

A DISCIPLINA JURÍDICA DOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE CRÉDITO: O AGRAVAMENTO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E A AMPLIAÇÃO DOS RISCOS DE SUPERENDIVIDAMENTO NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DE CONSUMO

Amanda Menezes Miranda¹

Lauricio A. C. Pedrosa²

Resumo

O presente artigo demonstra como o contexto da sociedade de consumo e o hiperconsumo é capaz de agravar a vulnerabilidade do consumidor na contratação de crédito e com isso agravar os riscos de superendividamento. A partir dos modelos de tratamento e prevenção do superendividamento, o trabalho analisa brevemente as alterações da Lei 14.181/21 na atual disciplina jurídica dos contratos de concessão de crédito para compreender o papel da intervenção do Estado na autonomia do consumidor. Com isso, o trabalho contribui para reflexão acerca do papel do consumo nas relações sociais, considerando a influência da cultura consumista na autonomia privada dos indivíduos, pressupondo ainda a natureza existencial do contrato de crédito. A metodologia aplicada ao trabalho foi a pesquisa descritivo-qualitativa, com a utilização de livros referência nas áreas de Direito do Consumidor, monografias, artigos científicos, sites oficiais, legislação e jurisprudência. Por meio dessas ferramentas, a pesquisa concluiu que a vulnerabilidade do consumidor é agravada devido à natureza existencial do contrato de crédito e, por isso, o Estado deverá resguardar o consumidor sem que isso represente prejuízos à autonomia privada e em observância aos princípios constitucionais.

Palavras-chave: Contrato Existencial. Dever de Informação. Hiperconsumo.

Abstrac

This article demonstrates how the context of consumption society and hyperconsumption is capable of aggravating consumer vulnerability in taking out credit and thereby aggravating the risks of over-indebtedness. Based on over-indebtedness treatment and prevention models, the paper briefly analyzes the changes in Law 14,181/21 in the current legal discipline of credit granting contracts to understand the role of State intervention in consumer autonomy. Hereby, the work contributes to reflection on the role of consumption in social relations, considering the influence of consumerist culture on the private autonomy of individuals, assuming the existential nature of the credit agreement. The methodology applied to the work was descriptive-qualitative research, using reference books in the areas of Consumer Law, monographs, scientific articles, official websites, legislation and jurisprudence. Through these tools, the research concluded that the vulnerability of the consumer is aggravated due to the existential nature of the credit agreement and, therefore, the State must protect the

¹ Graduada em Direito pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), pós-graduanda em Direito dos Contratos, Execução contratual e Responsabilidade Civil. E-mail: amandamiranda.jus@gmail.com

² Doutor em Direito, com estágio de Doutorado na Justus-Liebig Universität Giessen (Alemanha). Professor Adjunto de Direito Civil na Universidade Estadual de Santa Cruz. Líder do Grupo de Pesquisa Democracia, Justiça, Alteridade e Vulnerabilidades (DeJAVu/UESC) e Diretor do Departamento de Ciências Jurídicas da UESC. e-mail: lacpedrosa@uesc.br

consumer without this representing damage to private autonomy and in compliance with the constitutive principles.

Keywords: Existential Contract. Information Duty. Hyperconsumption.

1 INTRODUÇÃO

As transformações no modo de consumir evoluíram junto com os panoramas econômicos, políticos e jurídicos da sociedade. Ao longo do século XIX, já consolidado o processo de industrialização, viver em sociedade passou a significar consumir. Isso porque o consumo tornou-se indissociável até mesmo do atendimento das necessidades básicas, uma vez que propicia os meios pelos quais são possíveis garantir o chamado mínimo existencial.

Sendo um fator tão inerente à sociedade contemporânea, a população brasileira adquiriu uma ampla aceitação da progressão alarmante dos níveis do consumo. Com isso, o próprio Estado minimizou os esforços acerca de prevenção dos impactos do hiperconsumo e cotidianamente passou a incentivar o aumento da oferta de crédito com o objetivo de estimular o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB).

Nessas condições, a falsa ideia de abundância do crédito, aliada à cultura de massas e em contraste com a limitação do poder de compra, geraram a fórmula perfeita para o aumento das taxas de inadimplência por parte do consumidor.

De maneira distinta, a situação afeta os fornecedores de crédito, principalmente quando o endividamento evolui para o fenômeno do superendividamento. Perante esse último, resta caracterizada a exclusão do cidadão superendividado do mercado de consumo, tornando impossível a solvência das suas dívidas sem afetar o seu mínimo existencial.

Segundo Sampaio (2018), a proliferação dos casos de crise de solvência é consequência da estratégia de estímulo ao consumo por meio da concessão maciça de crédito pelas instituições financeiras e exige uma compreensão multidisciplinar. Não obstante, as tensões antagônicas entre a força jurígena da vontade e o interesse público passaram a protagonizar os debates para a adoção de critérios para a concessão de crédito responsável.

Por consequência, a Lei de nº 14.181/2021 foi criada com o intuito de tratar e prevenir o superendividamento e entrou em vigor em julho de 2021. Dentre outras alterações, a Lei do Superendividamento (LS) adotou aquilo que já era direito básico do consumidor, porém, carecia de especificações quanto aos contratos de concessão de crédito: o direito à

informação clara nos contratos a fim de proporcionar a concessão de crédito responsável, o que assume uma posição de autodeterminação do consumidor, mas como os contratos de concessão de crédito podem contribuir para o agravamento da vulnerabilidade do consumidor superendividado?

Para responder esse questionamento é necessário tecer discussões acerca da natureza jurídica do contrato de concessão de crédito, bem como quais são os conceitos atualmente mais adequados para analisar a autonomia dos indivíduos nesses casos.

Em vista disso, o trabalho investiga o contexto socioeconômico cultural em que o consumidor superendividado está inserido para compreender o papel do consumo na sua tomada de decisão e o papel de intervenção do Estado na disciplina jurídica dos contratos de concessão de crédito, já que esses podem agravar a vulnerabilidade dos consumidores.

No que se refere à metodologia empreendida nesse artigo, foi utilizada a pesquisa qualitativa, bibliográfica e documental. Foram consultadas fontes diversas, tais como artigos científicos, livros, dissertações, revistas, *sites* oficiais, leis e decretos, com especial atenção àqueles já mencionados.

Em face do exposto, o trabalho faz uma breve análise dos modelos de prevenção e tratamento do superendividamento e os procedimentos que devem observar o mínimo existencial e a função social do crédito. Além disso, a pesquisa discute a natureza jurídica do contrato de concessão de crédito, alocando a sua classificação como contrato existencial – em razão da sua natureza particular à manutenção da existência do indivíduo.

2 O SURGIMENTO DA SOCIEDADE DE CONSUMO, O HIPERCONSUMO E O AGRAVAMENTO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

O consumo, como é conhecido nos padrões da era civilizada, não possui origem definida, isso porque trata-se de uma das necessidades humanas mais básicas e indissociáveis da vida em sociedade. É a partir dessa percepção que Bauman (2008, p. 37) define que o consumo é “uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos”.

Em consideração a isso, há uma assinalável reflexão a ser feita a partir da evolução do consumo que é alcançada pelo secular soneto camoniano que diz que “Mudam-se os tempos, mudam-se as vontades”: as mudanças no modo de consumir impulsionaram a evolução da sociedade para os moldes em que o sistema econômico é conhecido nos dias de hoje e foi orquestrado pela soma de “novas necessidades”, que atuam como forças motrizes para orientação das ações do indivíduo.

Apesar de não existir origem definida para o fenômeno do consumo, é muito evidente que, com a expansão do novo modelo de produção do final do século XVIII, o modo de consumir, como é atualmente conhecido, consolidou-se de acordo com a sua nova faceta: a do capitalismo.

Com o advento da revolução industrial e a expansão populacional nos grandes centros urbanos, houve expressivo aumento da oferta e da demanda, gerando novas necessidades e novos mecanismos para atendê-las.

Na visão de Bauman (2008), a “Era sólido-moderna” em que o consumo era lastreado pela apropriação de grande volume de bens, capazes de acomodar o desejo humano por estabilidade e segurança e de transcender a impressão de um futuro imune aos caprichos do destino, perdeu espaço para a “Era pós-moderna”, marcada pela sociedade de consumidores movidos pelo desfrute imediato dos prazeres.

De maneira mais crucial, as novas necessidades do mercado não se ajustavam ao conceito de estabilidade. Era preciso mais para saciar as demandas da sociedade de consumidores e escoar o mercado da produção. Nas lições de Lipovetsky (206, p. 28), “o capitalismo de consumo não nasceu mecanicamente de técnicas industriais capazes de produzir mercadorias padronizadas em série, mas também foi preciso uma construção cultural e social que requereu a “educação” dos consumidores.”

Enquanto isso, o excesso de informações consagra a cultura hedonista, o estímulo aos prazeres se notabiliza por ser a principal forma de alcance da felicidade. A conclusão dessa equação é uma cultura “agorista”, termo cunhado por Bauman (2008, p.50), que traduz um sentimento “imprudente e imperativo de querer apressar a felicidade por meio dos atalhos propiciados pelo consumismo”.

É nesse cenário que a economia consumista se mostrou vantajosa, considerando que o movimento das mercadorias fomentado pelo impulso de se desfazer e descartar, em prol da

felicidade pragmática, mostrou-se como um caminho de oportunidades para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) dos países recém industrializados, resultado que não seria possível se o consumo se mantivesse com o propósito apenas de atender às necessidades reais e concretas da sobrevivência.

A partir desse sistema de produção surgiram novas mercadorias e foram criadas necessidades de consumo. Com efeito, o sistema capitalista esteve consolidado a partir da ruptura do “consumo por necessidade” para o “consumo por emoção” e a transição do consumo para o consumismo poderia representar um novo verdadeiro propósito para a existência do indivíduo (BAUMAN, 2008).

Com a cultura dos excessos impregnada ao modelo de produção, foi encorajado um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista (BAUMAN, 2008) de modo a produzir cada vez mais excessos e desperdícios. A característica marcante dos excessos não fica restrita aos produtos e perpassa o plano das ideias e informações, e, anos mais tarde, surgem fenômenos como o da espetacularização do melhor estilo *American way of life*³:

O *american way of life*, signo de uma cultura de fortalecimento da crença norte-americana de que o país produzia heróis salvadores, e possibilitava a vida perfeita, demandava que todos tivessem uma geladeira GE, um automóvel Ford, uma máquina de costura Singer, e nos finais de semana saboreassem uma Coca-Cola, enquanto John Wayne cavalgava, fumando, pela terra de Malboro. (GAULIA, 2016, p.47)

Nessa perspectiva, para definir o impacto da dominação da economia sobre a vida social, Guy Debord (1991) evidencia que houve uma degradação do “ser” para o “ter” e, logo após, demonstra que a vida social é ainda mais desmoralizada ao ponto do “ter” perder espaço para o “parecer”. Em outras palavras, os padrões de consumo irradiados pela elite tornaram-se acessíveis não pela possibilidade de possuir de fato os recursos financeiros que representam a elite, mas pela possibilidade de parecer pertencer à elite por meio do pertencimento angariado pelo valor simbólico de determinados produtos ou marcas.

As mudanças trazidas a partir dessa nova perspectiva evocam a necessidade de recursos financeiros para atender as demandas do consumo – seja por necessidade ou por emoção – é necessário poder de compra. E da esperança de progresso econômico, surge no imaginário popular a necessidade de crédito.

³ “Estilo de vida americano”, tradução nossa.

No início do século XX, a eficiência da linha de montagem da renomada empresa Ford, deu aos Estados Unidos da América (EUA) um sistema de produção de gestão rápida e com foco na redução de perdas de insumos ou capital. Esse sistema, apelidado de “Fordismo”, apresentava uma visão de mercado e de controle de custos, capaz de minimizar o tempo gasto em todas as etapas em horas e reduzir, também, o número de operários envolvidos (ALVES, 2015).

A logística empregada pelo fordismo permitiu que produtos fossem produzidos mais rapidamente, em larga escala e vendidos por preços mais acessíveis. A partir de então, o comércio passou a ser hiper estimulado. Segundo Lipovetsky (2006), a extrema diversificação da oferta, da democratização do conforto e dos lazeres e o acesso às novidades mercantis tornou as regulações de classe banalizadas, fazendo com que novas aspirações e novos comportamentos viessem à luz.

Seguindo essa linha de raciocínio, “os prazeres ligados à aquisição de bens se relacionam menos à vaidade social e tendem a exercer, na verdade, um “mais-poder” sobre a organização de nossas vidas” (LIPOVETSKY, 2006, p. 52). Na contramão da saúde financeira do consumidor, a aceleração da obsolescência programada dos produtos esteve presente em todos os setores, reduzindo o tempo de vida econômica das mercadorias, (LIPOVETSKY, 2006). Isso fez com que o consumidor tivesse que comprar cada vez mais, em menos tempo e em condições piores.

Em paralelo, a adoção do novo modelo de produção estimulou o surgimento de novos instrumentos jurídicos voltados para as demandas coletivas, surgindo modalidades de contratos – “os contratos coletivos, contratos de massa, contratos de adesão, destacando que as cláusulas gerais desses seriam estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor, sem uma prévia consulta ao consumidor” (CAVALIERI FILHO, 2019, p. 15).

A desvantagem exagerada em que os consumidores se encontravam reuniu movimentos consumeristas nos EUA e, no Brasil, criou as primeiras associações civis e entidades governamentais voltadas para proteger o consumidor. Com isso, a posição de extremo desequilíbrio tornou evidente a vulnerabilidade do consumidor.

Para melhor compreender a vulnerabilidade que o hiperconsumo submete o consumidor é preciso evidenciar que além dos problemas inerentes aos contratos de consumo – tais como produtos com defeitos, cobranças indevidas, má prestação de serviço – o assédio e

a publicidade exagerada representam riscos porque o consumo deixou de ser encarado como apenas um meio e se tornou finalidade pela qual é possível existir.

São nessas condições que “o consumo pode, portanto, representar uma resposta emocional a questões humanas” (GAULIA, 2016, p. 57) ao passo que está conectado “às experiências, ao tangível e ao intangível, aos simbolismos e aos rituais dentro do âmbito pessoal ou social construído” (RIBEIRO, 2020, p.17).

Notadamente, o princípio da vulnerabilidade está expresso no artigo 4º, inciso I do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990):

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, atendendo os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

A “vulnerabilidade que caracteriza o consumidor, inclusive na forma da dicção legal, inclui a fragilidade emocional de certas categorias de consumidores, que precisam ser felizes à vista, mesmo pagando em prestações” (GAULIA, 2016, p. 57). Com efeito, a ansiedade, a depressão e dezenas de outros problemas psíquicos são os juros que o consumidor também precisará pagar ao comprometer as suas reservas financeiras.

Com isso, é possível concluir também que a vulnerabilidade é agravada pelo hiperconsumo principalmente em relação à limitação do poder de compra, colocando em risco a manutenção do mínimo existencial dos indivíduos, o que afeta a dignidade da pessoa humana. Nas palavras de Lipovetsky (2006, p. 346):

Quem não vê que a situação em matéria de emprego e de finanças públicas seria pior do que a conhecida por nós? E, no detalhe, quais consumos deveriam ser "sacrificados"? À que seria preciso renunciar? Pergunta temível, pois o que é útil e o que é supérfluo nesse domínio? Onde fica a fronteira que separa as verdadeiras das falsas necessidades? Da mesma maneira que é legítimo que a lei proíba ou freie certos consumos por uma política de taxaço, não se pode aceitar a ideia de que pretenda redefinir integralmente a vida boa no que se refere às necessidades humanas.

Na sequência, Gaulia (2016) conclui que a vulnerabilidade surge também de novos comportamentos gerados pela pós-modernidade, como, por exemplo, um concreto excesso de autoconfiança. Nesse ponto, merece atenção o desprezo à lógica racional em detrimento à

sedução do crédito fácil e do consumo como substituto afetivo, que tende a supervalorizar a gratificação instantânea em detrimento de um possível (próximo, mas visto como distante), custo futuro.

Em meio à limitação do poder de compra, o acesso ao crédito passou a ser indispensável para que o indivíduo participe da cultura de consumo. “A sociedade de consumo é também a sociedade do crédito, pois está imersa no aceleração das desigualdades sociais que proporciona, ao segmentar seus integrantes por sua capacidade de consumo” (CARVALHO; FERREIRA, 2016, p.197).

O próprio sistema econômico encarrega-se de criar a distinção ou diferenciação social para que sempre haja a manutenção das desigualdades e o desejo de muitos em superá-las (FERREIRA; LIMA, 2014). Para superar as barreiras de limitação pragmática do poder de compra, o fenômeno do crédito surge da capacidade inventiva da humanidade, a fim de ampliar as facilidades de acesso aos bens de consumo por aqueles que não detém o poder de compra atual, mas acredita conseguir recursos futuramente.

Nesse sentido, é salutar dizer que o crédito em sua essência possui papel fundamental para o acesso à liquidez do mercado de consumo, uma vez que funciona como elemento de impulsionamento das transações econômicas, na medida em que expande o poder de compra.

A palavra crédito provém do termo em latim *credere*, que significa confiança (CARVALHO; FERREIRA, 2016) e é justamente a confiança excessiva que envolve essa relação que justifica a disseminação do crédito. Contudo, é preciso assinalar que enquanto o consumidor acredita em dias melhores, o fornecedor de crédito reafirma que os dias melhores terão mesmo que chegar para que a obrigação seja cumprida, sob pena de juros.

Assim, a população de baixa renda, maior usuária das políticas creditícias, seleciona adversamente inúmeras alternativas de financiamento para driblar o inadimplemento, o que muitas vezes resulta em um endividamento cumulativo, comprometendo renda e deturpando as ideias de bem-estar e felicidade (FERREIRA, 2014), tudo isso em prol do sentimento de pertencimento social.

Por certo, é especialmente correto dizer que o endividamento se tornou um fato inerente à atividade econômica, servindo como meio de financiá-la (COSTA, 2002). Isso

porque é esvaziada de sua essência a ideia de concessão de crédito responsável, o que estimula o aumento progressivo do número de famílias endividadas no Brasil.

Os dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) demonstram que “a melhora do mercado de trabalho e as políticas de transferência de renda mais robustas têm favorecido a renda das famílias nas faixas mais baixas, mas a inflação elevada desafia o poder de compra desses consumidores” (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO, CNC, 2022).

A facilitação do acesso ao crédito é uma das principais causas de aumento da ocorrência de inadimplência tendo em vista a imprevisibilidade do futuro e é diante disso que em razão da ausência do crédito responsável, deposita-se a esperança de um reencontro com a dignidade na atualização do Código de Defesa do Consumidor, na perspectiva de se ter um instrumento capaz de estabelecer diretrizes aptas a garantir um direito de recomeçar (CARVALHO; FERREIRA, 2016). Tendo em vista essas considerações, o ordenamento jurídico brasileiro possui uma disciplina jurídica adequada para prevenir e tratar o superendividamento?

3 O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR E A DISCIPLINA JURÍDICA COMO MEDIDA DE PREVENÇÃO E TRATAMENTO

A partir das reflexões anteriores, é possível pontuar que o endividamento em sua forma mais branda parece ser um efeito colateral aceitável oriundo da sociedade de consumo, porém, o superendividamento é patológico e expõe o consumidor a graves riscos.

Em uma leitura inicial, é possível definir o superendividamento como a “impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o fisco, oriunda de delitos e alimentos)” (MARQUES, 2006, p. 256).

Desse conceito, denota-se que o superendividamento vai além do inadimplemento das obrigações por uma incapacidade temporária, ultrapassa o limite das possibilidades e comporta uma impossibilidade estrutural de buscar meios alternativos de solver as dívidas, o que gera completa incapacidade de manutenção da sobrevivência do indivíduo, tornando impossível a conservação do seu mínimo existencial.

A doutrina de forma geral divide o fenômeno em duas categorias: o superendividamento ativo e o superendividamento passivo. O primeiro se refere à hipótese de o consumidor consumir além das possibilidades de seu orçamento. Enquanto no segundo caso, o superendividamento ocorre por imprevistos da vida, que são alheios à vontade e ao controle do consumidor.

Por se tratar de um fenômeno complexo, o superendividamento possui uma variedade de modelos de avaliação, considerando ainda que existem diversas abordagens para o fenômeno. Em suma, a doutrina consigna que existem dois ordenamentos jurídicos que merecem destaque no cenário mundial por apresentar modelos para a prevenção e tratamento do superendividamento, são eles: o modelo estadunidense e o modelo francês.

As raízes históricas e culturais dos Estados Unidos da América refletiram em sua atitude no lidar com o crédito, com o lucro e, em geral, com o dinheiro. O modelo norte americano é herdeiro de uma sociedade de emigrantes, ansiosa por começar de novo e deixar para trás as dívidas contraídas no velho continente (MARQUES, M; FRADE, 2000).

O sistema que norteia o processo nos EUA também é típico dos países do *Common Law*, se baseando na ideia de recomeço e pressupondo a reinserção do consumidor ao mercado de consumo. A lei de falência, em síntese, traz em seu bojo como um dos procedimentos iniciais a liquidação de bens do devedor para posterior rateio entre os credores. Diante da impossibilidade de solvência, a dívida é perdoada – é o chamado de *fresh start*.

O capítulo 13 do Código de Falências estadunidense (UNITED STATES COURTS, 1978) prevê a regularização de dívidas dos indivíduos com rendimentos regulares e permite que o devedor mantenha sua propriedade e pague as suas dívidas no prazo de 3 a 5 anos. Esse procedimento recebe a denominação de *wage earner's plan* (SAMPAIO, 2018).

Por oportuno, não é objetivo do presente artigo destrinchar os procedimentos estrangeiros, mas ainda é necessário destacar objetivos aos quais se direcionam a legislação. Do modelo estadunidense, o que fica é a consciência de que é mais interessante para o mercado financeiro a educação do consumidor, por isso, o consumidor é responsabilizado e assume a obrigação de frequentar um curso de aconselhamento de crédito para que a dívida seja perdoada.

Em contraste ao modelo norte americano, que tem origem predominantemente protestante, o modelo adotado na Europa continental recebeu a influência do catolicismo (SCHMIDT NETO, 2010) e encara os consumidores como pessoas responsáveis por seus atos

e não como agentes econômicos. Por isso, uma postura de reeducação é adotada como regime de tratamento do superendividado.

Segundo Schimidt Neto (2010), os países que adotam este sistema – são eles França, Bélgica, Holanda, Alemanha, Áustria, Dinamarca, Finlândia, Suécia e Noruega – acabam por exigir do devedor que pague a totalidade ou a maior parte de seus débitos, o que gera prejuízos ao seu patrimônio e aos seus rendimentos futuros, comprometendo a grande maioria de seu ativo no intuito de cobrir o passivo.

Culturalmente, a impossibilidade de pagar as dívidas é encarada como fracasso pessoal e o indivíduo que não consegue cumprir com os seus compromissos tem o seu caráter e moral questionados. A partir dessa filosofia, o meio jurídico encara como “inadmissível a desresponsabilização e o Estado responde por meio da responsabilidade civil clássica” (SCHMIDT NETO, 2010, p. 248).

Em 1984, a Dinamarca foi quem primeiro se ocupou de tratar o fenômeno do superendividamento. Pouco tempo depois, em 23 de junho de 1989 e de 31 de dezembro de 1989, foram editadas as denominadas de Leis *Neiertz* na França, em homenagem à Sra. Neiertz, responsável pela Secretaria do Estado de Consumo e quem deu início à votação das leis.

A partir de então, o modelo francês ganhou destaque no cenário mundial por ser “mais adequado” no tratamento do superendividamento e ao considerar a boa-fé do consumidor como presumida e atribuir o ônus de comprovação da má fé como responsabilidade do credor (SAMPAIO, 2018). Isso reflete em um tratamento diferenciado daquele devedor que contraiu dívidas mesmo sabendo que não tinha condições de pagar e do devedor que sofreu um acúmulo excessivo de dívidas por conta de infortúnios da vida, alheios à sua vontade.

A lei francesa impôs o dever de informação especial acerca das consequências dos contratos de crédito, além disso, inseriu ainda ao seu *Code de la consommation* a validade de 15 dias à oferta realizada pelo fornecedor de crédito, com prazo especial para reflexão ou desistência. O procedimento adotado atribui conjuntamente um regime especial de garantias e tratamento para a renegociação de dívidas acumuladas e distribui sanções nas hipóteses de práticas abusivas e publicidades enganosas (FILOMENO, 2017).

Após uma breve análise da legislação estrangeira, é possível refletir que existem mecanismos jurídicos para prevenir e tratar o superendividamento, restando ao presente artigo discorrer sobre as suas aplicações no cenário brasileiro. Previamente, é possível antecipar que

o Direito brasileiro importou os avanços da doutrina global a fim de incorporar novas práticas de prevenção e ajustar o procedimento para tratamento do superendividamento patológico do país.

4 A DISCIPLINA JURÍDICA ADOTADA PELO BRASIL: OS AVANÇOS TRAZIDOS PELA LEI 14.181/21 SENDO FREADOS PELO DECRETO LEI 11.150/2022

O Brasil carecia de uma lei específica para tratar a questão do superendividamento, e, somente em 1º de julho de 2021 foi publicada a Lei 14.181/21 que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento (BRASIL, 2021).

A nova lei cria um sistema de conciliação em bloco de dívidas, com o objetivo de preservar o mínimo existencial. Além disso, como bem assinalado por Marques e Rangel (2022, p. 38), a lei do superendividamento ressignifica a cultura da dívida para uma cultura de pagamento:

É uma atualização legislativa do microssistema do consumidor, que objetiva mudar o mercado brasileiro: mudar da cultura da dívida e da exclusão dos milhões de consumidores superendividados de boa-fé, para a cultura do pagamento e da preservação do mínimo existencial, dando nova ordem e mais tempo aos consumidores no pós-pandemia, mas com um plano de pagamento para saldar as dívidas e reforçar a educação financeira no Brasil

Diante dos desafios de cuidar dos consumidores superendividados, o ordenamento brasileiro importou o procedimento do direito francês e adaptou ao seu modelo a atribuição da responsabilidade de equalizar oportunidades ao poder público, como forma de resguardar os direitos dos endividados e de garantir o reconhecimento da dignidade humana, mas sem necessidade de perdão de dívidas.

Em nome da dimensão constitucional que assegura a inclusão social, as normas projetadas trazem novidades para estimular a educação financeira no Brasil. Além disso, estabelece uma via conciliadora para retirar o nome dos devedores dos cadastros negativos e quitar suas dívidas com todos os credores por meio de um plano de pagamentos com prazo máximo de 5 anos.

Em síntese, o modelo brasileiro tem como principal característica a prevenção do superendividamento da pessoa física, por meio do acesso ao crédito responsável e à educação

financeira do consumidor, de forma a evitar a sua exclusão social e o comprometimento de seu mínimo existencial.

Seguindo a tendência da Lei do Regime Jurídico de Emergência (Lei 14.010/2020) (BRASIL, 2020), a Lei do Superendividamento (LS) exclui do processo de repactuação as dívidas oriundas de contratos celebrados dolosamente, sem que houvesse intenção de pagamento, em respeito ao princípio da boa-fé.

Assim como no ordenamento francês, a noção do mínimo existencial presente na LS está relacionada à dignidade da pessoa humana, um conceito em aberto, que se traduz pela quantia capaz de assegurar a manutenção das despesas de sobrevivência, tais como, água, alimentação, luz, aluguel, transporte, educação, entre outras (MARQUES; RANGEL, 2022). Em relação às condições mínimas de garantia do mínimo existencial, pontua-se que:

é também um direito social, ou melhor, um núcleo de direitos sociais reconhecidos e consagrados na constituição, sendo que para o Estado surge um dever inderrogável e indeclinável de promover a dignidade humana a fim de prover, ao menos, este núcleo mínimo. Portanto, é inquestionável que a exigência do mínimo existencial está ligada à noção de Estado Social de Direito, o qual sempre deve buscar a expansão das liberdades reais dos indivíduos ao mesmo tempo em que precisa alcançar o desenvolvimento social, que, aliás, constitui-se um objetivo fundamental do Estado Brasileiro, conforme art. 3º, II da própria Constituição Federal. (PETRY, 2013, p. 18)

A LS não define expressamente o valor exato do mínimo existencial, isso porque a teoria do mínimo existencial ainda está em desenvolvimento e deve ser um parâmetro avaliado no caso concreto (EFING; PINTO, 2022). Entretanto, para o caso dos contratos de concessão de crédito consignado, a soma das parcelas mensais para pagamento de empréstimo não poderá ultrapassar 30% da remuneração mensal líquida do devedor, o que poderia aparentar um parâmetro de mínimo existencial.

Em contramão aos avanços legislativos, o Decreto 11.150/2022 apresenta-se como um ato negacionista ao dever constitucional de proteção do Estado para esvaziar a efetividade da tutela aos consumidores. Isso porque ao elencar o mínimo existencial equivalente a 25% do salário mínimo vigente na data de sua publicação, transcreve que o consumidor é capaz de ter atendidas suas necessidades básicas com o valor de R\$ 303,00 (trezentos e três reais) (FERRREIRA, V., 2022), o que não representa a realidade experimentada por milhões de brasileiros.

5 A CONCEPÇÃO EXISTENCIAL DOS CONTRATOS DE CRÉDITO PARA A COMPREENSÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Segundo pesquisa da Confederação Nacional do Comércio, de Bens, Serviços e Turismo (2022), o endividamento, em outubro de 2022, já atingiu 79,2% da população brasileira e 10,6% da população já pode ser considerada superendividada. Dentre os principais responsáveis pelo endividamento dos brasileiros, ganha destaque o cartão de crédito, que está presente em 86,2% das dívidas.

O que é especialmente notável é que se trata de um crédito costumeiramente utilizado para o custeio de necessidades de consumo a curto prazo, o que guarda relação com a necessidade de satisfações imediatas e o excesso de autoconfiança já tratados nesse trabalho.

A economia de mercado, liberal e em desenvolvimento no Brasil, é por natureza uma economia do endividamento mais do que uma economia de poupança. Isso porque o “consumidor tende a gastar todo o seu orçamento familiar no consumo básico (casa, comida, água, luz, transporte, vestimenta) e precisa de crédito para adquirir bens de maior valor, sejam móveis (geladeira, TV a cabo, fogão, berços, sofás etc.) ou imóveis (casa própria, casa da praia etc.)” (BRASIL, 2010, p. 17).

Conceder crédito ao consumidor é acreditar que aquele indivíduo é capaz de ascender economicamente com o tempo. Nessa mesma linha de pensamento, a dicotomia do crédito e do consumo está fortemente ligada ao sistema econômico e jurídico, de modo a viabilizar a inclusão de pessoas de baixa renda à sociedade de consumo, porém o crédito é um produto complexo e difícil de ser administrado (BRASIL, 2010).

A complexidade referida vai além dos infortúnios da vida, e, nas lições de Bruno Miragem, diz respeito às várias dimensões que os contratos de crédito podem assumir, sendo eles efeitos pessoais, familiares e sociais. Com isso, a proteção do consumidor do crédito extravasa a finalidade protetiva meramente negocial de proteção do contratante vulnerável em face de uma dada posição ou interesse econômico legítimo para assumir um caráter existencial (MIRAGEM, 2016).

Para considerar a natureza existencial do contrato de crédito, é necessária a adoção da teoria da eficácia direta ou imediata das normas constitucionais para a incidência dos mandamentos constitucionais (direitos e garantias fundamentais) sem a necessidade de

intervenção do judiciário ou do legislativo para se fazer valer entre os particulares, o que gera debates em relação à segurança jurídica do *pacta sunt servanda* e principalmente em relação aos limites de interferência do Estado na autonomia privada (BIZELLI, 2015).

Isso posto, é de se esperar que nos contratos existenciais, onde o paradigma da essencialidade encontra o seu ápice, a autonomia privada sofra sua maior mitigação, sendo legítima, nesses contratos, uma maior intromissão estatal, sempre com o objetivo de resguardar a parte hipossuficiente (BIZELLI, 2015). No caso do endividado que toma crédito, deverá ser buscada sempre a proteção do mínimo existencial, daquilo que é essencial. Ainda nesse sentido, Bizelli (2015, p. 91) afirma que:

é necessário reconhecer que a parte contratante cujo interesse é existencial na relação jurídica encontra-se em posição de desvantagem em relação à outra parte, cujo interesse na relação rege-se pelo lucro. Isso porque, claramente, a parte que tem o interesse existencial não poderá exercer plenamente sua autonomia privada, pois, invariavelmente, necessita do bem prestacional, dele não podendo abrir mão, o que faz com que, em regra, concorde com cláusulas abusivas. Desse modo, esse contratante encontra-se em posição de vulnerabilidade jurídica em relação à outra parte, situação adversa que obriga o direito a ter ferramentas aptas a corrigir esse desequilíbrio para restaurar a harmonia da relação.

A partir da concepção de que o consumidor como não é “ente” à parte da sociedade de consumo, é possível entender a vulnerabilidade agravada a que se submete o indivíduo superendividado. Dessa maneira, é importante destacar o papel das instituições financeiras no agravamento do endividamento por meio da injeção de crédito no mercado de consumo de forma facilitada e irresponsável, o que desrespeita a função social do crédito.

Em uma sociedade em que o consumo emocional é predominante, intensificar o consumo irresponsável e inconsciente de produtos e serviços desnecessários contribui para o aumento do índice de consumidores endividados. De igual forma, ofertar crédito por meio de publicidade e propaganda, a fim de despertar o consumo emocional, por vezes reprimido pela incapacidade financeira, é uma estratégia de estímulo ao inadimplemento para com isso monetizá-lo.

6 A DISCIPLINA DO CRÉDITO: O DEVER DE INFORMAÇÃO É UMA CONDIÇÃO PARA O EXERCÍCIO DA AUTONOMIA DA PRIVADA?

O liberalismo carrega como característica a liberdade contratual, pautada na autonomia da vontade, pois compreende os indivíduos como livres e iguais. Contudo, a igualdade formal do liberalismo já não se aplica à evolução da disciplina consumerista e a igualdade substancial se mostra como um princípio mais adequado, direcionando a liberdade contratual para o solidarismo e a função social do direito (BIZELLI, 2015).

É preciso compreender o consumidor como pessoa humana, atentando-se à eficácia dos direitos fundamentais às relações privadas (MIRAGEM, 2016). À vista de assegurar a eficácia desses direitos, o Estado exerce o papel de reequilibrar a relação ao estabelecer regras para a pactuação de contratos, com o objetivo de fazer com que o consumidor não sofra com o peso da sua hipossuficiência, o que não limita a chamada “autonomia privada”.

Um exemplo disso, é a LS que trouxe em seu artigo 54-B as informações obrigatórias para o fornecimento de crédito responsável, de modo a estimular o consumidor a ter consciência daquilo que está sendo contratado, assumindo que, com isso, o consumidor tenha mais condições de agir de forma prudente.

O direito à informação é, por sua natureza, multifacetado e, assim sendo, o seu conteúdo e eficácia se apresentam de diferentes maneiras a depender da situação de fato ou do seu enfoque (MIRAGEM, 2016). Ao chegar ao consumidor, a informação precisa ser compreendida para evitar o agravamento da sua vulnerabilidade. Nas palavras de Bruno Miragem (2016, p.442):

O direito à informação, na medida em que representa instrumento de formação da sua decisão racional, serve para a afirmação da autonomia pessoal do indivíduo (direito de liberdade), assim como, em relação às consequências da contratação e da exigibilidade do crédito, consagra a necessidade de proteção da integridade e do mínimo existencial do devedor (proteção da dignidade da pessoa humana). Em ambos os casos, revela projeção da ordem pública constitucional de proteção à dignidade da pessoa humana.

O descumprimento dos deveres de informação pelo fornecedor, além de comprometer a autodeterminação do consumidor para contratar ou não, abre uma janela enorme na direção do superendividamento (LIMA, CAVALLAZZI, 2016). Isso porque compensar o desequilíbrio da relação entre o consumidor e o fornecedor unicamente por meio do ajuste da assimetria informacional é criar a figura do consumidor racional, o que presume total autonomia e consciência.

De fato, só haverá legítimo exercício de autonomia privada se a vontade for livre e informada. Contudo, é difícil aplicar isso “a uma população heterogênea na qual a dificuldade individual de processar tais informações, assim como a falta de idoneidade da informação impedem que se garanta plena compreensão, especialmente quando muito abrangentes ou em grande quantidade” (LIMA, CAVALLAZZI, 2016, p. 31).

Como visto no início do trabalho, o consumo, em especial, não é um fator isolado da vida dos indivíduos, mas está condicionado e inserido em um sistema muito mais complexo e capaz de direcionar necessidades orgânicas e desejos, relacionando-se com os demais aspectos da sua existência, o que tem potencial para manipular o que se entende como “vontade do indivíduo”.

Assim, “as estratégias sorrateiras do mercado de financeirização para o consumo se unem à criatividade da publicidade lastreada na cultura (histórica)” (GAULIA, 2016, p. 54) para estimular e seduzir os consumidores a utilizarem o crédito, sendo parte até do imaginário popular. Nesse sentido, Frei Betto (2001) satiriza a religiosidade impregnada no capitalismo:

Essa apropriação religiosa do mercado é evidente nos shopping centers. Quase todos possuem linhas arquitetônicas de catedrais estilizadas. São os templos do deus mercado. Percorrem-se os seus claustros marmorizados ao som do gregoriano pós-moderno, aquela musiquinha de esperar dentista. Ali dentro tudo evoca o paraíso: não há mendigos nem pivetes, pobreza ou miséria. Com olhar devoto, o consumidor contempla as capelas que ostentam, em ricos nichos, os veneráveis objetos de consumo, acolitados por belas sacerdotisas. Quem pode pagar à vista, sente-se no céu; quem recorre ao cheque especial ou ao crediário, no purgatório; quem não dispõe de recurso, no inferno. Na saída, todos se irmanam na mesa ‘eucarística’ do McDonald’s

Influenciar desejos é talvez um dos maiores poderes do marketing consumista. Sabendo das tentações constantes que influenciam os desejos dos consumidores, o Estado deve disciplinar as relações de modo a afastar práticas abusivas e permitir o exercício da autonomia.

Nesse contexto, a tese elaborada por Jennifer Nedelsky (2011) de uma concepção relacional da autonomia, melhor se aplicaria à realidade experimentada pelos consumidores, uma vez que entende a autonomia como “produto das relações intersubjetivas, estruturadas pelo direito e por outras normas de comportamento social” (PEDROSA; SILVEIRA, 2020, p. 106).

Na sociedade de consumo não é possível separar o consumidor das suas relações, visto que toda sociedade de consumo foi estruturada para influenciar as vontades e as ações dos indivíduos. Por essa razão, se defende que a autonomia deve ser compreendida não como um

espaço livre de interferência ou participação de outros sujeitos em sua formação, mas pelas redes de relações nucleares em que o sujeito vive (PEDROSA, 2019).

Com isso, é perfeitamente cabível entender que o Estado é chamado para atuar em situações em que a autonomia não pode ser exercida, buscando socorro ao judiciário por meio da revisão contratual, porém os tribunais brasileiros, infelizmente, mostraram-se muito apegados à ideia de autonomia privada individualista do século passado (SCHMIDT NETO, 2016), com uma visão rígida do princípio *pacta sunt servanda*, mas isso não exclui o importante papel de mediação dos tribunais, permitindo o exercício da verdadeira autonomia.

Assim, o dever de informação é uma condição imposta pelo Estado para assegurar maior autonomia do consumidor, ressaltando o papel de aconselhamento prévio e a obrigação das instituições financeiras de realizarem uma pesquisa da capacidade de adimplemento do tomador de crédito, conforme disposto no inciso II do art. 54-D da LS.

Dessa forma, as instituições financeiras não devem medir esforços para informar acerca dos riscos de inadimplemento, com adoção de cautelas para a concessão de crédito responsável e adequando-se não somente à função persuasiva da publicidade, mas também fazendo valer o seu dever informativo.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade de consumo moldou os padrões da vida civilizada, tornando o consumo indispensável para a continuidade da vida em sociedade. Com efeito, a economia consumista fez parte da construção cultural e social da maioria dos indivíduos, pois o sistema de produção exigiu uma cultura de excessos, prazeres imediatos e impulsos inconsequentes.

Consumir se tornou meio pelo qual é possível manter a sobrevivência, mas também se tornou o propósito da existência, visto que é impossível ignorar o impacto simbólico que determinadas aquisições representam para o indivíduo e fazem parte do grande objetivo das suas vidas, como, por exemplo, o sonho da casa própria ou as chaves do primeiro carro.

Por outro lado, o limitado poder de compra, na maioria das vezes, não corresponde às necessidades ou anseios do consumidor, e a desvantagem exagerada em que os consumidores

se encontram agravam a sua vulnerabilidade, principalmente por conta da sua multifacetada hipossuficiência.

Para suprir as necessidades do consumidor e do sistema de produção capitalista, o crédito facilitado permitiu a aquisição de bens e tornou-se uma alternativa para driblar a realidade daqueles que não poderiam se inserir no mercado de consumo, mas, em contrapartida, agravou o problema da inadimplência e tornou o superendividamento patológico, o que representa riscos ao mínimo existencial dos endividados.

Nesse diapasão, o trabalho demonstrou que a concessão de crédito irresponsável agrava o risco de superendividamento do consumidor e que é legítima a intervenção do Estado em virtude do seu caráter protetivo à dignidade da pessoa humana e da autodeterminação do consumidor, que tem as suas vontades maculadas e vulnerabilidades agravadas no contexto da sociedade de consumo. Com isso o trabalho conclui que é possível prevenir e tratar o superendividamento por meio da mitigação da autonomia privada na disciplina jurídica dos contratos de concessão de crédito.

REFERÊNCIAS

- ALVES, L. J. **Hiperconsumo e tutela preventiva do decrescimento**. Revista Direito Ambiental e Sociedade, v. 5, n. 1, 2015. p. 224-247.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.
- BETTO, Frei. **A religião do consumo**. O Estado de S.Paulo, São Paulo, abr. 2001. _____. Mandamentos do consumismo. Correio Braziliense, Brasília, 14 jul. 2006, Opinião, p. A-21
- BIZELLI, Rafael Ferreira. Contratos existenciais: contextualização, conceito e interesses extrapatrimoniais. **Revista Brasileira de Direito Civil**, v. 6, n. 04, 2015.
- BRASIL. **Lei nº 14.010.2020**. Regime Jurídico Emergencial e Transitório das relações jurídicas de Direito Privado (RJET) no período da pandemia do coronavírus (Covid-19). Publicada em 10. Jun. 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14010.htm. Acesso em: 01. set. 2020.
- BRASIL. **Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021**. Código de Defesa do Consumidor: Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento. Brasília, DF. 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14181.html/. Acesso em: 06 out. 2022.
- BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 9 nov. 2022
- BRASIL. Ministério da Justiça. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. **Prevenção e tratamento do superendividamento** / elaboração de Cláudia Lima Marques, Clarissa Costa Lima e Káren Bertoncello. Brasília: DPCD/SDE, 2010.
- CARVALHO, D. F. de; FERREIRA, V. H. A. Consumo (mismo) e (super) endividamento:(des) encontros entre a dignidade e a esperança. In: MARQUES, C. L.;
- CAVALLAZZI, R. L.; LIMA, C. C. de (Org.). **Direitos do consumidor endividado II: vulnerabilidade e inclusão**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.
- CAVALIERI FILHO, S. **Programa de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 452 p.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). **Endividamento cai em Outubro, mas inadimplência avança pelo quarto mês**. Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) – agosto de 2022. Publicado em 05 set. 2022 e Atualizado em 02 set. 2022. Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/publicacoes/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-agosto-de-2022/439801>. Acesso em: 9 de nov. 2022.

COSTA, G. F. M. da. **Superendividamento**: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês. São Paulo: RT, 2002.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: Guy Debord. Tradução Estela dos Santos Abreu, Rio de Janeiro: Contraponto, 1991. 238 p.

EFING, A. C.; PINTO, N. D. F. **3. O Salário Mínimo como Critério para Assegurar o Mínimo Existencial no Tratamento do Consumidor Superendividado.**

Superendividamento e proteção do consumidor: Estudos da I e II Jornada de Pesquisa CDEA, 2022. p. 85-102.

FERREIRA, H. C. B.; LIMA, J. P. R. **A insustentável leveza do ter**: crédito e consumismo no Brasil. Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política, 2014. p. 58-88.

FERREIRA, V. H. A. **Decreto 11.150/2022 e a miserabilidade no mínimo existencial.**

Revista Consultor Jurídico: Garantias do Consumo, 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-out-19/garantias-consumo-decreto-111502022-miserabilidade-minimo-existencial>. Acesso em: 9 nov. 2022.

FILOMENO, J. G. B. **Superendividamento**: seu tratamento via Código do Consumidor – agora sim, uma necessidade. Revista Luso-Brasileira de direito do Consumo, v.7, n. 28, Curitiba: Bonijuris, 2017. p. 15-40. Disponível em: https://issuu.com/editorabonijuris9/docs/revista_luso_brasileira_de_direito__6a626a6be0c72b Acesso em: 9 nov. 2022.

GAULIA, C. T. Superendividamento: um fenômeno social da pós-modernidade: causas invisíveis–soluções judiciais eficazes. In: MARQUES, C. L.; CAVALLAZZI, R. L.; LIMA, C. C. de.(Orgs.). **Direitos do consumidor endividado II**: vulnerabilidade e inclusão. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 45-84.

LIMA, C. C. de, CAVALLAZZI, R. L. Vulnerabilidade do consumidor endividado e a atualização do Código de Defesa do Consumidor. In: MARQUES, C. L.; CAVALLAZZI, R. L.; LIMA, C. C. de.(Orgs.). **Direitos do consumidor endividado II**: vulnerabilidade e inclusão. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 15-43.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal**: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. 405 p.

MARQUES, C. L. 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, C. L.; CAVALLAZZI, R. L. (Org.). **Direitos do Consumidor endividado**: Superendividamento e Crédito. 1ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, C. L.; RANGEL, A. F. A. (Orgs.). **Superendividamento e proteção do consumidor**: estudos da I e II Jornada de Pesquisa CDEA. 2022. 391 p.

MARQUES, M. M. L.; FRADE, C. **O endividamento dos consumidores em Portugal**: questões principais. Notas Económicas, n. 14, 2000. p. 13-25.

MIRAGEM, B. **Curso de direito do consumidor**. Thomson Reuters, Revista dos Tribunais, 2016.

NEDELSKY, Jennifer. **Law's relations: A relational theory of self, autonomy, and law**. OUP USA, 2011.

PEDROSA, Laurício; SILVEIRA, Ayala. Os (des) respeitos à autonomia da mulher nas restrições impostas pela lei de planejamento familiar à realização da laqueadura no Brasil: análise crítica com base na teoria feminista relacional e à luz da Constituição Federal. *Revista Fórum de Direito Civil*. Belo Horizonte, p. 77-111, 2020.

PEDROSA, Laurício. **La autonomía privada y la libertad contractual: evolución conceptual y análisis de las recientes alteraciones en el código civil brasileño**. *Revista crítica de derecho privado*, v. 16, p. 367-394, 2019.

PETRY, A. T. **Mínimo Existencial e sua relação com o direito do consumidor**. *Revista da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo*, v. 19, 2013. p. 15-41.

RIBEIRO, I. M. et al. Capítulo 1: A avareza, a sacralização, a materialização e o consumo. In: CAMPOS, G. (Org.). **Administração de Marketing: Comportamento e Tendências dos Consumidores**. Guarujá, SP: Científica Digital, v. 1, 2020. p. 10-32.

SAMPAIO, M. A. S. **Superendividamento e Consumo Responsável de Crédito**. 1. ed. Brasília: Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (JDFT), 2018.

SCHMIDT NETO, A. P. **A revisão dos contratos com base no superendividamento: do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil**: a falência da pessoa física no direito brasileiro. 2010. 480 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

SCHMIDT NETO, A. P. Superendividamento como motivo para revisão dos contratos de consumo In: MARQUES, C. L.; CAVALLAZZI, R. L.; LIMA, C. C. de.(Orgs.). **Direitos do consumidor endividado II: vulnerabilidade e inclusão**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. 203-234 p.

UNITED STATES COURTS. **Chapter 13 – Bankruptcy Basics**. Disponível em > [https://www.uscourts.gov/services-forms/bankruptcy/bankruptcy-basics/chapter-13-bankruptcy-basics#:~:text=A % 20chapter % 2013 % 20bankruptcy% 20is,over% 20three % 20to% 20five % 20years](https://www.uscourts.gov/services-forms/bankruptcy/bankruptcy-basics/chapter-13-bankruptcy-basics#:~:text=A%20chapter%2013%20bankruptcy%20is,over%20three%20to%20five%20years) . Acesso em: 9 nov. 2022.