

## ASPECTOS JURÍDICOS DA ATUAÇÃO DO MERCADO DE CRÉDITO EM FACE DO SUPERENDIVIDAMENTO<sup>1</sup>

Vitor Salgueiro Canoas Campos (orientando)<sup>2</sup>  
Luiz Fernando Pimenta Gil (orientador)<sup>3</sup>

### RESUMO

O superendividamento ocorre na sociedade de consumo brasileira como um fenômeno relativo à impossibilidade que o consumidor tem de adimplir suas dívidas. Trata-se de uma problemática que perpassa o momento atual, sendo um óbice já caracterizado e conhecido do judiciário e das famílias brasileiras. Tal situação decorre da falta de instrução à educação financeira no Brasil aliada a atuação abusiva do mercado de crédito em desrespeito ao ordenamento consumerista e ao Princípio do Crédito Responsável. Em decorrência de tal fenômeno, há diversas consequências adversas aos indivíduos, como na sua exclusão econômica e social, e na negativação de seus nomes, o que dificultará ou mesmo ocasionará a impossibilidade de conseguir novos créditos. Estas consequências diminuem o padrão de vida da pessoa e tornam-se um obstáculo para que ela mantenha o pagamento de suas necessidades básicas. Faz-se necessário que por este estudo se buscar soluções capazes de possibilitar que entre o mercado de crédito e os consumidores haja uma relação pautada no equilíbrio e na boa-fé. Para tanto, foram utilizados os critérios do método dedutivo, consubstanciado em pesquisa bibliográfica.

**Palavras-chave:** Superendividamento; hipervulnerabilidade; mercado de crédito; instituições financeiras; Princípio do Crédito Responsável.

### 1 INTRODUÇÃO

Visa-se com o presente estudo, a constatação de que o mercado de crédito composto por instituições financeiras fornecedoras de crédito, por meio de uma conduta assediante e abusiva, compelem consumidores, especialmente os hipervulneráveis, ao superendividamento, em desrespeito ao Princípio do Crédito Responsável e a legislação consumerista.

O superendividamento que afeta os consumidores, advém na sociedade atual como um fenômeno decorrente da própria oferta de crédito em expansão no mundo contemporâneo, traz diversas consequências maléficas às pessoas, sendo extremamente aflitivo àqueles que não estão em condição de hipervulnerabilidade e ainda mais destrutivo aos que se encontram nesta situação, sendo um fator que faz com que haja a exposição de famílias a precariedade e a humilhação.

Ademais, aliado a tal conjectura destrutiva, está a desunião dos interesses dos próprios consumidores, como um grupo político, o que garante a inexistência de sua organização para fins políticos, no sentido de exercer a tutela de seus interesses, em contrapartida, há a atuação do mercado financeiro, que, por sua vez, consegue se mobilizar politicamente e atingir seus objetivos políticos que não estão alinhados com os dos consumidores.

<sup>1</sup>Artigo submetido em 20/08/2024, à Revista Jurídica da Libertas – Faculdades Integradas.

<sup>2</sup>Graduando em Direito pela Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: vsccampos1@gmail.com.

<sup>3</sup>Professor-orientador. Mestre em Direito. Docente na Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: fernandopgil@uol.com.br.

Nisto, vê-se que a atuação abusiva do mercado financeiro junto aos consumidores, que são a parte vulnerável na relação consumerista, sem quaisquer cuidados de conscientizá-los, bem como de buscar a formação de uma relação jurídica de benefícios mútuos, frequentemente, não tem limitação, no sentido de tentar enganá-los de todas as formas e meios possíveis, com o fito de conseguir se aproveitar e angariar vantagens, as custas dos consumidores sujeitando-os a uma relação desfavorável, marcada por estarem submetidos, em imposições muitas vezes inexecutáveis. No cenário atual, entre os consumidores, os hipervulneráveis tornam-se as principais vítimas do superendividamento, dentre eles, especialmente, os idosos, ainda mais pelo fato de ser uma faixa da população em grande crescimento e evolução no Brasil o que os tornam vítimas mais comuns, fato que evidencia a questão da hipervulnerabilidade do idoso frente ao mercado, em virtude de que com o aumento da idade há um processo de fragilização do indivíduo.

Com isto, é necessário tecer considerações a respeito do enfrentamento do referido cenário, para a busca de soluções, como a imposição de punições às instituições financeiras, por atividades abusivas, que provoquem e ocasionem o superendividamento de consumidores de boa-fé e a necessidade da aplicação e da modulação da legislação consumerista ao respectivo fenômeno do superendividamento, de forma que se possibilite a constituição de relações jurídicas pautadas na boa-fé e que objetivem o cumprimento dos contratos, sem que haja ônus exorbitantes a alguma das partes envolvidas.

## **2. CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS**

Os consumidores hipervulneráveis, são aqueles, que em virtude de estarem em uma condição de vulnerabilidade ainda maior do que outros grupos, acabam por receber este conceito. Assim, a hipervulnerabilidade pode ser compreendida como a representação de “um grupo prioritário dos vulneráveis”, formado por “aqueles que estão em situações que merecem ainda mais atenção, tendo em vista necessitar de um atendimento especial. Pois tendo a fragilidade aumentada, correm um risco maior de serem ludibriados e caírem em golpes” (Filho, 2019 apud Nascimento et al., 2022, p. 4).

Ademais, a proteção deste grupo frente ao mercado já foi destacada em uma decisão proferida pelo STJ, relatoria do Ministro Herman Benjamim, o REsp 586.316/MG, julgado em 2009, mas que hodiernamente ainda é utilizado pela doutrina e pela jurisprudência para garantir a proteção desta categoria de consumidores. A título de explicação, referido julgamento ocorreu para definir a aplicabilidade da Lei 10.674/2003, que obriga a informação da presença de glúten em produtos alimentícios comercializados, nele foi conhecido parcialmente o Recurso Especial interposto pelo Ministério Público de Minas Gerais em nome do Procon/MG (que integra a estrutura do parquet) em face da ABIA – Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação, onde entre outros apontamentos acentua-se:

18. Ao Estado Social importam não apenas os vulneráveis, mas sobretudo os hipervulneráveis, pois são esses que, exatamente por serem minoritários e amiúde discriminados ou ignorados, mais sofrem com a massificação do consumo e a "pasteurização" das diferenças que caracterizam e enriquecem a sociedade moderna.

19. Ser diferente ou minoria, por doença ou qualquer outra razão, não é ser menos consumidor, nem menos cidadão, tampouco merecer direitos de segunda classe ou proteção apenas retórica do legislador. (STJ, 2009).

Neste grupo pode-se ressaltar: os idosos, as crianças, os analfabetos, os doentes/enfermos, as gestantes, todos estes subgrupos são especialmente ofendidos e afetados pelas práticas deletérias do mercado financeiro em virtude de suas características. Assim, é de

elevada importância que se destaque os seus aspectos para que se possa esclarecer os motivos que levam ao merecimento desta proteção adicional que a eles deve ser direcionada.

## 2.1 Consumidores idosos hipervulneráveis

Para ilustrar, a respeito do enquadramento dos consumidores idosos como hipervulneráveis, segue o seguinte trecho do trabalho Carlos Gustavo Chada Chaves e Dennis Verbicaro (2022):

São eles muito mais suscetíveis às práticas abusivas e muito menos resistentes ao assédio de consumo do que o chamado consumidor médio. Apresentam-se no mercado em condições de maior vulnerabilidade, podendo ser enquadrados no nicho que se convencionou chamar de consumidores hipervulneráveis. (Chaves; Verbicaro, 2022, p. 6).

Ademais, conforme destaca Gabriely Silva Carbonei, este subgrupo sofre “uma maior exposição a contratação de serviços que possam ocasionar a ele uma eventual situação de dificuldade financeira”, em especial com relação ao empréstimo consignado onde “é possível observar, em maior evidência, a fragilidade do consumidor idoso”, tal dificuldade está imbuída no fato de que envelhecer exacerba problemas sociais e financeiros dos indivíduos. No que tange aos empréstimos consignados, por exemplo, constata-se que este subgrupo, é gravemente lesado, visto que, conforme o apontado por Lucíola Fabrete Lopes Nerilo, “as vítimas são, em grande parte, idosos hipervulneráveis que, não raro, são surpreendidos com espoliações em seus benefícios de pensão ou aposentadoria”. (Carbonei, 2022, p. 5; Nerilo, 2017, p. 419).

Em continuidade, como esclarece Bárbara Michele Kunde Steffens, há uma “estigmatização da velhice”, pois forma-se duas visões distintas a do idoso como um fardo, um problema a família e a do idoso como independente e capaz de se adaptar ao mundo atual. (Steffens, 2022, p. 95). Não obstante, a população idosa já enfrenta diversas dificuldades próprias da visão supramencionada, visto que, acabam sofrendo “o abandono familiar passando a viver em abrigos ou instituições de longa permanência”. Esta visão também abrange o âmbito consumerista, no setor bancário, por exemplo, conforme o mencionado por Gisele Echterhoff este grupo graças a sua fragilidade natural, são sujeitos ao “péssimo atendimento nas agências bancárias” e também, são repetidamente colocados como vítimas, onde são facilmente levados a um cenário de acúmulo de dívidas, fundamentalmente pela influência exercida pelo marketing e por práticas abusivas, sendo afetados principalmente pela falta de informação disponibilizada na realização do negócio jurídico, bem como ao assédio de consumo que os afeta pela sua baixa resistência a este tipo de prática. Em conformidade com isto está que o antigo respeito destinado aos idosos no cotidiano passou por uma mudança de visão, das novas gerações, e que “a moral e os bons costumes se tornaram insuficientes para garantir o respeito e a proteção dos mais idosos”. (Echterhoff, 2018, p. 60, 70 e 71).

É importante destacar dois panoramas que envolvem este grupo, o primeiro é o de seu crescimento, com a maior expectativa de vida, aumenta-se o número de pessoas idosas e o segundo é de que em uma sociedade diversa e de clara heterogenia como a brasileira, é de se perceber uma dicotomia, que se relaciona a idosos que mantêm uma boa condição para viver, em contraponto aos que passam por uma vida instável e com diversas dificuldades, estes estão aquém de moradias adequadas e de assistência social, e por isso, as consequências do superendividamento para estes são severas. Percebe-se assim, que os idosos hipervulneráveis são penosamente atingidos pelo marketing agressivo e abusivo adotado pelas instituições

financeiras e não estão livres de diversas práticas que visam a obtenção de benefícios escusos.

## **2.2 Consumidores analfabetos**

Outrossim, é necessário fazer um apontamento sobre outra problemática brasileira, que envolve a não erradicação do analfabetismo, conforme o apontado por Silva Junior, citado por Alves, Barboza e Costa (2023), *in verbis*:

No Brasil, reflete-se a baixa qualidade do ensino básico, já que, conforme o Instituto Nacional de Analfabetismo Funcional, somente 12% da população brasileira apresenta nível proficiente de alfabetização. Por outro lado, a grande maioria se encontra em um nível anterior ao intermediário, ou seja, 64% das pessoas possuem um nível de leitura que se enquadra em analfabeto, rudimentar ou elementar, cenário que revela a dificuldade do Estado em educar o brasileiro. (Junior, 2022 apud Alves; Barboza; Costa, 2023, p. 3).

Realça-se que “as taxas de analfabetismo no país são deveras expressivas em uma nação já tão desenvolvida como a do Brasil, os consumidores analfabetos são vítimas comuns, lesadas nas relações de consumo por sua falta de conhecimento onde se tornam uma oportunidade de aproveitamento dos fornecedores”. (Alves; Barboza; Costa, 2023, p. 5).

Assim, estes indivíduos, que ativamente representam uma grande porcentagem da população brasileira, dentro do mercado de consumo, veem-se facilmente, como vítimas de golpes, que visam enganá-los, aproveitando-se de seu analfabetismo.

## **2.3 Consumidores idosos analfabetos**

Entre os consumidores idosos há os analfabetos, estes vêm enfrentando problemas frequentes relacionados a suas atividades financeiras, sendo lesados a ponto de enfrentarem grandes perdas em seus benefícios, como suas aposentadorias e pensões, é de se apontar, principalmente, os contratos fraudulentos como causa dessas mazelas, contratos realizados justamente pela facilidade conferida a instituições financeiras de se poder firmar estas relações. Também vale ressaltar que no que se refere ao índice de analfabetismo “quando se tratar da terceira idade no país esses números são ainda maiorias chegando a índices três vezes maior do que os demais grupos”. (Nascimento et al., 2022, p. 7).

Referido subgrupo são ainda mais vulneráveis que os idosos alfabetizados e os analfabetos que não atingiram a velhice, desta maneira, é mister se fazer esta distinção, para que se possa constatar mais claramente o chamado público-alvo de grande parte das ofertas enganosas.

## **2.4 Demais subgrupos de hipervulneráveis**

Precipuamente, é de se apontar que as crianças, os doentes/enfermos e as gestantes, também carecem de uma proteção consolidada no âmbito de suas relações de consumo.

As crianças, por seu turno, têm sua vulnerabilidade nas relações de consumo, marcadas, por “ainda se encontram em processo de formação intelectual e de julgamento”, o que torna forçoso a existência de uma regulamentação clara, com critérios para atuação do marketing junto a este grupo. (Nascimento et al., 2022, p. 4).

Referido subgrupo, pode acabar sendo exposto a uma publicidade que induz a certas preferências mercadológicas, tal publicidade, pode se utilizar de diversos ardis que ludibriam o público infantil, ainda sem uma compreensão dos aspectos financeiros do mercado.

Deste modo, especificamente quanto a este subgrupo, para coibir tais práticas, há a Resolução N° 163 de 2004 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente - CONANDA, que regulamenta a publicidade e comunicação destinada para crianças e adolescentes, especialmente nas limitações de seu artigo 2, que considera abusiva a publicidade e comunicação mercadológica à criança em que haja:

- I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;
- II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;
- III - representação de criança;
- IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;
- V - personagens ou apresentadores infantis;
- VI - desenho animado ou de animação;
- VII - bonecos ou similares;
- VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil;
- IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil. (Brasil, 2014).

Em contingente, a norma supra, está o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, que em seu artigo 37, traz o condicionamento e a forma como os anúncios devem ser dirigidos para as crianças, entre outras coisas, preza, nos termos de seu inciso II, alínea b, por “respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência e sentimento de lealdade do público-alvo”, o que ressalta a fragilidade própria deste subgrupo, já na alínea c e d, demonstra a característica marcante do subgrupo, que deriva da não formação do indivíduo, “dar atenção especial às características psicológicas do público-alvo, presumida sua menor capacidade de discernimento” e “obedecer a cuidados tais que evitem eventuais distorções psicológicas nos modelos publicitários e no público-alvo”. (Brasil, 1980; Silva, 2019, p. 55).

Quanto aos doentes e enfermos, faz-se apontar dois aspectos o primeiro é que a doença é um problema familiar, e o segundo é que para os fins de proteção do consumidor, trata-se dos acometidos por doenças de natureza grave, classificadas como um fator imprevisível para se ocasionar o superendividamento, visto ser as capazes de gerarem uma maior onerosidade. Sobre as doenças em si, estão situadas como o terceiro fator de origem do superendividamento conforme o apontado em adaptação de estudo de Marques (2006), por Scott Rocco Dezorzi (2023), onde constou em primeiro lugar as “Situações de desemprego – 36,2%” em segundo lugar os “Gastos excessivos além da capacidade de renda – 21,7%” e em terceiro lugar “Doenças ou acidentes – 19,5%”. (Marques, 2006 apud Dezorzi, 2023, p. 26).

O próprio REsp 586.316/MG, fez um destaque referente ao rigor que se deve adotar nas relações de consumo deste subgrupo ressaltando que são uma minoria perante os consumidores em geral, notabilizando ainda a necessidade de amparo nas relações que envolvam medicamentos e alimentos e no dever de informação por parte dos fornecedores, em vista da saúde do consumidor e a proteções específicas relacionadas a saúde:

17. No campo da saúde e da segurança do consumidor (e com maior razão quanto a alimentos e medicamentos), em que as normas de proteção devem ser interpretadas com maior rigor, por conta dos bens jurídicos em questão, seria um despropósito falar em dever de informar baseado no *homo medius* ou na generalidade dos consumidores, o que levaria a informação a não atingir quem mais dela precisa, pois os que padecem de enfermidades ou de necessidades especiais são frequentemente a minoria no amplo universo dos consumidores. (...).

20. O fornecedor tem o dever de informar que o produto ou serviço pode causar malefícios a um grupo de pessoas, embora não seja prejudicial à generalidade da população, pois o que o ordenamento pretende resguardar não é somente a vida de muitos, mas também a vida de poucos. (REsp 586.316/MG).

Importante ressaltar que a proteção à gestante e também ao nascituro, segue a mesma ótica, um exemplo disto, é referente ao cuidado a se tomar na rotulagem de produtos que por ventura causem problemas para a gravidez, onde, faz-se necessário especificações como “este produto não deve ser utilizado por gestantes”, o que também trata-se de um dever de informação. (Lamachia; Miranda; Marques, 2018, p. 472).

### **3. A DIGNIDADE HUMANA DOS CONSUMIDORES EM FACE DO SUPERENDIVIDAMENTO**

Inicialmente, é de se fazer um apontamento sobre as profundas consequências na vida da pessoa que está na condição de superendividado, conforme demonstra o trecho abaixo do trabalho de Tânia Geralda Lucas de Souza (2023), sobre o escrito de Gagliano e Oliveira:

Gagliano e Oliveira (2021) ensinam que as consequências do superendividamento são graves e podem levar a uma morte civil social. O indivíduo que está nessa situação, com o "nome sujo" e sem acesso a crédito, enfrenta um ostracismo social. Ele encontra dificuldades para empreender e iniciar novos negócios, sendo também estigmatizado ao buscar emprego. Sujeita-se a viver “de favor” e acaba dependendo da boa vontade de terceiros para sobreviver. Essas circunstâncias podem levar o indivíduo a um estado de desesperança, pois se vê preso em uma realidade na qual suas perspectivas são limitadas e sua autonomia financeira está comprometida. O superendividamento não afeta apenas a saúde financeira, mas também o bem-estar social e emocional das pessoas envolvidas. (Gagliano; Oliveira, 2021 apud Souza, 2023, p. 52 e 53).

Assim, os superendividados acabam por passar pela “angústia e sofrimento” e pelas “restrições em sua dignidade”. Ademais, o próprio superendividamento já foi referido como “escravidão contemporânea por dívidas”, visto a diminuição do indivíduo e de seus direitos, isto em referência histórica ao Direito Romano, com a escravidão do devedor, onde, conforme leciona José Cretella Júnior (1970) era um dos motivos que levavam alguém à escravidão, por fato posterior ao nascimento, o chamado *addictus*. (De Castro, 2022, p. 8 e 9; Júnior, 1970, p. 80).

Nesta toada, segue trecho relevante:

Marques (2006) ainda trata sobre o “endividamento crônico” do devedor, fato que atinge um grande número de famílias brasileiras, em especial, as de baixa e média rendas que dependem do crédito, na maioria das vezes, para a aquisição de bens e serviços essenciais à sobrevivência, acabam se tornando escravas quase que permanentemente da necessidade ao crédito. É a dita escravidão contemporânea por dívidas.

Essa “escravidão por dívidas” é o que na sociedade de consumo acaba por mortificar o cidadão que possui sua identidade e uma série de necessidades indispensáveis instrumentalizadas pelo crédito. Nessa senda, Bioni (2014) esclarece que na sociedade de consumo movida pelo crédito é tal quadro de insolvência crônico, que desencadeara não só a total derrocada financeira do endividado, mas igualmente, a sua própria exclusão do acesso ao crédito, o que significa nessa apresentada conjuntura, “uma nova espécie de morte civil: “a morte do homo economicus”. (Bioni, 2014; Marques, 2006 apud Lamachia; Miranda; Marques, 2018, p. 531 e 532).

Desta maneira, para se afastar deste cenário surge a dignidade da pessoa humana como uma solução, visto que “é prerrogativa para a tutela do consumidor superendividado, reconhecida pela doutrina e jurisprudência nacional”, bem como vê-se que sua aplicação “nas relações consumeristas tem por objetivo resguardar essa garantia constitucional, o que inclui a manutenção do seu mínimo existencial”. (De Castro, 2022, p. 8 e 9).

Neste intuito, segue trecho do trabalho de Antônio Junqueira de Azevedo, citado também nos Estudos de Direito do Consumidor da OAB (2018), onde é de se aclarar que tal princípio se faz necessário, em vista da situação em que se encontram os superendividados:

A dignidade da pessoa humana como princípio jurídico pressupõe o imperativo categórico da intangibilidade da vida humana e dá origem, em seqüência hierárquica, aos seguintes preceitos: 1. respeito à integridade física e psíquica das pessoas; 2. consideração pelos pressupostos materiais mínimos para o exercício da vida; e 3. respeito às condições mínimas de liberdade e convivência social igualitária (Azevedo, 2001, p. 17).

Sobre o mínimo existencial, está fortemente conectado ao Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, pois visa proporcionar que todos, apesar de suas dificuldades, possam viver com dignidade, assim, nos termos de Costa (2022): “O debate acerca do superendividamento perpassa asseguradamente sobre a garantia de um vetor mínimo existencial para consecução de uma vida digna”. (Costa, 2022 apud Silva; Rodrigues; Rego, 2023, p. 11).

O mínimo existencial se faz presente redação da Lei do Superendividamento, Lei 14.181/2021, que alterou o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078/1990, que será abordada posteriormente, cita-se como exemplo a presença deste termo no artigo 6º, inciso XI e XII, no artigo 54-A, §1º, no artigo 104-A, caput e no artigo 104-C, § 1º. (Brasil, 1990; Brasil, 2021).

É de se citar ainda, o Decreto 11.150/2022, que “regulamenta a preservação e o não comprometimento do mínimo existencial para fins de prevenção, tratamento e conciliação de situações de superendividamento em dívidas de consumo”. Referido decreto, entre outras coisas, havia definido o que seria o mínimo existencial em seu artigo 3º como: “a renda mensal do consumidor pessoa natural equivalente a vinte e cinco por cento do salário mínimo”, importante destacar, que tal artigo teve sua redação alterada pelo Decreto 11.567/2023, versando agora que: “no âmbito da prevenção, do tratamento e da conciliação administrativa ou judicial das situações de superendividamento, considera-se mínimo existencial a renda mensal do consumidor pessoa natural equivalente a R\$ 600,00 (seiscentos reais)”. (Brasil, 2022; Brasil, 2023).

De forma contínua, e paralelamente ao Decreto supracitado, que estipula como mínimo existencial a renda mensal do consumidor no importe de R\$ 600,00 (seiscentos reais) se passará a abordar doutrinariamente outras definições ao termo “mínimo existencial”, sua amplitude de significados e conceitos e suas relações com o superendividamento.

Pode-se conceituar o que seria o mínimo existencial de diversas maneiras, como “um conjunto de prestações indispensáveis para assegurar a cada pessoa uma vida digna e que pode ser identificado no princípio da dignidade da pessoa humana e sobre a qual ninguém poderá evitar”, ou de outro modo como “um direito às condições mínimas para a existência humana de forma digna e que não pode ser objeto de intervenção estatal e que exige prestações estatais positivas” (De Castro, 2022, p. 8).

Outro conceito, seria que o mínimo existencial seria garantir “a autodeterminação de cada ser humano, por meio da promoção e realização de políticas públicas que viabilizem e removam obstáculos que impeçam uma vida digna”, como, neste caso, “o conjunto básico de

direitos fundamentais que assegura a cada pessoa uma vida digna, como saúde, alimentação e educação. (Pereira, 2020 apud Darne, 2022, p. 7).

Em última análise, ainda podemos definir o mínimo existencial, como um direito às condições mínimas para a existência humana de forma digna e que não pode ser objeto de intervenção estatal. Trata-se, em suma, de um entendimento de que existe um mínimo necessário para conseguir se viver. O seu comprometimento, conforme o ensinado por Cláudia Lima Marques, é o elemento principal do superendividamento. É de se saber, a respeito do mínimo existencial que não se trata de um “mínimo vital”, que, por sua vez, “refere apenas à garantia da vida humana, sem necessariamente garantir uma vida de qualidade. O mínimo vital visa garantir as condições necessárias para a sobrevivência física, mas não necessariamente uma sobrevivência digna.” (Pereira, 2022 apud Silva; Rodrigues; Rego, 2023, p. 10).

Deste modo, verifica-se que o conceito de mínimo existencial abarca muitas construções teóricas e envolve o conjunto de condições materiais e direitos fundamentais indispensáveis para vida humana, em contraste a isto está as disposições dos decretos supracitados, de imputar que referido conceito se traduziria como, vinte e cinco por cento do salário mínimo ou R\$600,00 (seiscentos reais).

#### **4. A TOMADA DE CRÉDITO NA SOCIEDADE DE CONSUMO E SEUS ASPECTOS, E O SUPERENDIVIDAMENTO**

Precedentemente, temos que precisar alguns conceitos sobre o crédito, sobretudo o chamado crédito de consumo, e sobre a atenção necessária deste tipo, conforme o já mostrado pelo pensador Charles Gide, “o crédito pode se tornar muito perigoso para aquele que o utiliza, existindo um crédito mais perigoso ainda, aquele que tem a finalidade de facilitar o consumo”. Porém, frente ao cenário contemporâneo, é de se admitir, que torna-se compreensível que o crédito, com o tempo passou a ser mais corriqueiro e necessário, por diversas razões, como, por exemplo, a segurança e a facilitação de determinados negócios. (Lima, 2009, p. 68 e 69).

No Brasil, salienta-se, nas palavras de Carqui (2016), a respeito da expansão do crédito, que este “passou a representar o acesso dos indivíduos a todas as novas “necessidades” sedimentadas pelas políticas do marketing, ampliando as vontades dos consumidores a um nível cíclico e infundável.” (Carqui, 2016, p. 18).

Verifica-se ainda, que os consumidores agem pela excitação de terem, com o uso do crédito para comprar bens de consumo, uma maior comodidade, destarte o trecho a seguir, de que os consumidores viram no “crédito fácil um portal para a satisfação imediata de muitos de seus desejos e para isso, passou a adquirir a crédito os mais diversificados tipos de bens, por exemplo: móveis, eletrodomésticos, eletrônicos e até carro. (Souza, 2023, p. 39).

Avista-se pelo uso do crédito, uma bifurcação, em que o crédito, inicialmente usado para acesso a bens, passou também a ser um instrumento para saldar dívidas, algo temerário, segue trecho que ressalta tal problemática:

O crédito passa a desempenhar, já não a função de permitir ou antecipar o acesso a bens ou serviços de valor mais elevado, outrora reservados a classes socioeconomicamente favorecidas, mas de gestão de despesas correntes. Contraem-se créditos para pagamento de créditos, com o inevitável efeito “bola de neve”. (Salazar, 2012, p. 6).

Pode-se dizer ainda que houve uma confusão, graças à presença deste crédito no bojo da vida da sociedade moderna, no que diz respeito ao já delineado mínimo existencial,



fazendo com que haja uma associação de que o mínimo existencial seria conseguir obter através do crédito bens que são factualmente desnecessários, graças a cultura consumista, nisto, segue trecho do trabalho de Luiz Vicente da Cruz e Silva (2010) que apontou o uso maléfico do crédito que: “associa felicidade e status social a consumo, para potencializar seus lucros. (Silva, 2010, p. 42).

De tal modo, que, nas palavras do autor supramencionado, “incurtiu-se na sociedade, mediante o uso de uma propaganda agressiva, o valor do trabalho para o consumo de bens e serviços, que não tem a ver com as necessidades humanas básicas”. (Silva, 2010, p. 42).

Em consonância ao uso do crédito como um meio para alcançar uma suposta felicidade segue trecho de Marília de Ávila e Silva Sampaio:

Acresça-se a essa realidade dois fatores de extrema significação: (1) o fato de vivermos numa sociedade de consumo, caracterizada por um conjunto peculiar de condições existenciais, que estimula seus membros a exercer a cultura consumista, baseada no excesso e desperdício; que desloca o centro de gravidade temporal do futuro para o presente e que nega enfaticamente a procrastinação de um desejo; que se baseia no excesso de informação e inculca, com todas as forças, o credo de que o consumo é o principal meio de se chegar à felicidade, entre outros fatores; e (2) no caso brasileiro, o fato de ter sido o estímulo ao uso do microcrédito ao consumo utilizado como política macroeconômica do governo, deslocando o eixo dinamizador da economia, que antes era cumprido pelas exportações, para o mercado interno. (Sampaio, 2018, p. 14).

Assim o crédito, antes um instrumento de garantia e de segurança, tornou-se um instrumento de contentamento, e o seu uso não ordenado, mostra-se perigoso e por trás de diversos males como o superendividamento.

Neste contexto o Princípio do Crédito Responsável mostra-se “um recurso muito importante para melhorar a concessão de crédito, evitando assim o agravamento da inadimplência em razão de crédito banalizado.” (Silva, 2023, p. 18).

Assim, objetiva-se evitar eventuais abusos referentes a concessão do crédito por meio da utilização do Princípio do Crédito Responsável, isto para evitar que o crédito que conforme o delineado neste capítulo, presente no cotidiano da sociedade, não mais possa ocasionar o superendividamento do consumidor.

#### **4.1. Algumas atitudes danosas do mercado de crédito que expandem o superendividamento na sociedade de consumo**

Dentre as inúmeras práticas danosas de instituições financeiras, pode-se falar sobre a prática de juros acima da média de mercado, desconhecida pelo consumidor, bem como das ações de perseguição demasiadas em busca de pressionar o indivíduo, segue um trecho que faz referência aos males causados:

Diante dos altos juros aplicados na inadimplência desses produtos pelas instituições financeiras, temos um número grande de pessoas que não têm obtido êxito na recuperação do crédito e, por não suportar as dores psicológicas decorrente das cobranças que são realizadas por whatsapp, mensagens de texto e ligações ao telefone e, sem forças e expectativas, muitas vezes, sucumbem a transtornos de todas as ordens, muitas vezes adquirindo doenças psicológicas e físicas, podendo culminar em término de relacionamentos familiares e, também, gerando o suicídio do devedor, com casos inclusive de devedores tirarem a vida dos filhos, do cônjuge e, por fim, a sua própria vida. (Lamachia; Miranda; Marques, 2018, p. 274).

Outra prática, desta feita realizada por lojas, que contribuem para o cenário danoso propiciado pelo crédito irrefletido é a da venda de créditos na venda de bens, onde “pouco se exigia do comprador, para lhe vender a crédito, em muitas das vezes o consumidor adquiria um bem parcelado (...) e sem saber assinava um contrato do valor do crédito com uma financeira e com uma seguradora, que assegura o montante das parcelas” (Souza, 2023, p. 38).

Sobre a atuação do mercado de crédito como causa a “crise de solvência de devedores” segue um trecho onde Marília de Ávila e Silva Sampaio (2018), tece a seguinte consideração:

A atuação amoral do mercado, uma estratégia de estímulo ao consumo por meio da concessão maciça de crédito, somada à cultura consumista contemporânea, todos esses fatores formam o caldo de cultura em que proliferam os casos de crise de solvência de devedores que se veem impossibilitados de arcar com os custos das obrigações assumidas sem grave comprometimento da sua subsistência e de sua família. (Sampaio, 2018, p. 14).

É de se aperceber uma junção, onde a atuação abusiva do mercado de crédito é alçada diante de um consumidor imbuído em uma sociedade consumista, visando em suas relações de consumo apenas a sua satisfação, o que acaba apenas gerando a eles vultuosos prejuízos.

## **5. A PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES E A NECESSIDADE DE INTERVENÇÃO LEGAL ÀS PRÁTICAS ABUSIVAS DOS FORNECEDORES E AO SUPERENDIVIDAMENTO**

Em âmbito nacional, a proteção dos consumidores é essencial, para garantir “a construção de uma sociedade justa e equilibrada, onde todos possam usufruir de seus direitos e participar plenamente do desenvolvimento econômico do país”, referida proteção está consubstanciada em nossa Carta Magna de 1988, em seu artigo 5º, inciso XXXII, onde “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, também em seu artigo 170º, inciso V, que estabelece “defesa do consumidor” como um princípio a ser observado na ordem econômica, no Código de Defesa do Consumidor e em diversos outros regramentos existentes, em virtude desta vulnerabilidade, ocasionada pela relação de consumidor e fornecedor. (Souza, 2023, p. 85).

Nisto esta proteção deve incidir particularmente sobre as práticas abusivas, que são, nos termos de Evaldo José Zacharias de Castro (2022, p. 4): “condutas praticadas pelos fornecedores com a finalidade de obtenção de vantagens e condições excessivas perante o consumidor, sendo totalmente proibidas pelo CDC”. Apesar de não serem necessariamente enganosas devem ser igualmente rechaçadas, conforme preleciona David Harland, jurista da Austrália, “se o direito deve ir além e proibir conduta que, embora não necessariamente enganosa, é de qualquer modo, vista com objeção por ser abusiva contra os consumidores, ao tirar vantagem de sua falta de conhecimento ou poder de barganha, ao inibir, por outras vias, sua capacidade de escolha livre, ao ser por outra forma, contrárias aos valores comunitários”. (Castro, 2022, p. 4; Harland apud Benjamin, 2016).

Além disso, Antônio Herman Benjamin (2016, p. 293) dá uma importante lição ao constatar que a publicidade é enganosa, mesmo que a sua capacidade de induzir em erro se manifeste apenas em relação a consumidores particularmente vulneráveis, pontuando-se os doentes, as crianças, os idosos, os crédulos, os ignorantes, os de pouco instrução.

Cabe destacar a proteção legada aos consumidores hipervulneráveis, em face das práticas abusivas dos fornecedores, verifica-se que referida proteção encontra amparo indireto no artigo 39, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor que segue *in verbis*:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços; (Brasil, 1990).

Assim, ao se analisar as atitudes abusivas do mercado se deve fazer distinções, e não generalizar, visto que, para aqueles que não estão entre os hipervulneráveis, pode até ser possível averiguar que estão diante de uma publicidade enganosa, o que não fará com que ela deixe de ser enganosa.

Por fim, sobre a importância da proteção ao superendividamento, observância se faz de que a necessidade da intervenção neste caso é premente, pois “o fenômeno do superendividamento repercute para além da relação consumerista, e reflete negativamente em variados aspectos da vida em sociedade”, quando há a criação de legislação e de proteções adicionais para tratar deste tema, vê-se que esta “legislação específica transcende a proteção ao consumidor e se estende à busca pelo equilíbrio da economia do país, haja vista que grandes emergências sociais requerem soluções de cima para baixo.” (Silva; Rodrigues; Rego, 2023, p. 6).

### **5.1. Os consumidores que deverão ser abrangidos pela proteção legal e a boa-fé esperada do consumidor**

Uma importante distinção que se faz a respeito dos consumidores superendividados a serem protegidos é de que há dois grupos, conforme a visão de Geraldo Faria Martins Costa (2002), os consumidores são separados entre os de boa-fé ou involuntários que acabam por se tornarem reféns das dívidas e delas não conseguem escapar e os de má-fé ou voluntários aqueles, que por sua vez, estão tomando dívidas que claramente são além de sua capacidade financeira e que em insolvência tomam empréstimos em função de dívidas novas. (Costa, 2002 apud Silva; Rodrigues; Rego, 2023, p. 7).

Na própria Lei de Superendividamento, em seu Artigo 54-A, solidifica-se tanto que a boa-fé é um elemento que se espera do consumidor, quanto que os que contraem dívidas sob má-fé estão excluídos da proteção legal, bem como conceituando as dívidas não abarcadas, é o que se vê, respectivamente do disposto em seu parágrafo 1º e 3º:

Art. 54-A. Este Capítulo dispõe sobre a prevenção do superendividamento da pessoa natural, sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor.

§ 1º Entende-se por superendividamento a 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.

§3º O disposto neste Capítulo não se aplica ao consumidor cujas dívidas tenham sido contraídas mediante fraude ou má-fé, sejam oriundas de contratos celebrados dolosamente com o propósito de não realizar o pagamento ou decorram da aquisição ou contratação de produtos e serviços de luxo de alto valor. (Brasil, 2021).

Desta maneira, para analisar o caso concreto é de se verificar se as dívidas foram contraídas ou não com boa-fé, haja vista que “a boa-fé é fundamental para reconhecimento da condição de consumidor superendividado, sendo este pressuposto aplicado em conjunto com a impossibilidade global do indivíduo de quitar todos seus débitos atuais e futuros”. (Silva; Rodrigues; Rego, 2023, p. 7).

## **5.2. O tratamento ao superendividamento, os limites a atuação das instituições financeiras e a Lei de Superendividamento**

Vê-se, conforme o exposto, que a tutela por parte do Poder Público, para a defesa dos interesses e direitos dos consumidores e a imposição de limites a fornecedores, particularmente o mercado de crédito, faz-se necessária e benéfica, porquanto se denota que “o cenário de radicalização do consumo sedimentou uma cultura dirigida para o consumismo que foi expandida pelas políticas de facilitação de acesso ao crédito e que potencializou as situações de superendividamento dos consumidores pessoas físicas de boa-fé.” (Carqui, 2016, p. 18).

Nisto, é de se ver que Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em sua Cartilha sobre o Superendividamento, faz um importante realce sobre a importância da defesa do superendividado, conforme se denota o seguinte trecho:

Todas essas medidas de prevenção e tratamento do superendividamento da pessoa natural são fruto dos deveres de informação, cuidado e, principalmente, de cooperação e lealdade do CDC, oriundas da boa-fé para evitar a ruína do parceiro (exceção da ruína), que representaria sua “morte civil”, exclusão do mercado de consumo ou sua insolvência civil com o superendividamento. (CNJ, 2022, p. 13).

A princípio, sobre a Lei de Superendividamento, que alterou o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Estatuto do Idoso, é de se destacar, que referida alteração legislativa trouxe a prevenção e o tratamento do superendividamento dentro do bojo do Capítulo II do CDC, Da Política Nacional das Relações de Consumo, promovendo adições aos artigos 4º, 5º e 6º, para constar a referida tutela.

Como questão principiológica promoveu, no artigo 4º, mudanças para incluir como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo, os incisos IX e X, que respectivamente são o “fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores” e a “prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor”.

Como questão instrumental, no artigo 5º, incluiu como um dos instrumentos do poder público, os incisos VI e VII, respectivamente, a “instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural” e a “instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento”.

Como um direito básico do consumidor, no artigo 6º, agregou os incisos XI, XII e XIII, respectivamente, “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”, a “preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito” e 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”.

Ademais, outra adição ao Código de Defesa do Consumidor foi o Capítulo VI-A, Da Prevenção e do Tratamento do Superendividamento, que traz elementos que auxiliarão a diminuição das práticas abusivas do mercado de crédito, já tratadas neste estudo, por meio de seus limites estabelecidos, cita-se o crédito responsável presente no artigo 54-A, o dever de informação previsto no artigo 54-B, as vedações a determinadas ofertas de crédito no artigo 54-C e a previsão de condutas prévias à contratação de crédito no artigo 54-D, e, por fim, as vedações a condutas de fornecedores de crédito nos termos do artigo 54-G, referidas proteções serão tratadas a posteriori. Cita-se, ainda, a estipulação no artigo 54-F sobre a conexão de contratos acessórios de crédito com o principal de consumo.

As vedações, previsões e deveres estabelecidos, têm em vista um estado de coisas onde é “sabidamente lucrativo para as empresas eventuais violações individuais dos consumidores”, assim, é de se perceber que a busca por lucro muitas vezes não está compactuada ao atendimento dos direitos dos consumidores e é o motivo e objetivo destas práticas. (Chaves; Verbicaro, 2022, p. 5).

### 5.2.1. O Princípio do Crédito Responsável

O referido princípio que consta no artigo 6º, inciso XI e no artigo 54-A, caput, não recebeu dentro da Lei de Superendividamento um conceito expresso, nos termos do trabalho a seguir: “No que tange ao crédito responsável, a lei não tratou de conceituá-lo, (...), trouxe a possibilidade de aplicação de sanção para os casos em que fique comprovado que a concessão do crédito ocorreu de forma irresponsável. (Terra; Ferreira, 2022, p. 6).

Doutrinariamente o crédito responsável é entendido como um fator que “garante que, em situações de risco, como o superendividamento das pessoas físicas, o consumidor consiga preservar um acesso razoável ao crédito, sem o qual ele não conseguiria gerir sua vida econômica, levando a sua ruína financeira e de seus familiares.” Exemplifica-se seu uso aos hipervulneráveis nos termos de que a “tutela dos idosos hipervulneráveis justifica a aplicação do princípio do crédito responsável nos contratos consignados, impondo a necessidade da realização de um empréstimo responsável”. (Carqui, 2016, p. 134 e 204).

Referido princípio “incidirá nas relações de consumo que envolvam a tomada de crédito sempre que houver descumprimento do princípio da confiança, impondo medidas de responsabilidade aos fornecedores de crédito pela quebra de legítima expectativa garantida aos consumidores.” (Carqui, 2016, p. 192).

### 5.2.2. Do dever de informação ao consumidor e sua diferença com o direito à informação

Uma primeira distinção a ser feita é que o dever de informação previsto no artigo 54-B, se difere do direito de informação. É de se recordar a respeito do direito à informação que este já está consolidado na legislação brasileira, como se percebe no artigo 5º, inciso XIV, da Constituição Federal, in verbis: “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”, bem como se faz presente no Código de Defesa do Consumidor, como um dos direitos básicos do consumidor, no artigo 6º, III, “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”, também está presente em referido códex, e com requisitos, em seu artigo 31º, caput: “A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que

apresentam à saúde e segurança dos consumidores.” (Brasil, 1988; Brasil, 1990; Brasil, 2021).

A garantia do direito de informação também é alicerçada em arcabouço jurisprudencial, cita-se como exemplo jurisprudencial o julgamento da apelação cível nº 0000111-14.2012.8.26.0438 do TJSP, em 22 de fevereiro de 2024, de relatoria do Desembargador Hugo Crepaldi, onde há a reafirmação da importância da prestação correta de informações aos consumidores, também fazendo destaque de trecho de doutrina de Cláudia Lima M. Marques, Antonio Herman V. Benjamin e Bruno Miragem, que destaca a importância do REsp. 586.316/MG, segue trecho relevante:

O direito à informação assegura igualdade material e formal (art. 5º, I e XXXII da CF/1988) para o consumidor frente ao fornecedor, pois o que caracteriza o consumidor é justamente seu déficit informacional, quanto ao produto e serviço, suas características, componentes e riscos quanto a próprio contrato, no tempo e conteúdo. Neste sentido, ensina o STJ que todos os consumidores tem direito à informação e que o homo medius pode ser um parâmetro, mas não o único, pois muitas vezes o consumidor do próprio produto (ex: medicamentos, alimentos) ou serviço (ex: médico, educacional, recreacional infantil, geriátrico) é um consumidor hipervulnerável (REsp. 586.316/MG). A informação deve ser clara e adequada para todos, inclusive para estes mais vulneráveis, consumidores-idosos, consumidores-doentes, consumidores-crianças. (...). (TJSP, 2024).

Necessário ainda asseverar que o direito à informação é ainda mais importante para com os hipervulneráveis. Nesse sentido, o STJ, já destacou amplamente a sua importância no julgamento do já mencionado REsp. 586.316/MG, quanto ao artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, as seguintes observações: “A informação deve ser correta (= verdadeira), clara (= de fácil entendimento), precisa (= não prolixa ou escassa), ostensiva (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa”, e de que a “obrigação de informação é desdobrada (...) em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (= riscos do produto ou serviço)”. Segue abaixo dois apontamentos relevantes sobre a informação nas relações de consumo e sobre a diferença entre informação e advertência:

12. A obrigação de informação exige comportamento positivo, pois o CDC rejeita tanto a regra do caveat emptor como a subinformação, o que transmuda o silêncio total ou parcial do fornecedor em patologia repreensível, relevante apenas em desfavor do profissional, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão.  
16. Embora toda advertência seja informação, nem toda informação é advertência. Quem informa nem sempre adverte. (STJ, 2009).

O dever de informação ao consumidor, por outro lado é um preceito introduzido pela Lei de Superendividamento, prestar as informações corretas é fundamental a correta formação do contrato formado pelas partes, conforme o arguido por Antônio Herman Benjamin, para a proteção efetiva do consumidor não é suficiente o mero controle da enganiosidade e abusividade da informação. Faz-se necessário que o fornecedor cumpra seu dever de informação positiva. Segue o artigo 54-B e incisos que consubstanciam o dever de informação no fornecimento de crédito:

Art. 54-B. No fornecimento de crédito e na venda a prazo, além das informações obrigatórias previstas no art. 52 deste Código e na legislação aplicável à matéria, o fornecedor ou o

intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre:

I - o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem;

II - a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento;

III - o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser, no mínimo, de 2 (dois) dias;

IV - o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor;

V - o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito, nos termos do § 2º do art. 52 deste Código e da regulamentação em vigor. (Brasil, 2021).

### 5.2.3 As vedações a determinadas ofertas de crédito referentes as ofertas publicitárias (o marketing, a publicidade e a propaganda) e as não publicitárias

Outro ponto que também tange ao dever de informação é o estabelecimento de vedações a determinadas ofertas de crédito, publicitárias ou não, conforme se vê no artigo 54-C:

Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não:

I - (VETADO);

II - indicar que a operação de crédito poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor;

III - ocultar ou dificultar a compreensão sobre os ônus e os riscos da contratação do crédito ou da venda a prazo;

IV - assediar ou pressionar o consumidor para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, principalmente se se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada ou se a contratação envolver prêmio;

V - condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência de demandas judiciais, ao pagamento de honorários advocatícios ou a depósitos judiciais.

Parágrafo único. (VETADO). (Brasil, 2021).

Referido artigo, traz diversos elementos, que serão cruciais para se dirimir o aumento do superendividamento na sociedade atual, de início é de se estabelecer que “de forma alguma se ignora ou se impede que os fornecedores se utilizem de práticas de marketing de apresentação e oferta de seus produtos e serviços no mercado”, haja vista que é algo basilar para qualquer fornecedor, de igual forma aos que atuam no mercado de crédito. (Chaves; Verbicaro, 2022, p. 10).

No entanto, o marketing, a publicidade e a propaganda tem de ter seu regramento, e não pode ser possibilitado que os fornecedores se utilizem do assédio e da pressão para fazer com que consumidores contratem, conforme se verifica na legislação consumerista brasileira vigente já há diversas limitações, que são estabelecidas tendo em vista que, esta oferta publicitária, marketing, “se tornou uma poderosa ferramenta do controle racional do consumidor, pois com a evolução da sociedade capitalista, bem como da ciência, cria-se espaço para a globalização em massa.” (Nunes, 2018 apud De Castro, 2022, p. 6).

Deve-se, contudo, compreender que a legislação não impõe limites desnecessários, mas “não permite é que qualquer estratégia de venda a ser utilizada tenha o condão de violar a reflexão contratual e o acesso a informações adequadas sobre os produtos e serviços disponibilizados no mercado.” (Chaves; Verbicaro, 2022, p. 10).

Além disso, “muitos consumidores acabam confundindo o que é a necessidade e o desejo diante do estímulo que o marketing incute nos consumidores em determinados produtos ou serviços. Ocorre que a necessidade nada mais é do que determinadas condições indispensáveis para a sobrevivência do cidadão, e o desejo acaba sendo algo que pode ser

dispensável, no qual o indivíduo consegue viver sem (Nunes, 2018 apud De Castro, 2022, p. 6).

Quanto ao assédio e a pressão do mercado podem ser exemplificadas nos termos de Carlos Gustavo Chada Alves, com:

Ações dos chamados “pastinhas” nas portas das agências do INSS, que abordam segurados idosos com o fito de lhes convencer à aquisição de créditos ofertados por instituições financeiras; spans endereçados a consumidores sem a sua prévia autorização; telefonemas insistentes aos consumidores, sem prévia autorização e em horários voltados ao descanso, com o fito de convencer-lhes a aquisição de determinado serviço etc. (Chaves; Verbicaro, 2022, p. 11).

As vedações a este assédio e pressão do mercado de crédito, estão presente no inciso IV, supramencionado, são atitudes nomeadas como “assédio ao consumo” ou “assédio de consumo”, nada mais são que um “instrumento de violação à liberdade contratual, e muito comum no Brasil,” trata-se de uma “violação ao direito de liberdade contratual do consumidor”. Pode-se caracterizar o chamado assédio de consumo “pela insistência, física ou moral, por qualquer meio, inconveniente, persistente e duradoura à aquisição de determinado bem ou serviço no mercado de consumo.” (Chaves; Verbicaro, 2022, p. 10).

#### 5.2.4 Previsão de condutas prévias à contratação de crédito e as vedações a condutas de fornecedores de crédito

A previsão de condutas prévias à contratação de crédito e as vedações a condutas de fornecedores de crédito, têm íntima ligação com o dever de informação e o direito à informação, referidas previsões encontram-se presentes nos artigos 54-D e artigo 54-G.

Pontua-se em especial, no artigo 54-D o seu inciso I, que assevera que o fornecedor deve considerar a idade do consumidor ao realizar a oferta do crédito, considerando ainda a natureza e modalidade do crédito que irá fornecer, também é de se pontuar seu inciso II, onde estipula a avaliação prévia do fornecedor, as condições de crédito do consumidor, e, em conformidade com o direito à informação, entregar cópia do contrato de crédito, conforme o inciso III. De grande importância ainda, o parágrafo único que estabelece sanção aos deveres previstos no artigo, bem como no artigo 54-C, já mencionado, estabelecendo que:

Parágrafo único. O descumprimento de qualquer dos deveres previstos no caput deste artigo e nos arts. 52 e 54-C deste Código poderá acarretar judicialmente a redução dos juros, dos encargos ou de qualquer acréscimo ao principal e a dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original, conforme a gravidade da conduta do fornecedor e as possibilidades financeiras do consumidor, sem prejuízo de outras sanções e de indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ao consumidor.

No artigo 54-G há a previsão de vedações específicas a condutas de fornecedores de produtos ou serviços que envolvam crédito:

Art. 54-G. Sem prejuízo do disposto no art. 39 deste Código e na legislação aplicável à matéria, é vedado ao fornecedor de produto ou serviço que envolva crédito, entre outras condutas:

I - realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compra realizada com cartão de crédito ou similar, enquanto não for adequadamente solucionada a controvérsia, desde que o consumidor haja notificado a administradora do cartão com antecedência de pelo menos 10 (dez) dias contados da data de vencimento da fatura, vedada a



manutenção do valor na fatura seguinte e assegurado ao consumidor o direito de deduzir do total da fatura o valor em disputa e efetuar o pagamento da parte não contestada, podendo o emissor lançar como crédito em confiança o valor idêntico ao da transação contestada que tenha sido cobrada, enquanto não encerrada a apuração da contestação;

II - recusar ou não entregar ao consumidor, ao garante e aos outros coobrigados cópia da minuta do contrato principal de consumo ou do contrato de crédito, em papel ou outro suporte duradouro, disponível e acessível, e, após a conclusão, cópia do contrato;

III - impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou similar, que o consumidor peça e obtenha, quando aplicável, a anulação ou o imediato bloqueio do pagamento, ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos. (Brasil, 2021).

### 5.2.5. Instrumentos apontados pela Lei de Superendividamento

No cerne da alteração legislativa promovida pela Lei do Superendividamento no Código de Defesa do Consumidor, é de se pontuar dois instrumentos trazidos pela lei, que pode ser chamados de “sistema bifásico”, para o tratamento do superendividamento.

Os instrumentos tratam-se do procedimento de repactuação de dívidas, do artigo 104-A, com influência ainda no artigo 104-C, que se pode conceituar como a fase conciliatória, e o processo por superendividamento do artigo 104-B, que se trata da fase judicial, que só ocorre frente aos credores que não integrarem ao plano da fase conciliatória, referida fase, por conseguinte, só ocorrerá após a fase conciliatória.

Quanto a fase conciliatória do artigo 104-A, caput, foi estipulada a instauração do processo de repactuação de dívidas, pré-judicial, pelo juiz a requerimento do consumidor, onde haverá uma audiência conciliatória, em que estarão presentes todos os credores, nesta audiência o consumidor apresentará uma proposta de plano de pagamento com prazo máximo de 5 (cinco) anos. Referido plano de pagamento nos termos do parágrafo 4º, conterá:

I - medidas de dilação dos prazos de pagamento e de redução dos encargos da dívida ou da remuneração do fornecedor, entre outras destinadas a facilitar o pagamento da dívida;

II - referência à suspensão ou à extinção das ações judiciais em curso;

III - data a partir da qual será providenciada a exclusão do consumidor de bancos de dados e de cadastros de inadimplentes;

IV - condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento de sua situação de superendividamento. (Brasil, 2021)

Excluem-se nos termos do parágrafo 1º, as dívidas “oriundas de contratos celebrados dolosamente sem o propósito de realizar pagamento, bem como as dívidas provenientes de contratos de crédito com garantia real, de financiamentos imobiliários e de crédito rural”. Importante ainda destacar que o referido pedido presente no caput não importa em declaração de insolvência civil e poderá ser repetido após 2 (dois) anos, “contado da liquidação das obrigações previstas no plano de pagamento homologado, sem prejuízo de eventual repactuação”, isto conforme o parágrafo 5º.

Caso não haja o comparecimento de algum, nos ditames do parágrafo 2º: “acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos da mora” outra punição ao credor que faltar a audiência, é “a sujeição compulsória ao plano de pagamento da dívida

se o montante devido ao credor ausente for certo e conhecido pelo consumidor”. No entanto, caso haja a conciliação com qualquer dos credores, na forma do parágrafo 3º “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”.

No artigo 104-C foi estabelecido a competência concorrente e facultativa para referido procedimento aos órgãos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, como os PROCON’s, referida conciliação tem caráter administrativo, segue o parágrafo 2º de referido artigo que conceitua referido acordo estabelecido nestes órgãos:

§ 2º O acordo firmado perante os órgãos públicos de defesa do consumidor, em caso de superendividamento do consumidor pessoa natural, incluirá a data a partir da qual será providenciada a exclusão do consumidor de bancos de dados e de cadastros de inadimplentes, bem como o condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento de sua situação de superendividamento, especialmente a de contrair novas dívidas. (Brasil, 2021)

Conforme destaca a Cartilha sobre o Tratamento do Superendividamento do Consumidor do CNJ a finalidade comum desta fase conciliatória tanto em meio para-judicial, nos PROCON’s quanto na fase pré-judicial é de “tentar obter descontos e conseguir pagar a todos os credores, preservando o mínimo existencial”. (CNJ, 2022, p. 26).

Porém há diferenças que são importantes de serem destacadas, como no caso do procedimento for realizado em meio judicial ele será um título executivo judicial com força de coisa julgada, caso for realizado em meio administrativo ele só receberá estes atributos em caso de sua homologação no poder judiciário nos CEJUSC’s ou no foro competente. (CNJ, 2022, p. 26).

Quanto a fase judicial, que tem duas subfases a primeira de revisão e de integração e a segunda do plano compulsório, do artigo 104-B, conforme a Cartilha sobre o Tratamento do Superendividamento do Consumidor do CNJ explica através de seu fluxograma ocorrerá da seguinte forma:

- 1 FASE CONCILIATÓRIA (Art. 104-A ou 104-C CDC)
- 2 PETIÇÃO INICIAL (Réus: Credores que não integraram plano consensual (Art. 104-B)
- 3 DECISÃO RECEBIMENTO INICIAL ou suspensão e remessa à conciliação
- 4 CONTESTAÇÃO dos credores remanescentes
- 5 RÉPLICA
- 6 DESPACHO SANEADOR análises preliminares e nomeação administradora
- 7 QUESITOS pelo juízo e pelas partes
- 8 PARECER DO ADMINISTRADOR
- 9 INTIMAÇÃO DAS PARTES
- 10 SENTENÇA: REVISÃO E INTEGRAÇÃO DOS CONTRATOS PLANO COMPULSÓRIO DAS DÍVIDAS REMANESCENTES. (CNJ, 2022, p. 30).

A fase judicial assim correrá com instauração do processo de superendividamento pelo juiz, a pedido do consumidor, quando não há êxito na conciliação em relação a qualquer dos credores, visando “a revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes mediante plano judicial compulsório e procederá à citação de todos os credores cujos créditos não tenham integrado o acordo porventura celebrado”. (Brasil, 2021)

Além disso, o prazo dado aos credores é de 15 (quinze) dias, após citados nos termos do parágrafo 2º, onde juntarão documentos e as razões da negativa de aceder ao plano voluntário ou de renegociar. Outras disposições importantes é a nomeação de administrador pelo juiz que apresentará no prazo de 30 (trinta) dias plano de pagamento conforme o parágrafo 3º, no que concerne ao plano judicial compulsório este seguirá os ditames do parágrafo 4º:

§ 4º O plano judicial compulsório assegurará aos credores, no mínimo, o valor do principal devido, corrigido monetariamente por índices oficiais de preço, e preverá a liquidação total da dívida, após a quitação do plano de pagamento consensual previsto no art. 104-A deste Código, em, no máximo, 5 (cinco) anos, sendo que a primeira parcela será devida no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, contado de sua homologação judicial, e o restante do saldo será devido em parcelas mensais iguais e sucessivas. (Brasil, 2021)

Outro ponto estabelecido em referida Cartilha do CNJ é que este procedimento é “hábil a propiciar a reinclusão do consumidor na sociedade de consumo. A partir disso, depreende-se a relevância concedida pela legislação à boa-fé, lealdade, necessidade de preservação do mínimo existencial, fomento e incentivo à conciliação e à cooperação, com vistas ao restabelecimento da saúde financeira do consumidor”. (CNJ, 2022, p. 28).

Percebe-se em conclusão, aos aspectos trazidos pela legislação em comento, que agora, pelo menos, é possível aos superendividados alguma chance de buscarem a solução de problemas anteriormente insanáveis; melhorias a referida legislação, bem como a formulação de novos instrumentos é algo de naturalmente importante e que a prática e o decorrer do tempo demonstrará sua necessidade.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho visou fazer apontamentos e aprofundamentos necessários a compreensão do fenômeno do superendividamento dos hipervulneráveis em face da atuação do mercado de crédito, objetivando constatar que as atitudes abusivas e danosas das instituições financeiras, estão relacionadas ao fenômeno do superendividamento, e devem por este e outros motivos apontados serem coibidas, bem como se perscrutou sobre a proteção ao superendividamento, destacando a Lei de Superendividamento onde se verificou suas diversas disposições e seus instrumentos.

Inicialmente, foram estabelecidos quais são os consumidores hipervulneráveis e seus subgrupos, conceituando-os, pontuando seus dilemas e suas problemáticas, do mesmo modo pautando os motivos da necessidade de sua maior proteção, do que em comparação aos consumidores em geral, com este patamar estabelecido, foi possível observar que no que concerne ao fenômeno do superendividamento, a maior vulnerabilidade deste grupo os sujeitam a diversas atitudes danosas por parte das instituições financeiras.

Em continuidade, abarcou-se a compreensão da dignidade humana e do mínimo existencial, e a relação destes conceitos com o superendividamento, foi trago a baila conceitos presentes na legislação vigente como no Código de Defesa do Consumidor, na Lei do Superendividamento, no Decreto 11.150/2022 e no Decreto 11.567/2023, bem como, de forma paralela, foi exposto as definições teóricas de diversos autores a respeito destes elementos, o que se possibilita aperceber uma distinção, visto que a lei passou a tratar o mínimo existencial como a renda mensal equivalente a R\$600,00 enquanto a doutrina traz

elementos que vão além de uma mera estipulação numerária, demonstrando que referido conceito também aborda a qualidade de vida.

Foi constatada a presença constante e a ampliação do crédito de consumo, especialmente na sociedade moderna, e de como o uso do crédito passou, da busca por bens materiais, muitas vezes banais, para que a tomada de crédito seja realizada para pagar débitos correntes. Ademais, esclareceu-se algumas das práticas do mercado de crédito que causam diversos prejuízos aos consumidores, como o crédito irresponsável e de que o Princípio do Crédito Responsável estaria à disposição para resolver tal problemática.

Lado outro, também foram realizados esclarecimentos sobre a proteção da legislação aos consumidores, onde se verificou a farta legislação em prol da defesa dos consumidores, em especial dos hipervulneráveis, e, da mesma maneira pode-se verificar a necessidade da intervenção legal ao superendividamento.

A posteriori, tratou-se dos consumidores que deveriam ser abrangidos pela proteção legal ao superendividamento e aqueles cujas dívidas não poderiam ser abarcadas e os motivos que levam a tal exclusão.

De igual modo, foi examinado o tratamento ao superendividamento, com enfoque ao limite da atuação das instituições financeiras, e sobre os termos tratados pela Lei de Superendividamento, e diversos conceitos novos nela delineados, como o crédito responsável, a estipulação do dever de informação, e também as suas vedações e previsões.

Por fim, foram pontuados os dois instrumentos trazidos pela Lei de Superendividamento e suas funcionalidades, e o seu desenrolar que consubstancia um sistema duplo, composto pela fase conciliatória e pela fase judicial.

Assim se chega a conclusão de que este trabalho conseguiu aferir que a atuação do mercado de crédito causa diversos danos aos consumidores, sobretudo aos hipervulneráveis, também possibilitando o seu superendividamento, e que é de suma importância a existência da Lei de Superendividamento, visto que ela conseguiu abarcar tanto os fornecedores, em especial a atuação mercado de crédito, com suas estipulações, restrições e deveres, quanto trouxe instrumentos capazes de propiciarem aos consumidores, a possibilidade da mitigação e diminuição do superendividamento, referida alteração concretizou aspectos anteriormente presentes apenas na doutrina. Ainda assim, é de se pontuar que para sanar a problemática é necessário que haja punições mais severas as instituições financeiras e que os instrumentos fornecidos pela referida legislação sejam de conhecimento amplo, de fácil acesso e que haja trâmite célere e com a devida importância no âmbito do Poder Judiciário, desta maneira, será possível o real enfrentamento do superendividamento.

**REFERÊNCIAS**

ALVES, Alexandre Eli; BARBOZA, Ricardo Augusto Bonotto; COSTA, Marcos Roberto. A LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO E A EFETIVIDADE DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS: POLÍTICA PÚBLICA DE FORTALECIMENTO DA CIDADANIA OU IMPLEMENTAÇÃO DA SUBCIDADANIA?. Revista Brasileira de Direito Empresarial, v. 9, n. 1, p. 20-42, 2023. Disponível em: <https://www.indexlaw.org/index.php/direitoempresarial/article/view/9498>. Acesso em: 03/09/2023.

AZEVEDO, Antonio Junqueira de. CARACTERIZAÇÃO JURÍDICA DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA. 2001. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.revistas.usp.br/rfdusp/article/download/67536/70146/88958&ved=2ahUKEwjN-MWjxqqGAxVgILkGHQegBM8QFnoECB0QAQ&usg=AOvVaw1WoewEEW6hj6LXW3XwGSxL>. Acesso em: 26/05/2024.

BENJAMIN, Antônio Herman V. Manual de direito do consumidor / Antônio Herman V. Benjamin, Claudia Lima Marques, Leonardo Roscoe Bessa. –7. Ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

BRASIL. TJSP. Apelação 0000111-14.2012.8.26.0438. 25ª Câmara de Direito Privado. Relator Desembargador Hugo Crepaldi, publicado em 23/02/2024. Disponível em: <https://esaj.tjsp.jus.br/cjsg/resultadoCompleta.do;jsessionid=38F6D82556E7A60C0B15CB87E5E315BF.cjsg3>. Acesso em 19/05/2024.

BRASIL. Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/legislacao/ca2digobrasdeautoregulanovo.pdf>. Acesso em 19/05/2024.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em 03/09/2023.

BRASIL. Lei 14.181/2021. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2021/lei/114181.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/114181.htm). Acesso em 03/09/2023.

BRASIL. Lei 8.078/1990. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em 03/09/2023.

BRASIL. Decreto 11.150/2022. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2022/decreto/D11150.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/decreto/D11150.htm). Acesso em 09/09/2023.

BRASIL. Decreto 11.567/2023. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2023-2026/2023/decreto/D11567.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/D11567.htm). Acesso em 09/09/2023.

BRASIL. STJ. Recurso Especial 586.316/MG – Min. Rel. Herman Benjamin – Disponível em: <https://www.stj.jus.br/sites/portalp/Inicio>. Acesso em 19/05/2024.

BRASIL. Resolução nº 163 de março de 2014 do CONANDA. Disponível em: [https://www.gov.br/mdh/pt-br/acao-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-conanda/resolucoes/resolucao-163-\\_publicidade-infantil.pdf](https://www.gov.br/mdh/pt-br/acao-a-informacao/participacao-social/conselho-nacional-dos-direitos-da-crianca-e-do-adolescente-conanda/resolucoes/resolucao-163-_publicidade-infantil.pdf). Acesso em 19/05/2024.

CARBONESI, Gabriely Silva. APLICAÇÃO DA LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO: A ONEROSIDADE DAS RELAÇÕES DE CONSUMO DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO PARA O CONSUMIDOR IDOSO. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso, (Bacharelado em Direito). Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/5beb33ab-cf7d-4501-88ea-f6f4ce0e8185>. Acesso em: 04/09/2023.

CARQUI, Vagner Bruno Caparelli. Princípio do crédito responsável: evitabilidade do superendividamento e promoção da pessoa humana na sociedade de consumo. 2016. 220 f. Dissertação (Mestrado em Direito Público) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2016. DOI <http://doi.org/10.14393/ufu.di.2016.169>. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/18854>. Acesso em: 04/09/2023.

CHAVES, Carlos Gustavo Chada; VERBICARO, Dennis. A cidadania ativa como instrumento de proteção ao assédio de consumo sofrido pelo idoso. Revista Eletrônica Direito e Sociedade-REDES, v. 10, n. 3, p. 45-65, 2022. Disponível em: <https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/redes/article/view/7040>. Acesso em: 04/09/2023.

CNJ. CARTILHA SOBRE O TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR – CNJ. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2022/08/cartilha-superendividamento.pdf>. Acesso em: 20/08/2023.

DARME, Laura Fávero. A EDUCAÇÃO FINANCEIRA DOS SUPERENDIVIDADOS: UMA ANÁLISE SOBRE A EFETIVIDADE DA LEI. Repositório Universitário da Ânima (RUNA). 2022. Disponível em: <http://repositorio.unifafibe.com.br:8080/xmlui/handle/123456789/639>. Acesso em 03/09/2023.

DE CASTRO, Evaldo José Zacharias; A EXCESSIVA OFERTA DE CRÉDITO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E A EFETIVIDADE DA LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO. Conexão Acadêmica, Vol. 13, dezembro 2022. Disponível em: [https://unignet.com.br/wp-content/uploads/CA\\_251-A-EXCESSIVA-OFERTA-DE-CREDITO-NAS-RELAcoes-DE-CONSUMO-E-A-EFETIVIDADE-DA-LEI-DO-SUPERENDIVIDAMENTO-Eval.pdf](https://unignet.com.br/wp-content/uploads/CA_251-A-EXCESSIVA-OFERTA-DE-CREDITO-NAS-RELAcoes-DE-CONSUMO-E-A-EFETIVIDADE-DA-LEI-DO-SUPERENDIVIDAMENTO-Eval.pdf). Acesso em: 04/09/2023.

DEZORZI, Scott Rocco. O SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES DE CRÉDITO E AS CONTRIBUIÇÕES DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso, (Bacharelado em Direito). Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/248646>. Acesso em: 04/09/2023.

DOS ANJOS, Halef Rafael Leonardo; SANTOS, Dartagnan Plínio Souza. A HIPERVULNERABILIDADE DO IDOSO NO MERCADO DE CONSUMO E OS RISCOS DA RESERVA DE MARGEM CONSIGNÁVEL (RMC). Revista Ibero- Americana de

Humanidades, Ciências e Educação, v. 9, n. 5, p. 1941-1956, 2023. Disponível em: <https://www.periodicorease.pro.br/rease/article/view/9941>. Acesso em: 03/09/2023.

ECHTERHOLF, Gisele. DIREITOS HUMANOS E RELAÇÕES ÉTNICO-RACIAIS /. - 1. ed. - Curitiba (PR): IESDE Brasil, 2018.

JÚNIOR, José Cretella. CURSO DE DIREITO ROMANO. 4ª Ed. Forense Rio. 1970.

LALUCCI, Rafael Cesar Bozolan. O superendividamento do consumidor e a concessão do crédito responsável: uma análise da Lei n.º 14.181/2021. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2022.. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/handle/handle/32795>. Acesso em: 04/09/2023.

LAMACHIA, Claudio; Miranda, Marié; Marques, Cláudia Lima. Estudos de direito do consumidor. Brasília: OAB, Conselho Federal, 2018. v, 610 p.

LIMA, Ana Flávia Mori. SUPERENDIVIDAMENTO PASSIVO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO COMO HIPÓTESE DE REVISÃO JUDICIAL DOS CONTRATOS DE CRÉDITO. 2009. 124 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, GOIÂNIA, 2009. Disponível em: <https://tede2.pucgoias.edu.br/handle/tede/2769>. Acesso em: 04/09/2023.

MIRANDA, Marié; MARQUES, Cláudia Lima; BERGSTEIN, Laís; ATHENIENSE, Luciana. OAB. Estudos de Direito do Consumidor. Brasília: OAB Editora, 2021. v. 2, xv, 252 p.

NASCIMENTO, Ernesto de Lucas Sousa et al. EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS FRAUDULENTOS: UMA ANÁLISE SOB O VIÉS DA HIPERVULNERABILIDADE DO IDOSO ANALFABETO. RECIMA21-Revista Científica Multidisciplinar-ISSN 2675-6218, v. 3, n. 5, p. e351475-e351475, 2022. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/1475>. Acesso em: 03/09/2023.

NERILO, Lucíola Fabrete Lopes. As fraudes e abusividades contra o consumidor idoso nos empréstimos consignados e as medidas de proteção que devem ser adotadas para coibi-las. Revista de Direito do Consumidor, p. 397-421, 2017. Disponível em: <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/1359>. Acesso em: 03/09/2023.

SALAZAR, Cláudia Cristina Moreira. Crédito Responsável e Dever de Avaliação da Solvabilidade do Consumidor. 2012. Tese de Doutorado. Universidade Católica Portuguesa (Portugal). Disponível em: <https://www.proquest.com/openview/b137cc80f11d5c2c1810d58685913f08/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 03/09/2023.

SAMPAIO, Marília de Ávila e Silva. SUPERENDIVIDAMENTO E CONSUMO RESPONSÁVEL DE CRÉDITO, TJDF, 2018. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/escola/e-books/superendividamento-e-consumo-responsavel-de-credito>. Acesso em: 22/05/2023.

SILVA, Bruna Rosito da. A PROTEÇÃO JURÍDICA DOS CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS NO BRASIL NO QUE SE REFERE À PUBLICIDADE E AO SUPERENDIVIDAMENTO. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso, (Bacharelado em Direito). Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/6305>. Acesso em: 04/09/2023.

SILVA, Luiz Vicente da Cruz e. A boa-fé objetiva na fase pré-contratual como instrumento de prevenção ao superendividamento do consumidor. 2010. 141 f. Dissertação (Mestrado em Direito Civil Constitucional; Direito da Cidade; Direito Internacional e Integração Econômica; Direi) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/handle/1/9869>. Acesso em: 04/09/2023.

SILVA, Romário Queiroz da Silva e; RODRIGUES, Carlos Júnior Amaral; REGO, Igor Jean. SUPERENDIVIDAMENTO E SEUS EFEITOS SOCIAIS: PREVENÇÃO E TRATAMENTO A PARTIR DAS ALTERAÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . Revista Ibero- Americana de Humanidades, Ciências e Educação, v. 9, n. 5, p. 645-667, 2023. Disponível em: <https://www.periodicorease.pro.br/rease/article/view/9798>. Acesso em: 03/09/2023.

SOUZA, Tânia Geralda Lucas de. O desrespeito ao mínimo existencial do consumidor superendividado pelo Decreto n. 11.150/2022: uma análise à luz dos princípios fundamentais e da força normativa da constituição. 95 f. Dissertação (Mestrado em Direito Econômico e Desenvolvimento). Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, Brasília, 2023. Disponível em: <https://repositorio.idp.edu.br/handle/123456789/4641>. Acesso em: 04/09/2023.

STEFFENS, Bárbara Michele Kunde. A HIPERVULNERABILIDADE DO IDOSO NO SUPERENDIVIDAMENTO: AS INTERSECÇÕES JURÍDICAS ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO A DETERMINAR POLÍTICAS PÚBLICAS SOB O VIÉS DA SOLIDARIEDADE NA FASE PRÉ-CONTRATUAL. 2022. Tese (Doutorado em Direito). Disponível em: <https://repositorio.unisc.br/jspui/handle/11624/3334>. Acesso em: 04/09/2023.

TERRA, Renata de Alcântara e Silva; FERREIRA, Eduardo Adolfo. Superendividamento e Crédito Responsável: Da Inobservância dos Deveres de Compliance Bancário e a Promulgação da Lei N° 14.181/2021. Revista FAPAD-Revista da Faculdade Pan-Americana de Administração e Direito, v. 2, n. 1, p. e071-e071, 2022. Disponível em: <https://periodicosfapad.emnuvens.com.br/gtp/article/view/71>. Acesso em 03/09/2023.