

SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES

***GEOVANE RODRIGUES DE ALMEIDA**

Pós Graduado em Direito Civil, em Direito Processual Civil e em Direito do Trabalho. Mestre em direito pela Universidade Gama Filho do Rio de Janeiro.
Professor da Faculdade de Direito de Ipatinga – FADIPA.

****CARLOS ROBERTO DE FARIA**

Graduado em Direito pela Faculdade de Direito do Vale do Rio Doce.
Atualmente é professor da FACULDADE DE DIREITO DE IPATINGA e juiz de direito - Tribunal de Justiça.
Tem experiência na área de Direito, com ênfase em Direito. Atualmente é professor titular da Disciplina de Prática Forense da Faculdade de Direito de Ipatinga (FADIPA).

*****Ramon Zeferino Rocha**

Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Ipatinga

RESUMO

O superendividamento é um fenômeno cada vez mais comum na sociedade atual. Os consumidores tem buscado o desejado crédito facilitado para se endividarem. A escaldante propaganda e publicidade fazem obcecar o ego e o bom senso dos consumidores que se afundam cada vez mais em dívidas, prestações, financiamentos e outros meios de consumo. Grande parte dos endividados não sabem como o déficit aconteceu, só se lembram de estarem felizes por conseguirem o crédito e/ou produto almejado sem saber dos riscos do superendividamento e das informações e precauções necessárias para evitar tal lástima. Esclarecimentos valiosos que poderia evitar problemas familiares se os fornecedores mantivessem suas obrigações enraizadas no princípio da boa-fé. De extrema importância pode-se observar, as obrigações de honestidade, lealdade e probidade perseverante ao princípio da boa-fé, colocados por regra, aos fornecedores e consumidores, plasmados na jurisprudência e da análise doutrinária. Esclarecemos que o apontamento desse trabalho exprime em enunciar uma pessoa (física ou jurídica) como destinatária final de um produto ou serviço a fim de emoldura-la como consumidor. Salientamos esclarecer o caráter bilateral, obrigando ambas as partes a cumprirem a relação consumerista. Depreende-se daí, que o legislador deu um caráter protetivo ao consumidor através de uma política de relação de consumo, ou seja, na forma de um projeto que valoriza a equidade, a transparência, e principalmente a harmonia dos componentes. Para se destacar e ganhar prestígio no mercado, o fornecedor precisa estar em conformidade com os parâmetros traçados pelo legislador para a política nacional das relações de consumo, atuando sempre dentro dos ditames da lei e da boa-fé. Ostentamos difundir a importância do consumidor em correr atrás dos seus compromissos e honrar suas obrigações, utilizando o Código de Defesa do Consumidor, como uma ferramenta essencial para pleitear seus objetivos, sua dignidade e valores materiais e morais. Problemas graves ao orçamento do consumidor coloca em evidência o sustento familiar. Assim, observamos que nem sempre, o endividamento se dá por ato voluntário do consumidor. Nessa perspectiva apresentamos o presente trabalho com a certeza de contribuir, para todos os consumidores, ideias que possam facilitar e incentivar os cidadãos na busca dos seus direitos.

Palavras-chave: Consumidor, Superendividamento, crédito, devedor, código de defesa do consumidor.

1 INTRODUÇÃO

Em nosso ordenamento jurídico entre os temas que geram constantes debates e mais se destacam na atualidade está o superendividamento do consumidor, fenômeno cada vez mais comum na atualidade.

A busca pelo crédito facilitado tem feito o consumidor se endividar. A explosão da propaganda chamativa, frenética, aguçam a vontade e os desejos mais torpes do consumidor. Tem como controlar? O Código de Defesa do Consumidor veio para ajudar?

As instituições financeiras são criteriosas na avaliação dos contraentes? Quais os tipos de informação são fornecidos na hora da aquisição? Problemas graves ao orçamento do consumidor coloca em evidência o sustento familiar. Nem sempre, o endividamento se dá por ato voluntário do consumidor.

O objetivo do exposto é mostrar soluções cabíveis na esfera da relação consumerista, veremos consumidor entrar no contrato desinformado e iludido da ideia de obter uma vantagem financeira.

Mesclar a razão com princípio da boa-fé para nortear a relação consumerista. Atender ambas as partes sem prejudicar ninguém, principalmente o consumidor, que é o mais vulnerável na relação.

É notória a intervenção do Estado nas relações de consumo com o intuito de atender as necessidades do consumidor. Os abusos são, na maior parte, feitas pelo fornecedor, que omite informações primordiais no ato da contratação.

A legislação deixa bem clara essa intenção quando apresenta no Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 4º, a criação da Política Nacional das Relações de Consumo, com base no princípio da boa fé, a harmonia entre as partes.

2 SUPERENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES

O superendividamento é um fenômeno cada vez mais comum na sociedade atual. Os consumidores tem buscado o desejado crédito facilitado para se endividarem.

Diante das inúmeras atrações publicitárias que trazem de forma cada vez mais intensa propagandas criativas e demasiadamente atrativas, o ser humano sente uma vontade muito forte de consumir. O desejo de ter, de tomar para si o produto ora anunciado faz com que o consumidor adquira dívida sem planejamento, sem medir a receita com a despesa, sem equilibrar seu orçamento.

Assim sendo, sem perceber, o consumidor enquadra-se em um ciclo vicioso, onde se aumenta o consumo e juntamente, aumenta-se a dívida.

Aliado ao exagero publicitário, temos a facilitação de créditos pelas instituições financeiras que auxiliam o consumidor no agravamento das dívidas.

Os empréstimos facilitados, os financiamentos e os parcelamentos no ato da compra, traduzem a apropriação total de um produto por uma parcela de seu verdadeiro preço.

Nesse sentido, temos:

A virtude do crédito (como da publicidade) é, com efeito, o desdobramento da compra e das suas determinações objetivas. Comprar a crédito equivale à apropriação total de um objeto por uma fração do seu valor real. Um investimento mínimo para um lucro grandioso. As prestações se esfumam no futuro, o objeto é como que adquirido ao preço de um gesto simbólico. [...] E aquilo que o comprador consome assume no crédito ao mesmo tempo que o objeto antecipado é o mito da funcionalidade mágica de uma sociedade capaz de lhe oferecer tais possibilidades de realização imediata. Certamente será confrontado muito depressa com a realidade sócio-econômica, assim como o mitômato mais dia menos dia se defrontará com papel que antecipou. Desmascarado, o mitômato entra em falência ou se desembaraça contando uma outra estória. O comprador a crédito também tropeçará sobre os vencimentos e há fortes possibilidades de que procure consolo psicológico coma compra de outro objeto a crédito [...]. O sistema do crédito coloca aqui um máximo de irresponsabilidade do homem frente a

si mesmo: aquele que compra aliena aquele que paga, trata-se do mesmo homem mas o sistema, pelo seu desnível no tempo, faz com que não se tenha consciência disso. (Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

Logo, a facilitação das compras, leva o consumidor a acreditar que as parcelas irrisórias da mercadoria adquirida, não irão ter consequências consideráveis ao fim do mês, desencadeando o endividamento já que a compra foi efetivada sem o prévio estudo financeiro.

Segundo Lins (2008 apud KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR, 2012, p. 112) diz que:

[...] surge o fenômeno do superendividamento como fato social grave, atual e abrangente. Superendividado é aquele que, em razão das dívidas contraídas para consumo próprio ou de sua família, viu comprometida sua sobrevivência com dignidade. Em outras palavras, o consumidor leigo e de boa fé é incapaz de pagar suas dívidas, considerando o montante do débito em relação a sua renda e patrimônio pessoais. (Lins 2008, p. 52 apud KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR, Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

Outrossim, resta claro que, o superendividamento é um fenômeno social e financeiro grave, que compromete efetivamente a vida social e financeira do endividado.

FILOMENO disserta que:

O acesso indiscriminado e superestimado aos bens de consumo de modo geral, além de serviços, alimentados pelo comércio globalizado e incentivos publicitários, sobretudo a concessão do dinheiro de plástico – cartões de crédito – e cheques especiais, tem levado a uma situação de desespero os consumidores mais açodados e consumistas. (FILOMENO, 2010 p. 113).

Problemas graves ao orçamento do consumidor coloca em evidência o sustento familiar.

2.1 Espécies de Superendividamento

Superendividamento ativo: ocorre o superendividamento ativo, quando o consumidor, em detrimento de sua própria vontade contrata de forma abusiva os serviços de concessão de créditos, estourando os limites de seu orçamento mensal.

Superendividamento passivo: dá-se o superendividamento passivo, por motivos alheios a vontade do consumidor, como o desemprego, problemas de saúde, divórcio e outros; por esses motivos, consumidor determina sua inadimplência anormal.

Assim, observamos que nem sempre, o endividamento se dá por ato voluntário do consumidor.

Para que o consumidor pessoa física possa ser considerado superendividado é preciso que ele esteja enfrentando uma situação de inadimplência anormal, que o impossibilite permanentemente de quitar todas as suas dívidas de consumo, inclusive aquelas que apenas se tornarão exigíveis no futuro.

2.2 A Evolução de Dívidas das Pessoas Físicas

Atualmente existem várias formas de concessão de crédito, citaremos a seguir, as mais usuais:

Cheque especial: de forma sucinta, definimos o cheque especial como um contrato que é firmado entre um banco e um consumidor, com o objetivo de disponibilizar ao mesmo crédito de um determinado valor, devidamente vinculado a sua conta bancária que, caso seja utilizado deverá ser devolvido acrescido de juros e outros encargos.

Para termos um significado exemplificado, basta verificar o extrato de um contraente e observar a diferença entre o saldo em conta corrente e o crédito disponível no cheque especial.

Veja um exemplo: O Senhor Fulano possui uma conta corrente com cheque especial. Ao verificar seu extrato, observou as seguintes informações: Conta Corrente: R\$ 810,00 Limite de cheque especial: R\$ 1.000,00 SALDO TOTAL: R\$ 1.810,00 Como se pode ver, o Senhor Fulano possui um saldo positivo de R\$ 810,00, mas o banco disponibiliza automaticamente para o Senhor Fulano, caso seja necessário, o valor de R\$ 1.000,00 como limite de cheque especial.

Muito cuidado! Há bancos, como no exemplo acima, que somam o saldo da

conta corrente com o valor disponível para o cheque especial como se fosse uma coisa só. O consumidor tem a falsa impressão de que esta soma compõe seu saldo real. (http://www.endividado.com.br/faq_det.php?id=6)

Temos um significado exemplificado nesse exemplo, basta verificar o extrato de um contraente e observar a diferença entre o saldo em conta corrente e o crédito disponível no cheque especial.

Cartão de crédito: trata-se de um cartão magnético utilizado para adquirir um bem ou contratar um serviço. O proprietário recebe uma fatura mensalmente com o valor total, mínimo ou intermediário conforme sua escolha com os devidos juros e correções cabíveis, podendo o restante ser pago posteriormente no mês seguinte.

O banco emissor define um limite de compras para o cartão de crédito. Existe um limite a ser respeitado até esgotar o crédito. O pagamento da fatura libera o limite para ser usado novamente.

Crédito Direto ao Consumidor: os Bancos e as financeiras concedem financiamentos para aquisição de bens ou serviços às pessoas físicas ou jurídicas, com parcelas mensais, iguais e sucessivas a serem quitadas. Apesar dos juros e IOF a serem cobradas, as taxas são sugestivas e diferenciadas no mercado. Sua aquisição é simples e rápida, indicados para a obtenção de veículos leves e pesados, máquinas e equipamentos médicos e odontológicos, equipamentos de informática, serviços diversos, entre outros. Com prazos que variam de 1 a 48 meses, o CDC é uma boa opção para concretizar seu projeto de vida.

Caderneta de Poupança: é um investimento de renda fixa com rendimento mensal do dinheiro depositado. É um tipo de investimento comum que permite ao investidor empregar uma quantia em dinheiro em uma conta bancária que acumula juros e correção monetária, apresentando liquidez a cada 30 dias. Atualmente, o investimento apresenta uma taxa de juros de 0,5% ao mês mais a

TR (Taxa Referencial), que varia mensalmente. A caderneta de poupança é isento de imposto de renda e é o único garantido pelo Governo Federal.

O gráfico mostra a evolução de dívidas das pessoas físicas referentes à caderneta de poupança, cheque especial, cartão de crédito e crédito direto ao consumidor.

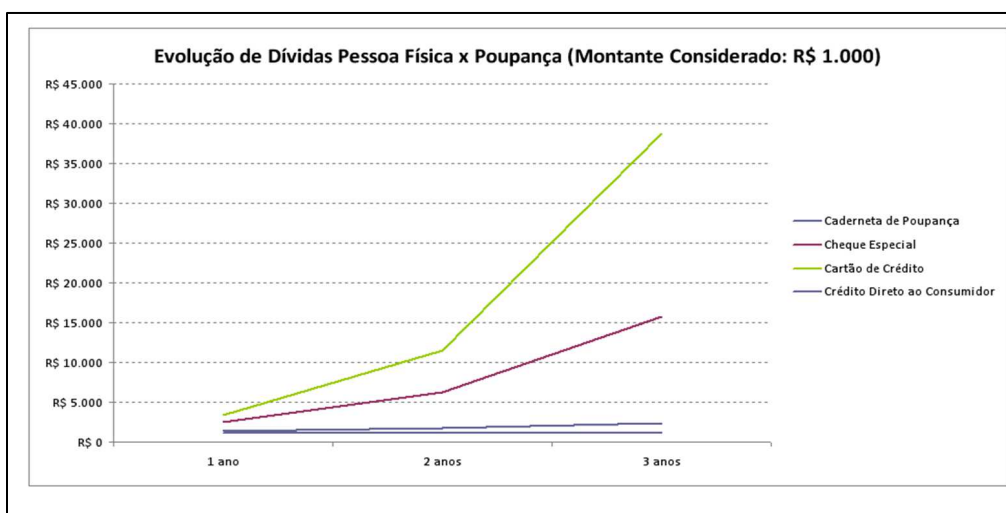
Nota-se que as maiores dívidas estão diretamente ligadas ao cartão de crédito e ao cheque especial, onde o consumidor tem mais facilidade para contrair o crédito e conseqüentemente uma posterior dívida infindável devido às elevadas taxas de juros e à falta de informação prestada.

* Todas as taxas são referentes a publicações de Maio/2011
 ** A taxa média da poupança foi calculada considerando as taxas mensais de 2011

Modalidade	a.m.	a.a.
Taxa Média da Caderneta de Poupança (Bacen)	0,59%	7,31%
Taxa Média do Cheque Especial (Anefac)	7,97%	150,98%
Taxa Média do Cartão de Crédito (Anefac)	10,69%	238,30%
Taxa Crédito Direto ao Consumidor(Anefac)	2,39%	32,77%

Montante Considerado	R\$ 1.000
----------------------	-----------

Modalidade	1 ano	2 anos	3 anos
Caderneta de Poupança	R\$ 1.073	R\$ 1.152	R\$ 1.236
Cheque Especial	R\$ 2.510	R\$ 6.299	R\$ 15.809
Cartão de Crédito	R\$ 3.383	R\$ 11.445	R\$ 38.717
Crédito Direto ao Consumidor	R\$ 1.328	R\$ 1.763	R\$ 2.340



<http://www.uniceub.br/pdf/MariaEugeniaSuperendividamento.pdf>

Ao contrário da caderneta de poupança e do crédito direto ao consumidor em que as taxas de juros são menores e o prejuízo pequeno ou pouco rendimento em relação ao à poupança.

KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR ainda ressaltam que:

É consumindo de maneira desregrada que o consumidor se afunda, cada vez mais, em seu completo endividamento. As reais intenções de uma sociedade de consumo é que o consumidor esteja a todo tempo consumindo. Não se pode gerar um conformismo em suas mentes em sempre aceitar o que já se tem. [...] a falsa percepção de que o montante de dinheiro decorrente do empréstimo é do contraente faz com que cada vez mais se busque os bens e serviços a que estaria disposto a adquirir caso aquele montante fosse realmente seu. Em grandes proporções, as instituições financeiras vão fornecendo os empréstimos aos consumidores, sem, efetivamente, averiguarem se ao final do contrato, ou mesmo no momento do pagamento das parcelas, os indivíduos terão condições de arcar com a dívida e com os juros decorrentes daquela operação financeira. Porém, aquilo que parecia ser a grande maravilha de todos os tempos traz uma constante dor de cabeça àqueles que se encontram inseridos na condição de endividados. [...] a satisfação de desejos momentâneos acaba gerando consequências drásticas futuramente, inclusive para a manutenção de sua própria subsistência e de sua família. Os consumidores se esquecem de que seu poder de compra não é tão elevado e que o empréstimo contraído não se trata de dinheiro do qual eles podem dispor de maneira incontrolável e indiscriminada. (Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

O contribuinte se vê iludido pelo poder de compra.

3. CONCESSÃO DE CRÉDITO DE MANEIRA DESAGREGADA.

A concessão de crédito por parte das instituições financeiras não segue nenhuma ordem ou critério de avaliação do contraente. Tão pouco é fornecido alguma informação com o intuito de prevenir um superendividamento. O consumidor entra no contrato desinformado e iludido da ideia de obter uma vantagem financeira. Não precisa de um motivo externo, um descontrolado ou fato atípico para se prejudicar. O próprio ato da contratação do crédito, por si só, já é suficiente para o sujeito comprometer o rendimento familiar. Maria Gabriela André relata o tema conforme citado por KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR:

Ocorre que, onde o crédito é fácil, o endividamento também será. Com efeito, a perspectiva de deslocar para o futuro o momento do pagamento e até fracioná-lo conduz ao consentimento precipitado, ao consumo irrefletido, desnecessário e muitas vezes incompatível com a capacidade econômica do consumidor. [...] As estatísticas da lucratividade de alguns bancos demonstram ser o crédito uma atividade altamente vantajosa. Entretanto, apesar de ser elemento de dinamização da produção capitalista e de aquecer a economia, traz consigo certos maléficos, os quais são perceptíveis no seio da sociedade de consumo, ao desencadear o superendividamento do consumidor. (Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

O tempo e a necessidade de novos consumos enfunilará o inocente desiludido.

Os próprios KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR extraem o cerne da questão:

constata-se que é desmedido o posicionamento das instituições financeiras ao concederem determinados empréstimos aos indivíduos. Apesar de saberem que seu potencial econômico não será possível para cobrir as dívidas decorrentes do empréstimo, o fazem objetivando o lucro ao final da dívida. Atuar dessa forma é se utilizar de artifícios consignados de total irresponsabilidade, sem haver qualquer preocupação com a dignidade dos contraentes. (Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

Não há como ignorar ou deixar em segundo plano os consumidores, que são sempre melindráveis em relação ao outro polo da relação jurídica, no que tange à proteção de seus direitos mínimos. (Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo; vol. 1, n. 1, mar 2011 p. 103-120)

Esse é um dos grandes fatores para que não haja preocupação com o endividamento do consumidor. KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR explica que o marketing leva ao superendividamento o cidadão, levando-o à falência. Não tendo condições de arcar com suas despesas básicas em consequência de empréstimos contraídos incontrolavelmente, o termo falência acaba sendo mais apropriado:

Mas esse marketing não se resume apenas à mídia impressa e televisiva. Nos órgãos da Administração Pública, esse tipo de oferecimento de crédito facilitado também é presente. As instituições financeiras buscam, por meio do correio eletrônico corporativo, difundir a facilidade que se tem em adquirir um empréstimo, com condições de pagamento que, a priori, seriam as melhores possíveis, mas que, na prática, não se mostram nos moldes mais adequados. (Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

Não há impedimentos legislativos às práticas adotadas pelas instituições financeiras. Não existem.

KROHLING, GOMES E MELO JUNIOR ainda citam Fernanda Moreira Cezar que é uma das críticas do fenômeno observado:

Nesse diapasão, aqueles que fornecem o crédito exercem uma atividade de suma importância, haja vista serem os detentores deste tão almejado bem da vida. Verifica-se uma relação em que, de um lado, estão os fornecedores com forte poderio econômico e, do outro, os consumidores, que com eles contratam, porque lhes é necessário e, vulneráveis que são, quase que compulsoriamente. Tal situação se agrava no Brasil, por conta das desigualdades sociais, as quais levam as classes menos favorecidas a se utilizarem crescentemente da concessão de crédito para o consumo. (Revista Síntese Direito Civil e Processual Civil; 2012 p. 103-121).

Todas essas consequências acabam surgindo pela falta de informação dos consumidores, por desconhecerem as reais condições em que o pacto está sendo firmado. O mundo de hoje é cada vez mais visual, rápido e de risco.

Desde 1º de julho de 2009 a Procuradoria Geral da Fazenda Nacional divulga pela internet, a relação das pessoas físicas e jurídicas que possuem débitos com a Fazenda Nacional inscritos em dívida ativa da união, com autorização da Portaria PGFN nº 642, de 1º de abril de 2009. O endereço eletrônico é (www.pgfn.gov.br).

FERREIRA nos mostra que:

Há que se dar um basta ao gritante abuso que vem sendo cometido pelo Fisco. Para isso, os contribuintes que se sentirem lesados devem adotar as medidas cabíveis, tendentes a cessar a exposição pública de caráter vexatório que a malfadada lista da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional representa. Defendam seus direitos. (Revista Jurídica Consulex, nº 303 ago./2009. 2012 p. 39).

A discriminação aqui contemplada, separando o bom do ruim, por uma lista maligna, deixa claro de como são instalados nossas diferenças com base no preconceito. Não se trata apenas da exposição pública e os evidentes transtornos vergonhosos que uma medida como esta reflete na vida das pessoas.

Nota-se claramente a ilegalidade e o abuso de poder na divulgação de nomes na lista de devedores com débitos inscritos em dívida ativa da união.

Em contra partida do exposto até aqui, temos uma nova perspectiva ao consumidor. As taxas de juros não podem ser abusivas e exceder exorbitantemente a média do mercado. Aqueles consumidores declarados hipossuficiente, sem condições financeiras de sustentarem-se, vítimas de um sistema financeiro devastador, fazer jus aos seus direitos, impondo as instituições financeiras a obediência ao sistema jurídico pátrio, valendo-se ainda, dos benefícios estampados na Lei 8078/90, denominada Código de Defesa do Consumidor,

4 INSTRUMENTOS JURÍDICOS NO EQUILÍBRIO DAS RELAÇÕES ENTRE CONSUMIDORES E FORNECEDORES.

Observa-se, indiscutivelmente, que a criação da lei 8078/90 foi um grande passo para a legislação brasileira. Sua eficácia devido à amplitude do corpo normativo e sua linguagem clara e objetiva protegem os interesses dos consumidores. A Constituição da República Federativa do Brasil é a Lei Fundamental do nosso país e todas as leis, códigos, medidas provisórias ou decretos devem refletir o que está estabelecido no documento promulgado em 1988. Seus preceitos fazem valer o Brasil como Estado Democrático destinado a garantir o exercício dos Direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como requisitos máximos fundada na harmonia social de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos.

A regra essencial nas relações de consumo é a utilização do princípio de boa-fé, norteando a conduta das partes nos acordos jurídicos de consumo. É notória a intervenção do Estado nas relações de consumo com o intuito de atender as necessidades do consumidor. O código de defesa do consumidor é recente no Brasil, o instrumento legal trouxe uma inovação das relações contratuais com novas formas de contrato. O consumidor passou a ter ferramentas capazes de protegê-lo na relação com o fornecedor de produtos e serviços. O CDC trouxe no segundo capítulo uma ligeira norma das políticas que o país deve adotar para que os direitos básicos dos consumidores venham a ser respeitados e protegidos.

BRANDÃO explica de forma sucinta a criação da política nacional das relações de consumo do Código de Defesa do Consumidor:

O Código de Defesa do Consumidor instituiu a política nacional das relações de consumo com o objetivo de disponibilizar ao consumidor instrumentos capazes de colocá-lo em condições de igualdade perante o fornecedor. A intenção foi fazer com que a defesa do consumidor passasse a constituir-se em um meio de compatibilizar e harmonizar os interesses envolvidos entre os sujeitos da relação de consumo, sem, no entanto, caracterizar-se como um instrumento de confronto entre produção e consumo. (http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8435).

O legislador nota claramente a fragilidade dos consumidores e cria uma política nacional nas relações de consumo para protegê-los no que tange a saúde, segurança, dignidade e proteção do interesse econômico dos consumidores, bem como a transparência e a harmonização dos interesses das partes da relação de consumo. De extrema importância pode-se observar, as obrigações de honestidade, lealdade e probidade perseverante ao princípio da boa-fé, colocados por regra, aos fornecedores e consumidores, plasmados na jurisprudência e da análise doutrinária.

Neste sentido esclarece EFING:

Tratando-se a relação entre fornecedor e consumidor de um fenômeno de massa, não se pode admitir a adoção de soluções individualistas que contrariam a conexão da sociedade de consumo com o direito. Merecem os consumidores a devida tutela do ordenamento jurídico, enquanto classe vulnerável, para que assim possam estar protegidos frente ao fortalecimento da empresa, que se posiciona de modo a impor as regras nos contratos, gerando, desta forma, a figura dos contratos de adesão e práticas homogêneas no mercado de consumo. (Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo; vol. 1, n. 1, mar 2011 p. 103-120).

Podemos analisar quais para a sociedade brasileira o enredo jurídico do direito consumidor e do direito do consumo.

4.1 As Relações de Consumo

Entende-se que a relação ocorre entre dois entes, o consumidor (destinatário final) individual ou coletivo, e um fornecedor de produtos e serviços. A relação de

consumo tende a satisfazer as necessidades ou desejos dos consumidores concretizando um vínculo jurídico entre as partes, criando obrigações de saúde, segurança, prevenção e reparação a qualquer dano material ou moral, principalmente por parte do fornecedor diante do consumidor prejudicado.

4.2 O Princípio da boa-fé expresso no Código de Defesa do Consumidor

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

(...)

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)

Nota-se a determinação da doutrina e jurisprudência, na forma tácita, de um prospecto do princípio da boa-fé e sua relevância para a legislação.

4.2.1 Consumidor e Fornecedor: Direitos e Deveres

Consumidor: Pode-se depreender que consumidor é aquele que faz uso do bem ou serviço com o intuito de gozar imediatamente ou de usufruir permanente e pessoalmente, sobre o qual caem com peso os efeitos sociais e econômicos relativo à relação de consumo.

Vê-se na lei 8.078, Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo segundo:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm).

Esclarecemos que o apontamento desse artigo exprime em enunciar uma pessoa (física ou jurídica) como destinatária final de um produto ou serviço a fim de emoldura-la como consumidor. Numa visão geral do conceito de consumidor, entende-se no artigo segundo do CDC, uma demonstração das relações de consumo ao todo, tendo por obrigação ser utilizado de maneira idêntica ao todo corpo social que confraterniza um acordo consumerista. Passando a observar e atenuar o ato da aquisição do produto não importando o sujeito da relação (o consumidor), tornando o produto o centro do qual incidirá as normas consumeristas, Definição mais aceita na estrutura do pensamento, das doutrinas e jurisprudências aplicadas no país atualmente.

Percebemos também que existem os consumidores por equiparação que engloba todas as vítimas do evento, formalizando o princípio da reparação integral dos danos sofridos pelos consumidores e a proteção daquele que realmente venha a utilizar o produto ou serviço e até daquele que é atingido pelo defeito incorporado na sua utilização por outrem, mostrando com isso que o defeito ou vício do produto pode trazer uma reflexão prejudicial não diretamente à pessoa que adquiriu o bem. Abrangendo também os terceiros estranhos, que passam a desfrutar da ampla proteção do CDC, por qualquer tipo de dano sofrido, para ressarcimento material e moral. Formalizados nos artigos 17 e 29 do CDC:

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

(http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)

A oferta, a publicidade, as cláusulas gerais dos contratos, as práticas comerciais abusivas, cobrança de dívidas e contratos de adesão, bancos de dados e cadastro de consumidores são práticas comerciais previstas a todos consumidores expostos.

Direitos e deveres: Entende-se que todas as disposições de protetivas da Lei 8078/90 são de direito dos consumidores. Sendo que todo corpo normativo contornou a integral proteção vulnerável das relações consumeristas. Quais sejam especificadas no capítulo III, artigo 6º, dos direitos básicos do consumidor:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

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

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral. (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm).

Dispõe-se desse artigo os direitos básicos fundamentais do consumidor, com a prerrogativa do direito a defesa judicial simétrico a sua condição sócio-cultural e o direito a eficiência do serviço público. Salientamos esclarecer o caráter bilateral, obrigando ambas as partes a cumprirem a relação consumerista.

Não podemos analisar de forma unilateral como se os consumidores fossem sujeitos apenas de direitos, mesmo sabendo da sua vulnerabilidade. Depreende-se daí, que o legislador deu um caráter protetivo ao consumidor através de uma política de relação de consumo, ou seja, na forma de um projeto que valoriza a equidade, a transparência, e principalmente a harmonia dos componentes.

Não só de primar pela boa-fé, podemos distinguir outras obrigações de conduta do consumidor colocando em frente, sempre, uma análise do mercado de consumo, mantendo um equilíbrio e coerência releva-se o dever de investigar, dever de inteligência, dever de educação e compreensão do que se está contratando, mesmo sendo vulnerável precisa haver bom senso diante do fato firmado.

Define-se dever de inteligência a avaliação dos prós e contras, confrontando as condições pessoais e financeiras para a efetivação do acordo jurídico. A pesquisa se mostra na busca do melhor preço do mercado. Ao dever de educação coloca-se o conhecimento daquilo que se está comprando estando consciente e preparado para a aquisição do bem. O dever de ação está ligado à defesa do consumidor perante o fornecedor, valendo-se de todos os outros deveres para se resguardar e defender-se, devendo sempre observar, para todos os efeitos e deveres a capacidade do consumidor de interliga-los.

Fornecedor: Entende-se que a personalidade do fornecedor foi conceituada pelo legislador na intenção de proteger o consumidor na perspectiva elencadas nas inúmeras atividades econômicas de abastecimento de coisas necessárias ao mercado. Prevê então no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. (http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm).

Vemos, com o intuito de lucro, em curto ou longo prazo, a atuação do fornecedor no mercado capitalista. Quando a lei quer que todos sejam forçados e/ou responsabilizados, usa o termo fornecedor, mas quando quer indicar alguma coisa específica, utiliza-se de termo indicativo particular: fabricante, produtor, comerciante etc.

Direitos e Deveres: O legislador consumerista deixa claro ao longo de toda lei 8078/90 os direitos dos consumidores e naturalmente, para com estes, deveres de conduta. O membro do poder legislativo obriga o fornecedor a consubstanciar uma publicidade enraizada na transparência, clareza e respeito na oferta e na permuta de informações sobre produtos jogados no mercado de consumo. A intenção se evidencia na menção do direito básico do consumidor a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas de cláusulas abusivas impostas no fornecimento de produtos e serviços.

FUX revela uma crise mundial de confiança que sonda o ser humano atrapalhando-o em diversos relacionamentos:

O mundo jurídico pós-positivista, e, portanto, atual, proclama que é direito fundamental do cidadão a informação, no qual se funda a confiança e dela decorre a segurança.

O princípio da confiança legítima, oriundo do direito público germânico, protege o cidadão contra manobras abruptas do Estado em quaisquer de suas funções soberanas, conferindo-lhes proteção jurídica no desequilíbrio experimentado em seu patrimônio moral ou econômico, observando o interesse público e o princípio da razoabilidade, equilibrando a balança representativa do valor justiça. (Revista Jurídica Consulex, nº284 nov./2008 2012 p. 23).

Para se destacar e ganhar prestígio no mercado, o fornecedor precisa estar em conformidade com os parâmetros traçados pelo legislador para a política nacional das relações de consumo, atuando sempre dentro dos ditames da lei e da boa-fé.

Não vemos, contudo, que a norma regradada pelo legislador, da conduta do fornecedor, fira o curso das negociações ou o poder econômico do mercado. Se ganha grande influência dando valor ao produto e a conquista do cliente.com competência e mérito das atividades.

5 OS DIREITOS DO CONSUMIDOR NO COTIDIANO

5.1 Compras pela Internet e o Direito de Arrependimento

Hoje em dia, fazer compras é uma tarefa fácil. A gente não precisa nem sair de casa. As lojas virtuais, os catálogos e os serviços de televendas proporcionam uma comodidade sensacional. O problema é que às vezes não gostamos da mercadoria. Quando ela chega em casa, ao vê-la melhor, percebemos que não fizemos um bom negócio. Ai surge a dúvida: é possível desistir da compra, devolver o produto e pegar o dinheiro de volta ?

Sim, é possível. O código de defesa do consumidor prevê o direito de arrependimento quando o produto é adquirido fora do estabelecimento comercial (exposto no artigo 49 do Código de defesa do consumidor). O consumidor tem o prazo de sete dias, a contar do recebimento da encomenda, para desistir da compra. O direito de arrependimento não precisa de justificativa, ou seja, você pode simplesmente desistir da aquisição, mesmo que o produto não tenha nenhum defeito. Nesse caso, a empresa tem que devolver imediatamente os valores recebidos, inclusive o valor recebido ao frete.

Para garantir o seu dinheiro, é importante guardar uma prova do comunicado de arrependimento, o número do protocolo, aviso de recebimento, e-mail e fax. Assim, se a empresa descumprir a lei, você poderá registrar uma reclamação no PROCON. Se essa providência não resolver o problema, a solução será recorrer ao Poder Judiciário através de uma ação judicial.

5.2 Juiz obriga site a entregar produto ao cliente.

Com o crescimento eletrônico, também aumentou o número de queixas de consumidores que não recebem o produto no prazo informado pela própria loja virtual. Após entrar em contato, em vão, com a empresa para ter sua compra efetivada, uma vez que o pagamento já foi feito, o consumidor se vê diante de duas situações: aguardar indefinidamente uma solução por parte da loja eletrônica ou recorrer à Justiça. Um consumidor, ao entrar no juizado de Barbacena, no interior de Minas Gerais, conseguiu que um juiz obrigasse, ainda em sede liminar, uma loja a entregar um produto que adquiriu.

5.3 Perda da Comanda na balada: O que fazer?

A balada foi excelente. Você encontrou os amigos, dançou, bebeu e paquerou. Na hora de pagar a conta, no entanto, teve uma surpresa: a comanda desapareceu! No verso dela constava a seguinte advertência: “Em caso de perda será cobrada multa de R\$ 300,00”. A festa acabou! E agora? O que fazer?

Inicialmente, é importante deixar claro que a cobrança não possui respaldo legal, ou seja, não existe uma lei que obrigue o consumidor a pagar multa.

O Código de Defesa do Consumidor considera essa prática abusiva (art. 51, IV, do CDC), pois a responsabilidade pelo controle do consumo pertence aos estabelecimentos. Se eles não querem ter prejuízos, basta substituir a comanda (mecanismo antigo e ineficiente) por um sistema eletrônico seguro (ex.: cartão magnético com o cadastro do cliente).

As empresas que ignoram as facilidades proporcionadas pela tecnologia devem assumir os riscos das suas atividades. Por isso, no caso da perda da comanda, converse com o gerente e diga que você pagará apenas o que realmente gastou. Caso não seja possível resolver o problema de forma civilizada, chame a polícia. Os funcionários não podem utilizar constrangimento (ex.: ameaças) ou privação da liberdade (obrigá-lo a permanecer no recinto) para compeli-lo a pagar multa, tendo em vista que tais condutas caracterizam os crimes de constrangimento ilegal e cárcere privado (arts. 146 e 148 do Código Penal).

Para evitar maiores transtornos, se você quiser pagar a multa, não se esqueça de pedir a nota fiscal. Agindo assim, será possível ajuizar uma ação para pleitear a devolução do dinheiro e o pagamento de indenização por danos morais (dependendo da situação). Não deixe o sumiço da comanda estragar sua festa!

6 CONCLUSÃO

O superendividamento vem sendo tratado com extrema atenção pela justiça. O Código de Defesa do Consumidor brasileiro é uma referência para os outros países. Antes de sua criação (1990), não havia uma lei específica para proteger os consumidores. Atualmente o consumidor possui mecanismos eficientes para lutar contra os abusos praticados pelas empresas.

O consumidor pode evitar gastos desnecessários e procurar se defender sempre que tiver seus direitos ameaçados por um estabelecimento comercial ou uma instituição financeira.

Deve-se ficar sempre atento no ato contratação de um bem ou serviço, acumular o máximo de informação possível e pedir cópias do contrato, muitas vezes não fornecidas pelas instituições.

Medir o orçamento evita a contratação de créditos além do executável, evitando o comprometimento no rendimento familiar.

Muitas empresas fingem desconhecer o Código de Defesa do Consumidor e agem com autoritarismo. Por esse motivo é que se devemos conhecê-lo e usá-lo. Dessa forma o CDC será fortalecido e as empresas aprenderão que a lei existe pra ser cumprida.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Cosumidor. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm> Acesso em: 17 out. 2012

EFING, Antônio Carlos. Direito do Consumo e Direito do Consumidor: Reflexões Oportunas. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo.** V.1 n. 1 p. 103-120. Mar/2011.

FERREIRA, Alexandre Marcos; **A Ilegalidade e o Abuso de Poder na Divulgação de Nomes na Lista de Devedores com Débitos Inscritos em Dívida Ativa da União**. Revista Jurídica Consulex, Ano XIII – nº 303 p. 39 ago/2009).

FILOMENO; José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 10. Ed. São Paulo, Atlas 2010.

FUX, Luiz; **Crise Mundial de Confiança**. Revista Jurídica Consulex, Ano XII - nº 284 p. 23 nov/2008)

KROHLING, Aloísio; GOMES, Marcelo Sant'anna Vieira; MELO JÚNIOR, José Carlos Vieira de. **Análise crítica do superendividamento sob a égide do pensamento de Emmanuel Levinás**. Revista Síntese Direito Civil E processual Civil. Porto Alegre: Síntese, v.12, n. 78, p.103-121. Jul/ago. 2012

<http://www.uniceub.br/pdf/MariaEugeniaSuperendividamento.pdf>

http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8435