e de boa-fé, pagar suas dívidas de consumo e a necessidade do Direito de prever algum tipo de saída, parcelamento ou prazos de graça, fruto do dever de cooperação e lealdade para evitar a “morte civil” deste “falido”-leigo ou “falido”-civil⁸.

Ou seja, quando o endividamento é superior àquele que pode ser suportado pelo consumidor, este então, vulnerável e endividado, entra num ciclo que “desemboca” no superendividamento. Não se trata, pois, de uma situação pontual, e sim de uma impontualidade crônica, que atinge inclusive as necessidades básicas do indivíduo, ameaçando até mesmo a sua dignidade.

Ainda assim, há empresas que emprestam dinheiro a estas pessoas, na modalidade empréstimo pessoal, ou, o que é pior, a partir de contratos de consignação em folha de pagamento. A partir do novo endividamento daquele que já se mostrava numa situação de fragilidade, aliado à falta de gerenciamento orçamentário, e sendo sempre impulsionados e motivados a consumir, acabam por não respeitar limites e se superendividando. Neste sentido:

Na maioria dos casos, o superendividamento não se deve a uma única causa, já que o devedor deve fazer frente a um conjunto de obrigações derivadas de aquisição de bens e serviços de primeira necessidade, créditos hipotecários, carros móveis etc. e, inclusive, decorrentes do abuso e incorreto uso do cartão de crédito. Somam-se, ainda, causas não econômicas, tais como falta de informação e educação dos consumidores, rupturas familiares, acidentes ou enfermidades crônicas etc.⁹

Analisando o tema, Flávia Marimpietri traz como elemento formador do conceito de superendividamento a impossibilidade de pagamento global da dívida, não sendo possível saldá-la a partir da estimativa de que o consumidor permaneça com aquele orçamento, mesmo que a longo prazo. Isso apenas se daria se fosse comprometido o mínimo existencial necessário à sobrevivência do indivíduo e daqueles que dele dependem.¹⁰

⁸ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: RT, 2004, p.1053.

⁹ BATTELLO, Silvio Javier. A (in)justiça dos endividados brasileiros: uma análise evolutiva. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord). Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 226.

¹⁰ MARIMPIETRI, Flávia. Consumismo e superendividamento de consumidores. In: Teses da Faculdade Baiana de Direito. Vol. 04. Salvador: 2012, p. 179.

5 CONCLUSÃO

É inconteste que o ser humano é dotado de livre arbítrio e de racionalidade, cabendo a este a decisão sobre a real necessidade de celebrar o contrato de aquisição de crédito. No entanto, para que tal relação contratual seja equilibrada e minimize a situação de inadimplência (e conseqüentemente de indignidade dos contratantes do crédito), tais indivíduos devem ser esclarecidos ao máximo acerca dos termos e conseqüências da sua contratação, sendo esta a forma mais efetiva de assegurar-lhe o crédito sem que este contrato esteja baseado em erros e abusos de quaisquer espécies.

Impõe-se, assim, que o princípio enunciador da dignidade, norteador de todo o ordenamento jurídico, atue como guia na atuação dos agentes financeiros. Caso optem por (continuar a) conceder crédito de maneira irresponsável, sem que haja uma análise prévia da situação financeira e social do indivíduo, nem tampouco uma preocupação em instruí-lo e informá-lo sobre as conseqüências que podem advir da referida contratação, observar-se-á uma contínua violação à dignidade desses consumidores.

REFERÊNCIAS

BATTELLO, Silvio Javier. **A (in)justiça dos endividados brasileiros**: uma análise evolutiva. *In*: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord). **Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Pentaedro, 2008.

BAUMAN, Zygmunt, **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

FLORES, Philipe. A prevenção do superendividamento pelo código de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 78, p. 67-17, abr./jun. 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: RT, 2004.

PETRY, Alexandre Torres; COSTA; Dominik Manuel Bouza da. Os bancos de dados

II CONGRESSO BRASILEIRO DE PROCESSO COLETIVO E CIDADANIA
UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO

de crédito e os direitos dos consumidores: a realidade na Alemanha e no Brasil. In:
Revista luso-brasileira de direito do consumo, v.3, n.10, jun. 2013.