



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS  
CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO**

**MARIANA RIBEIRO DO VALE JARDELINO DA COSTA**

**ANÁLISE CRÍTICA DO FENÔMENO DO  
SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO DIREITO  
FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO**

CAMPINA GRANDE – PB  
2012

**MARIANA RIBEIRO DO VALE JARDELINO DA COSTA**

**ANÁLISE CRÍTICA DO FENÔMENO DO  
SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO DIREITO  
FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Bacharelado em  
Direito da Universidade Estadual da  
Paraíba, em cumprimento à exigência  
para obtenção do grau de Bacharel em  
Direito.

Orientador: Professor Especialista Cláudio  
Simão de Lucena Neto

CAMPINA GRANDE – PB  
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

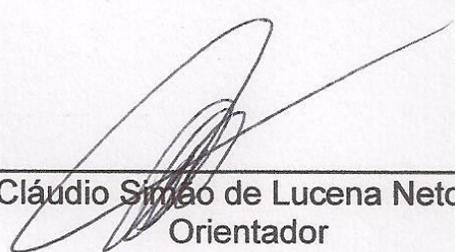
- C837a Costa, Mariana Ribeiro do Vale Jardelino da.  
Análise crítica do fenômeno do superendividamento à luz do direito fundamental à educação para o consumo [manuscrito] / Mariana Ribeiro do Vale Jardelino da Costa.– 2012.  
27 f. il.: Color.
- Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Jurídicas, 2012.  
“Orientação: Prof. Esp. Cláudio Simão de Lucena Neto, Departamento de Direito Privado”.
1. Direito do consumidor. 2. Democratização do crédito.  
3. Direitos fundamentais. I. Título.

21. ed. CDD 343.071

# ANÁLISE CRÍTICA DO FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO DIREITO FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

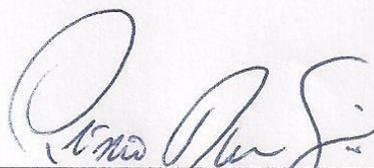
Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de  
Bacharelado em Direito da  
Universidade Estadual da Paraíba,  
em cumprimento à exigência para  
obtenção do grau de Bacharel em  
Direito.

Aprovada em 13/11/2012.



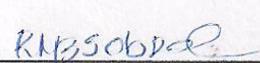
---

Prof. Cláudio Símeão de Lucena Neto / UEPB  
Orientador



---

Prof. Plínio Nunes Souza / UEPB  
Examinador



---

Profª Renata Maria Brasileiro Sobral / UEPB  
Examinadora

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2 O CONTEXTO HISTÓRICO-IDEOLÓGICO DO SURGIMENTO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO CONSUMIDOR.....</b>	<b>4</b>
<b>3 O DIREITO FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO .....</b>	<b>8</b>
<b>4 EDUCAÇÃO PARA O CRÉDITO E O PROBLEMA DO SUPERENDIVIDAMENTO .....</b>	<b>14</b>
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>25</b>

# ANÁLISE CRÍTICA DO FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO À LUZ DO DIREITO FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

COSTA, Mariana Ribeiro do Vale Jardelino da<sup>1</sup>

## RESUMO

O presente trabalho objetiva analisar o fenômeno do *superendividamento*, identificado como uma das mais gravosas decorrências da não efetivação do direito à educação para o consumo. O reconhecimento dos Direitos do Homem sempre esteve estritamente relacionado aos momentos históricos em que estes direitos surgem. Os direitos fundamentais do consumidor são resultado do cenário de desigualdades estabelecido pela Revolução Industrial e suas respectivas implicações, como a produção em massa. Um destes, o direito fundamental à educação para o consumo, ganhou maior relevância na segunda metade do século XX, ante o apelo ao consumismo e a intensificação da agressividade das estratégias de divulgação e publicidade de produtos e serviços. No Brasil, a despeito da previsão constitucional da defesa desta classe e do referido direito ter sido alçado a princípio fundamental do CDC, bem como direito básico do consumidor, poucas são as iniciativas governamentais voltadas a sua materialização, o que se constata através de índices de endividamento no país. O trabalho emprega o método dedutivo, e no tocante à metodologia de investigação, utilizou-se a pesquisa bibliográfica. Conclui-se que, em que pese o amplo reconhecimento da importância conferida ao direito à educação para o consumo, o sistema de proteção ao consumidor brasileiro é marcado por uma escassez de políticas públicas direcionadas à prevenção e ao tratamento de consumidores superendividados, vítimas diretas de um fenômeno resultante da ausência de “consciência crítica para consumir” dos cidadãos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Direitos fundamentais do consumidor. Direito fundamental à educação para o consumo. Democratização do crédito. *Superendividamento*.

## 1 INTRODUÇÃO

Como reflexo da influência do meio cultural e da atuação estratégica da mídia, a sociedade hodierna é marcada por consumidores desinformados, pouco críticos e bastante suscetíveis às armadilhas do mercado, o que corrobora com a acentuação da vulnerabilidade informativa destes.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Direito pela Universidade Estadual da Paraíba.  
E-mail: marianarvjc@gmail.com

Em face do aludido cenário, ganha relevo o debate acerca da efetivação do direito fundamental à educação para o consumo, direito este amplamente reconhecido em âmbito internacional e considerado princípio fundamental e direito básico do consumidor pelo CDC, com arrimo na própria Constituição Federal.

O respectivo debate sugere a premente necessidade de implantação de políticas públicas voltadas à conscientização da prática consumerista, principalmente ante a constatação de números expressivos de cidadãos brasileiros subjugados aos efeitos do *superendividamento*.

Este fenômeno, problema social agravado pela democratização do crédito, tem entre suas principais causas a falta de instrução dos consumidores no país, e seus índices exponenciais representam o descaso do poder público em adotar medidas educativas para o consumo.

Destarte, o presente trabalho versa sobre o mencionado direito fundamental à educação para o consumo e o conseqüente problema do *superendividamento*. O capítulo I aborda o contexto histórico-ideológico do surgimento dos direitos fundamentais do consumidor. Em sequência, o capítulo II explora o direito à educação para o consumo e, por fim, o capítulo III culmina com a identificação do fenômeno do *superendividamento* como consequência da falta desta “consciência crítica para consumidor” dos brasileiros.

## **2 O CONTEXTO HISTÓRICO-IDEOLÓGICO DO SURGIMENTO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO CONSUMIDOR**

Os Direitos Fundamentais do Homem, conjunto de prerrogativas que concretizam as exigências de dignidade, liberdade e igualdade humanas, foram e são reconhecidos de maneira paulatina, atendendo as necessidades e aspirações de sociedades estruturadas em diferentes momentos da história.

As primeiras Declarações de Direitos Humanos, consideradas em sua concepção atual, surgiram no século XVIII, e foram consequência direta dos anseios da classe burguesa em limitar o poder absoluto dos monarcas. Sob o controle da economia dos Estados e insatisfeitos com o cenário de opressão política, os

burgueses exigiram e conquistaram o reconhecimento do seu *status libertatis* ou garantias de liberdades formais de sentido negativo, impondo um dever de abstenção estatal.

Contudo, não tardou para que as referidas garantias de caráter limitativo se tornassem insuficientes, em virtude do desenvolvimento industrial e do conseqüente surgimento da classe operária, posto que a liberdade oferecida pelo Estado não bastava para que os trabalhadores, oprimidos economicamente, gozassem de condições mínimas de existência digna. “De nada adiantava as constituições e leis reconhecerem liberdades a todos, se a maioria não dispunha, e ainda não dispõe, de condições materiais para exercê-las”. (SILVA, 2009, p. 159).

Neste contexto, fez-se necessário que o Estado transmudasse do isolamento e não intervenção para uma situação diametralmente oposta. Os indivíduos passaram a exigir uma postura comissiva deste, que, a partir de então, passou a ter de atuar para satisfazer tais direitos, em favor do bem-estar dos cidadãos. Surgiram, pois, os direitos fundamentais de natureza positiva.

Acerca desta evolução, observa Manoel Gonçalves Ferreira Filho:

A doutrina dos direitos fundamentais revelou uma grande capacidade de incorporar desafios. Sua primeira geração enfrentou o problema do arbítrio governamental, com as liberdades públicas, a segunda, o dos extremos desníveis sociais, com os direitos econômicos e sociais [...]. (2000, p. 15).

Os primeiros documentos a consubstanciarem o reconhecimento dos Direitos Humanos tiveram algumas correntes de pensamento como fonte de inspiração filosófica. A primeira delas foi o pensamento cristão, pois propugnava a dignidade eminente da pessoa humana, em virtude de conceber o homem como imagem e semelhança de Deus. A doutrina dos direitos naturais, por sua vez, defendia a idéia de direitos imanentes ao indivíduo, que precediam a ordem jurídica e transcendiam o plano físico. Por fim, ressaltou-se a contribuição do pensamento iluminista, que deu aporte à concepção de individualismo que marcou as primeiras declarações de direitos humanos.

Todavia, cumpre observar, por oportuno, que a despeito da influência das respectivas correntes, os direitos fundamentais refletem, principalmente, as mazelas e conseqüentes aspirações dos momentos históricos em que surgem. Para o

doutrinador José Afonso da Silva (2009, p. 181), eles “são históricos como qualquer direito [...] sua historicidade rechaça toda fundamentação baseada no direito natural, na essência do homem ou na natureza das coisas”.

Ainda neste sentido, têm-se as lições do referido constitucionalista:

Mas não é uma observação correta esta de atribuir, ao surgimento de uma nova idéia de direito, tão profundamente revolucionária, inspiração de natureza basicamente ideal, sem levar em conta as condições históricas objetivas, que, na verdade, constituem a sua fundamentação primeira. As doutrinas e concepções filosóficas têm relevância enorme no processo. Mas elas próprias são condicionadas por aquelas condições materiais. Surgem precisamente para ordená-las numa compreensão ideológica coerente, interpretando-as, para definir-lhes as leis a elas imanentes, já que, em tais momentos agudos da evolução social, se percebe a superação de situações caducas pelo despontar de algo novo. (2009, p. 172).

Com efeito, Direito e História estão intrinsecamente relacionados, e esta, por sua vez, retrata uma realidade de uma sociedade dinâmica, holística e sistêmica. E é o caráter mutante desta sociedade que requer e impõe a positivação de novos direitos humanos.

Pois bem. O reconhecimento dos direitos fundamentais do consumidor não fugiu a esta regra. A proteção consumerista surgiu no instante em que os reflexos das duras regras do sistema capitalista se tornaram evidentes.

A Revolução Industrial desencadeou significativas alterações na sociedade do século XIX. As novas técnicas de fabricação aliadas ao baixo custo de contratação de trabalhadores impuseram um novo ritmo às indústrias, e as consequências desta produção em massa não tardaram a aparecer.

O mecanismo de distribuição em larga escala desencadeou o surgimento de novos instrumentos jurídicos, a exemplo dos contratos de adesão, cujas cláusulas gerais eram estabelecidas prévia e unilateralmente pelo fornecedor, sem a participação do consumidor, causando manifesto prejuízo a este. Ademais, a produção em série trouxe à tona os denominados riscos coletivos, capazes de gerar danos efetivos para um número exponencial de indivíduos, em virtude de um único defeito de concepção ou fabricação do produto.

Destarte, como bem leciona Sérgio Cavalieri Filho (2010, p.3), à falta de uma disciplina jurídica eficiente, reestruturada, moderna, proliferaram, em ambiente propício, práticas abusivas de toda ordem, como as cláusulas de não indenizar ou

limitativas da responsabilidade, o controle do mercado, a eliminação da concorrência e assim por diante, resultando em insuportáveis desigualdades econômicas e jurídicas entre o fornecedor e o consumidor.

Diante deste cenário de abusos, surgiram, no final do século XIX e início do século XX, os primeiros movimentos em busca do reconhecimento dos direitos dos consumidores. Inicialmente eles eclodiram nos países que se encontravam em franco desenvolvimento industrial, e muitas vezes confundindo-se com lutas por direitos decorrentes de relação de trabalho, mas logo a proteção ao consumidor passou a ser discutida a nível mundial, através de organismos supranacionais.

Aponta-se como marco inicial desses novos direitos a mensagem do Presidente John Kennedy ao Congresso dos Estados Unidos, em 15 de março de 1962. A *State of the Union* versava sobre a proteção dos direitos dos consumidores, e foi elaborada em razão do presidente norte-americano acreditar e defender a idéia de que as condições desta classe deveriam ser necessariamente consideradas quando da tomada de decisões econômicas pelo Congresso. Na oportunidade, Kennedy elencou os direitos básicos do consumidor como sendo o direito à saúde, à segurança, à informação, à escolha e a serem ouvidos.

Posteriormente, a Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas, em sua 29ª sessão, realizada em 1973, na cidade de Genebra, reconheceu outros direitos básicos do consumidor, dentre eles o respeito à sua dignidade humana. A partir de então, inúmeros documentos foram elaborados pela própria ONU. Em 1985, foi adotada a Resolução 39/248, que consistiu numa série de normas internacionais para proteção do consumidor, cuja finalidade era oferecer diretrizes para países, especialmente àqueles em desenvolvimento, a fim de que as utilizassem na elaboração ou aperfeiçoamento de suas normas e legislações voltadas aos consumidores.

Diante disso, a Constituição Brasileira de 1988, em consonância com os avanços da sociedade contemporânea, dispôs expressamente que “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Trata-se do texto do inciso XXXII do artigo 5º da Magna Carta, inserido no capítulo “Dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos”, que por sua vez integra o título “Dos Direitos e Garantias Fundamentais”.

Foi o constituinte originário, portanto, que conferiu à defesa do consumidor o status de direito fundamental. Dispondo sobre o dispositivo em comento, José Afonso da Silva (2009, fls. 262) “realça de importância, contudo, sua inserção entre os direitos fundamentais, com o que se erigem os consumidores à categoria de titulares de direitos constitucionais fundamentais”.

Neste diapasão, “promover a defesa do consumidor não é uma mera faculdade, mas sim um dever do Estado [...] é um imperativo constitucional. E se é um dever do Estado, por outro lado é uma garantia fundamental do consumidor”. (CAVALIERI FILHO, 2010, p. 11).

Ademais, buscando a máxima efetividade do imperativo em tela, a própria lei maior determinou, no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”.

Infere-se, pois, que diferentemente das leis ordinárias em geral, o CDC tem origem na própria Constituição, tratando-se de uma lei principiológica que se destina a efetivar, no plano infraconstitucional, os princípios constitucionais de proteção e defesa do consumidor, que incluem direitos como saúde, segurança e educação. “Deve-se interpretar o Código de Defesa do Consumidor como reflexo das normas constitucionais protetoras da integridade física e moral da pessoa humana, dos interesses superiores do Estado, que almeja garantir uma sociedade justa”. (CAVALIERI FILHO, 2010, p. 23).

Por fim, a defesa do consumidor encontra ainda embasamento em outros dispositivos constitucionais, a exemplo do artigo 170, inciso V, no qual foi ela incluída entre os princípios gerais da Ordem Econômica do país.

### **3 O DIREITO FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO**

Nada existe que possa superar o valor do homem enquanto ser humano. E não por outra razão a Constituição Federal alçou a dignidade da pessoa humana à condição de princípio estruturante de todo o ordenamento jurídico, principal valor e base da própria existência do Estado.

Haver laços entre o princípio da dignidade da pessoa humana e o direito à educação parece óbvio e, de fato, o é. A educação constitui uma premissa ao pleno desenvolvimento do indivíduo, sendo instrumento de efetivação de inúmeros outros direitos. Neste sentido, dispôs a Declaração Universal de Direitos Humanos:

A Assembléia proclama a presente Declaração Universal dos Direitos Humanos como ideal comum a atingir por todos os povos e todas as nações, a fim de que todos os indivíduos e todos os órgãos da sociedade, tendo-a constantemente no espírito, se esforcem, **pelo ensino e pela educação**, por desenvolver o respeito desses direitos e liberdades e por promover, por medidas progressivas de ordem nacional e internacional, o seu reconhecimento e a sua aplicação universais e efetivos [...]. (grifo nosso).

Tem-se, pois, que a Organização das Nações Unidas considerou a relevância da educação, adotando-a como meio para se alcançar o reconhecimento de outros direitos.

Perante a Constituição brasileira, o direito à educação é classificado como social (art. 6º). Ademais, em seu artigo 205, a lei máxima estatuiu que “a educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho”.

O Código de Defesa do Consumidor, em consonância com os ditames e valores constitucionais, sobretudo buscando conferir efetividade à defesa do consumidor, previu como um dos princípios fundamentais da relação de consumo o Princípio da Educação. É o que dispõe o inciso IV do art. 4º do CDC, abaixo colacionado:

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: [...]

IV – **educação e informação** de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo. (grifo nosso).

Na mesma senda, reforçando a importância conferida à educação, o art. 6º, inciso II do respectivo Código, reconheceu como direito básico do consumidor a

“educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.”

Pelo exposto, resta evidenciada a inegável preocupação do legislador com a educação do consumidor, preocupação esta que se consubstanciou em normas expressas versando sobre o respectivo direito. Cumpre, a partir de agora, analisar as razões e propósitos dos referidos dispositivos.

Ora, todas estas previsões legais que versam sobre a educação para o consumo possuem como tronco comum a premissa de que a vulnerabilidade informativa, no que tange à prática consumerista, representa um impeditivo à concretização da dignidade da pessoa humana, tendo em vista que o consumidor desinformado está ainda mais sujeito às armadilhas do mercado, que são capazes de acarretar efetivos danos na vida daquele. Acerca da necessidade do reconhecimento deste tipo específico de vulnerabilidade:

Esta vulnerabilidade informativa não deixa, porém, de representar hoje o maior fator de desequilíbrio da relação vis-à-vis os fornecedores, os quais, mais do que experts, são os únicos verdadeiramente detentores da informação [...]. Aqui mais do que técnica, jurídica ou fática, esta vulnerabilidade é essencial à dignidade do consumidor, principalmente enquanto pessoa física. (MARQUES, 2009 *apud* MAGALHÃES, 2011, p. 223).

Os principais fatores responsáveis por ocasionar esta vulnerabilidade informativa são bastante perceptíveis, não obstante contorná-los não seja uma tarefa fácil. Não há dúvidas de que, na atualidade, a lógica do mercado não favorece a formação ou o desenvolvimento de um consumidor consciente. Pelo contrário, o indivíduo é alvo constante de propagandas apelativas e comerciantes ardilosos que não medem esforços para efetuar seus negócios.

A influência do meio cultural na vida dos cidadãos, aliada às propagandas em massa, propiciam uma verdadeira alienação ou redução da capacidade de autodeterminação frente às armadilhas do mercado. O que para muitos parecem atitudes rotineiras e indispensáveis a um consumo sadio, a exemplo da identificação do custo-benefício de determinado produto, da convicção de quais as suas reais necessidades de consumo ou da cientificação dos limites de comprometimento da própria renda familiar, são, em verdade, posturas distantes da realidade de parcela significativa da população brasileira.

De fato, o que vislumbramos atualmente é um comportamento homogeneizado de consumo, acrítico, facilmente manipulado pela mídia, que implanta na mente dos consumidores necessidades supérfluas que não raramente comprometem gastos básicos em seus orçamentos, como saúde, educação e moradia. O mercado induz a escolha daqueles cidadãos que não possuem consciência crítica para consumir e, muitas vezes, desconhecem as cautelas mínimas que devem ser tomadas antes de se adquirir um bem ou contratar um serviço.

No caso das crianças e adolescentes, em especial, a velocidade com que se expandem as propagandas, sempre mais qualificadas e cheias de artifícios, não tem possibilitado à família e à escola um controle pedagógico que permita que aqueles sedimentem suas escolhas de consumo. A todo instante um universo de produtos é ofertado, envolvendo moda, diversão, tecnologia, etc.

Observa Edinéia Nascimento de Magalhães, em seu artigo “O Consumidor Infante Juvenil”:

Tanto a criança como o adolescente tem um destaque no mercado de consumo, o que impulsiona uma maior visibilidade na mídia. A publicidade já reconhece neste público infante juvenil poder razoável na compra de artigo infantil, como um futuro consumidor fiel às marcas, e sua influência no consumo da família. A literatura específica atribuiu a esse poder infantil como estes sendo os novos ditadores de hábitos e consumos, pois as crianças assumem este papel dentro de suas casas e passam a significar um mercado potente de consumo para muitos produtos e serviços. (2011, p.12).

O quadro é nítido: a sociedade contemporânea está sendo bombardeada de estímulos ao consumo, sem que, paralelamente, seja educada para dispor desta faculdade com consciência e responsabilidade, ou simplesmente capacitada para realizar uma espécie de triagem nos produtos e serviços que lhe são constantemente oferecidos.

Cumpramos observar, por oportuno, que a problemática aqui esposada não se trata da rejeição ao consumo, nem ao menos da discriminação das possibilidades de acesso ao consumo. Pelo contrário. O que se defende é a importância do consumidor decidir, com mais isenção, o que é fundamental consumir e, acima de tudo, suas possibilidades de consumir, além da necessidade de conhecer seus próprios direitos.

O consumo se reveste de garantias individuais do cidadão, bem como representa um fator de sustentação econômica da própria sociedade, o que por si só rechaça a idéia de sua prática desordenada. Em face disso, a educação para consumir deve ser vista como um fim a ser perseguido pelo sistema legal e, sobretudo, pela política nacional, de modo que represente uma fonte propulsora de desenvolvimento e inclusão social.

O reconhecimento da necessidade dos Estados implementarem políticas públicas voltadas à conscientização do consumidor é tão patente que a ONU, que tem como um de seus principais objetivos a facilitação e cooperação em matéria de progresso social, editou, em 1985, a Resolução 39/248, ratificada pelo Brasil, documento no qual está expressamente consignada a orientação de inclusão da educação para o consumo nos currículos básicos do sistema educacional.

Em consonância com a referida Resolução, o Governo Federal lançou, em 1997, os denominados “Parâmetros Curriculares Nacionais”, que constituem diretrizes que orientam a educação no Brasil, sendo sua adoção obrigatória na rede pública. Dentre várias destas diretrizes, que versam sobre assuntos de grande relevância social, criou-se um tópico específico sobre “Trabalho e Consumo”. No tocante a este último, a proposta é a realização de uma análise dos problemas que afetam os consumidores e que são gerados por elementos estruturais ou conjunturais do sistema, o que é repassado aos alunos através de atividades interativas, como debates sobre anúncios veiculados pela televisão, visando a formação de um senso crítico em relação à mensagem publicitária.

A finalidade precípua da implantação destes mecanismos de educação é o alcance da denominada “democracia econômica”. Esta democracia está condicionada ao desenvolvimento de uma visão consciente das práticas de consumo pelo indivíduo, de forma a instrumentalizá-lo na consecução de sua cidadania, de levá-lo a conquistar e manter o maior bem do homem enquanto consumidor: a escolha com liberdade. Trata-se, pois, de uma educação libertadora, emancipatória.

Sérgio Cavalieri Filho, partindo da condição de vulnerabilidade do consumidor, discorre sobre o assunto:

Atento a este fato, o Código de Defesa do Consumidor estabeleceu como básico o direito à educação para o consumo, de tal sorte que, aumentados os níveis de conhecimento e de informação do consumidor, também se

aumente o seu poder de reflexão e de formulação de um juízo crítico sobre a oportunidade e a conveniência da contratação, a fim de que possa o mesmo, dentre os diversos produtos e/ou serviços colocados no mercado a sua disposição, escolher, em manifestação de vontade formal e materialmente livre, esclarecida e, portanto, consciente, aquele que melhor se ajuste às suas necessidades. (2008, p. 86).

De fato, como bem salientado pelo doutrinador, a manifestação de vontade do consumidor pode ser analisada sob duas perspectivas, quais sejam, a formal e a materialmente livre. Aquela consiste na liberdade que todos possuem de adquirir um bem ou contratar um serviço, liberdade esta condicionada, por óbvio, ao oferecimento da respectiva contraprestação. A manifestação de vontade materialmente livre, por sua vez, se consubstancia numa decisão consciente, antecedida por uma reflexão acerca da qualidade do produto, de seu preço, da real necessidade e da viabilidade de sua aquisição, ou seja, cautelas que certificam o consumidor das consequências desta manifestação volitiva, e que se opõem à idéia de uma compra impulsiva ou não esclarecida. É esta liberdade material que a educação para o consumo busca conferir ao cidadão.

Saliente-se, ainda, que a conscientização dos indivíduos acerca destas consequências da prática consumerista jamais pode ser considerada como sinônimo de retração de mercado. As implicações da educação para o consumo são precisamente opostas. Consumidores instruídos fortalecem e aperfeiçoam o comércio, posto que, atentos à qualidade e ao custo-benefício do produto, estimulam a concorrência e o conseqüente aprimoramento das ofertas.

Por tudo que foi exposto, resta evidente que o direito fundamental à educação para o consumo já tem sua importância amplamente reconhecida, tanto em âmbito nacional quanto internacionalmente. Todavia, a despeito da existência de significativos documentos elaborados pela própria Organização das Nações Unidas e do tratamento conferido ao tema no Brasil, que, frise-se, é vanguardista no que tange à proteção do consumidor, as políticas públicas capazes de materializar esse direito ainda são tímidas, e por vezes não alcançam a parcela mais vulnerável da população.

O Estado precisa buscar, através da educação, formas de efetivar os direitos consumeristas já garantidos, ou simplesmente ampliar suas possibilidades de

aplicação, de modo que o arcabouço legislativo decorrente do direito fundamental à defesa do consumidor tenha não somente validade, mas também eficácia social.

#### **4 EDUCAÇÃO PARA O CRÉDITO E O PROBLEMA DO SUPERENDIVIDAMENTO**

Alguns fatores históricos foram determinantes para a acentuação da vulnerabilidade informativa do consumidor e o conseqüente agravamento dos efeitos decorrentes da ausência de políticas públicas voltadas à educação para o consumo.

Nos últimos vinte anos, ocorreu uma verdadeira massificação da oferta de crédito no Brasil, fazendo com que indivíduos de todas as classes sociais, incluindo as menos favorecidas, passassem a ter acesso às facilidades conferidas por estas formas de empréstimo. Este fenômeno foi denominado democratização do crédito.

Os mecanismos de concessão destes créditos constituíram e ainda constituem ferramenta indispensável ao desenvolvimento das economias modernas e, possivelmente, sua maior conquista foi permitir a inclusão de pessoas de baixa renda mensal na sociedade de consumo, como dito anteriormente.

*A priori*, cumpre observar que o crédito aqui referido deve ser entendido em sentido lato, englobando cartão de crédito, cheque especial, cheque pré-datado, crédito consignado, crédito pessoal, carnês, financiamentos e formas afins de empréstimo. Acerca deste conceito, leciona Cláudia Lima Marques:

Crédito é um “tempo” que a pessoa “adquire” através de vários contratos oferecidos no mercado ao consumidor (pagamento a crédito ou em prestações de produtos e serviços, uso de cartões de crédito, do crédito rotativo ou do cheque especial, financiamento com cheques pré-datados, financiamento com “carnês” assegurados por notas promissórias, crédito consignado que é retirado pelo banco ou pela loja autorizada a cada mês quando vem o salário, aposentadoria ou pensão). Crédito é este “tempo” para poder pagar suas dívidas (os chamados débitos), pois ele [...] recebe imediatamente a quantia em dinheiro que necessita para o consumo e vai devolvendo os valores em parcelas, com juros e taxas acrescidos, no passar de alguns meses (ou mesmo anos). (2010, p. 19).

Destarte, oferecido sob diversas formas, o crédito representa para o fornecedor um instrumento facilitador à consecução do negócio, e isso porque, dentre outras razões, “fornece ao consumidor, pessoa física, a impressão que pode

– mesmo com seu orçamento reduzido – tudo adquirir [...]” (MARQUES, 2010, p. 20), o que justifica o fato dos fornecedores estarem se valendo de inúmeros artifícios para vincular operações de crédito a toda espécie de transação de consumo.

Ocorre, todavia, que através destes mecanismos, a condição de vulnerabilidade informativa do consumidor está sendo utilizada como atalho para o lucro e abuso do poder econômico na atividade financeira e bancária.

De fato, o mercado está repleto de mensagens publicitárias ardilosas oferecendo as mais variadas formas de crédito, as quais são veiculadas tanto pela televisão, como pelo rádio, internet, panfletos e até mesmo pelos apelidados “pastinhas”, que nada mais são do que vendedores ambulantes treinados para persuadir, de maneira pouco sutil, aqueles consumidores mais vulneráveis, com nenhum ou escasso acesso à informação qualificada.

Ademais, parcela significativa desta propaganda massificada traz em seu bojo a idéia de crédito fácil, rápido, por vezes mencionando-se até o termo “gratuito”, fazendo com que, para muitos indivíduos, estas ofertas “milagrosas” se apresentem como única alternativa de aquisição de determinado produto ou serviço cujo valor extrapola o rendimento mensal daqueles.

Heloísa Carpena e Rosângela Lunardelli, acerca do crédito ao consumo, assim lecionam:

A concessão de crédito cria condições de acesso ao consumo e frequentemente se apresenta como único meio para aquisição de produtos e serviços. Crescentemente utilizado pela sociedade, em especial nas classes menos favorecidas, o crédito para o consumo se apresenta, de um lado, como motor do processo capitalista, financiando a atividade econômica; e por outro, como fonte de abusos por parte do fornecedor [...]. (2005, p. 134).

Ainda a respeito destes abusos relacionados às ofertas de crédito, constantemente as mensagens publicitárias e até mesmo os próprios vendedores sonegam informações básicas ao consumidor, o qual frequentemente contrata sem ter a real percepção dos valores acordados, que envolvem taxas incompreensíveis. E como se não bastasse a deficiência de informação, “as ofertas são pré-redigidas, dando ao consumidor a opção apenas de aceitá-la ou não, sem qualquer tipo de discussão.” (CARVALHO, 2008, p. 301).

As consequências da desinformação são ainda mais severas quando se trata de crédito consignado, que consiste num financiamento no qual o tomador de crédito autoriza a retirada do pagamento do débito diretamente de sua conta corrente, de forma irrevogável e irretratável, mesmo se tratando de remuneração, salário ou benefício previdenciário. “Os atrativos desta modalidade de crédito são tentadores [...] menores taxas de juros [...] concedido até a quem tem restrições creditícias de modo rápido, fácil e sem consulta às entidades de proteção ao crédito”. (BERTONCELLO, 2007 *apud* MINATO, 2009, p. 01).

Neste cenário de oferta massificada de crédito, o problema do endividamento surge como consequência, não exclusiva, porém uma das mais visíveis, imediatas e danosas, da falta de instrução daqueles consumidores que, por não possuírem consciência crítica como forma de garantir sua liberdade de escolha e alheios aos seus direitos, tornam-se vítimas da sociedade de consumo.

Com efeito, sabe-se que o direito fundamental à educação para o consumo envolve não só a conscientização acerca da aquisição de bens, como também a contratação de serviços, que por sua vez engloba o comércio de créditos. Este, em especial, oferece diversos atrativos e aparentes benefícios sob condições absurdamente fáceis de contratação, o que faz com que muitos consumidores sejam compelidos a utilizarem estas espécies de empréstimo, sem possuírem informações mínimas sobre o serviço.

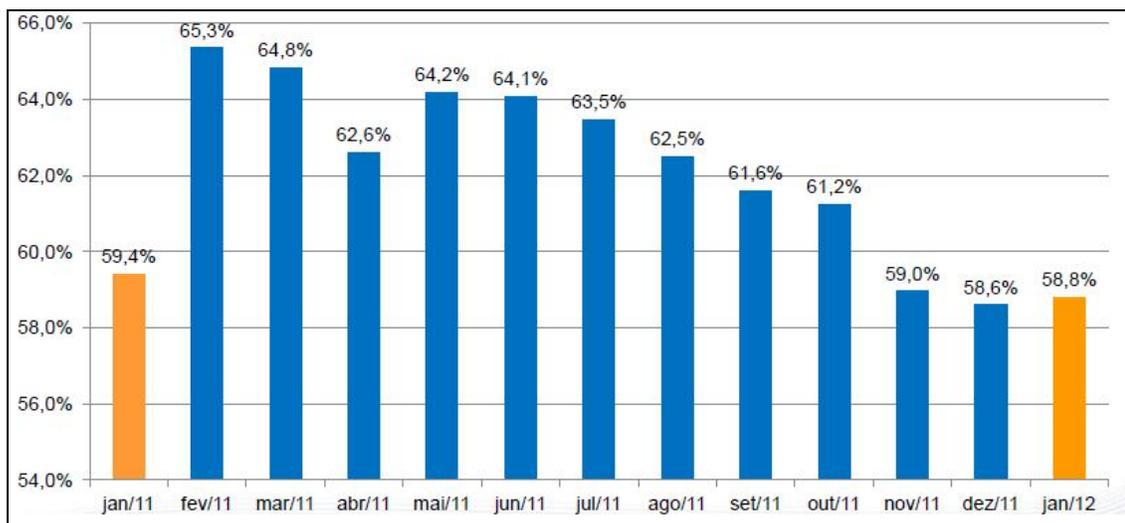
Neste diapasão, a despeito da importância da conscientização dos cidadãos sobre o planejamento que o consumo do crédito requer e sobre os riscos que o seu uso desregrado pode ocasionar, poucas são as medidas específicas voltadas à educação destes consumidores, o que se reflete em dados relacionados ao endividamento dos brasileiros.

A PEIC (Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor) é uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, cujo objetivo é diagnosticar o nível de endividamento e inadimplência do consumidor. Seus dados são coletados em todas as capitais dos estados e no distrito federal, junto a cerca de 18.000 entrevistados.

Análises realizadas no decorrer do ano de 2011 e no início de 2012 demonstram o percentual de famílias que relataram possuir dívidas entre cheque

pré-datado, cartão de crédito, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguros, o qual alcançou 58,8%, um número expressivo que evidencia que mais da metade dos brasileiros possui algum tipo de dívida, conforme gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Percentual de famílias endividadas

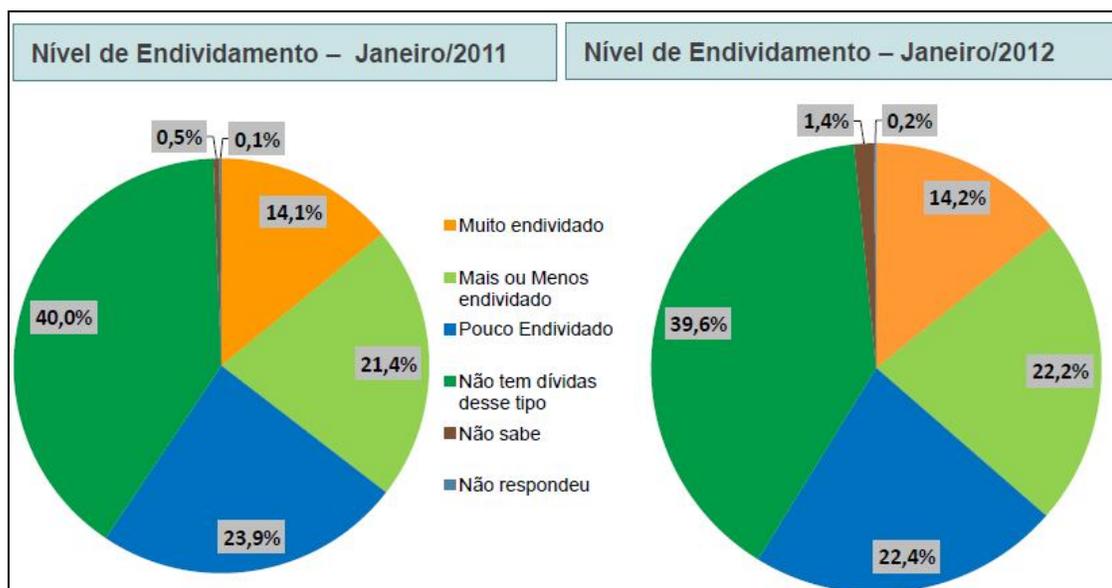


Fonte: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2012.

Os dados supracolacionados são um evidente reflexo do despreparo dos consumidores de crédito no Brasil e da escassez de programas governamentais que lhes forneçam informações e os eduquem para o exercício do direito de escolha consciente. Ademais, vê-se que no mercado de créditos a vulnerabilidade informativa do cidadão é ainda mais acentuada, gerando uma maior necessidade de atuação do poder público a fim de dirimir essa disparidade de informação.

As pesquisas constataam, ainda, o nível de endividamento destes indivíduos, subdividindo-os em “muito”, “mais ou menos” e “pouco” endividados, incluindo também aqueles que informaram não possuir qualquer dívida deste gênero, os que não souberam e os que não responderam:

Gráfico 2 – Percentuais de níveis de endividamento



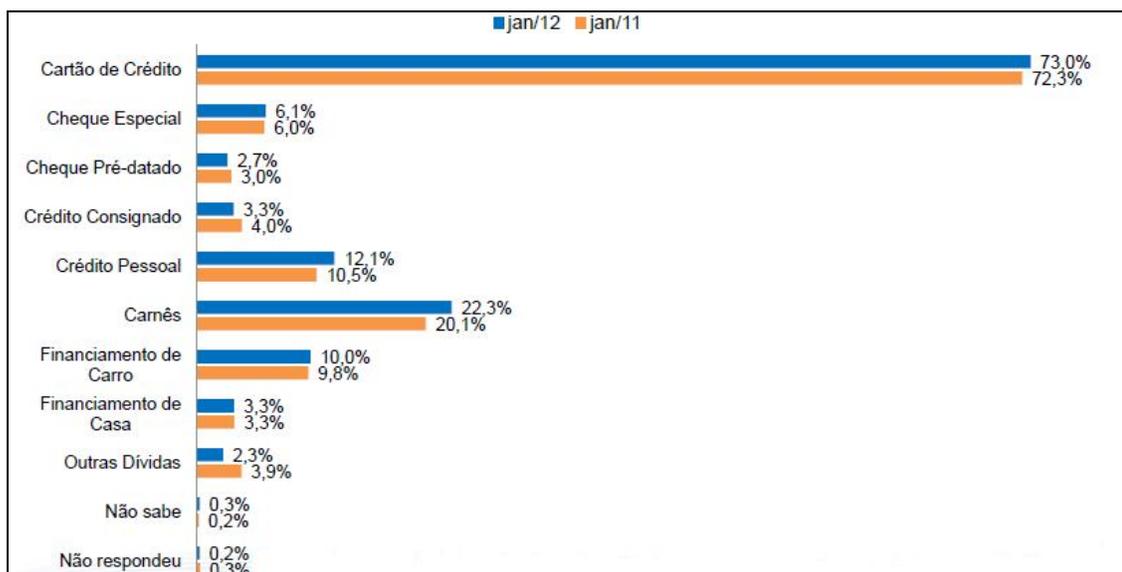
Fonte: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2012.

Tem-se, portanto, que 14,2% dos entrevistados no ano de 2012 demonstraram estar muito endividados, o que forçosamente os insere num quadro crítico que enseja uma nova linha de ação do governo, não mais exclusivamente preventiva, como também voltada à educação e tratamento destes cidadãos que, saliente-se, são duplamente vulneráveis, tanto como consumidores, quanto como endividados.

Em acréscimo, 22,2% dos consumidores informaram estar “mais ou menos” endividados, ao passado que 22,4% encontram-se no rol dos “pouco” endividados.

Ademais, alguns outros índices podem contribuir para uma estratégia mais precisa de prevenção destes débitos, a exemplo dos percentuais relativos aos principais tipos de dívida, em sequência:

Gráfico 3 – Percentuais de tipos de dívida



Fonte: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2012.

Como disposto, os cartões de crédito, com 73%, ainda são os principais causadores do endividamento, muito à frente das demais modalidades de empréstimo. Esta constatação sugere a necessidade de se priorizar a implantação de programas educativos relacionados especificamente a este instrumento de consumo.

Contudo, em que pese as sérias consequências já acarretadas pelo estado de endividamento, o problema se torna mais sério quando este quadro se agrava e chega ao ponto do indivíduo comprometer a totalidade de sua renda, o que o leva a um nível de dívidas tão elevado que sequer consegue garantir a subsistência de sua família e, impossibilitado de prover este “mínimo vital”, experimenta dificuldades em relação às suas necessidades básicas e ao seu sustento, alcançando a fase do *superendividamento*.

O termo *superendividamento* se refere à situação em que a pessoa física tem mais débitos do que dispõe, ainda que potencialmente, para saldar as suas despesas. É considerada a morte civil do indivíduo.

Esclarecendo este conceito, dispõe Cláudia Lima Marques:

O superendividamento pode ser definido como a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco,

oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio. (2010, p. 21).

Este estado de *superendividamento* difere do mero não cumprimento de obrigações, o qual consiste simplesmente no não pagamento de determinadas dívidas ou numa inadimplência eventual, que engloba, inclusive, atrasos oportunistas e intencionais. Aquele, por sua vez, se refere a um quadro em que o indivíduo fica impossibilitado, de forma duradoura ou estrutural, de pagar o conjunto de suas dívidas.

Para que um consumidor seja considerado superendividado, ele deve preencher alguns requisitos. O primeiro deles é estar de boa-fé na oportunidade da aquisição do produto ou da contratação do serviço, excluindo-se, pois, aquele indivíduo que astutamente assume novas despesas, ciente de que são incompatíveis com a sua renda e imbuído da intenção de não pagá-las. O segundo dos requisitos se refere à necessidade do devedor ser pessoa física. Portanto, o *superendividamento* não abarca a pessoa jurídica que, frise-se, é amparada pelos institutos da recuperação judicial e da falência.

Cumprido observar, ainda, que este *sobreendividamento*, como também é conhecido, não engloba apenas as dívidas já vencidas, mas também as que estão por vencer, o que significa que o cidadão pode ser considerado superendividado se já existe uma séria e patente ameaça de que o mesmo não será capaz de quitar estas dívidas no instante em que se tornarem exigíveis.

Ademais, a doutrina sugere uma classificação que divide os superendividados em ativos e passivos. Aqueles são os consumidores que, de maneira irresponsável e subconsciente, extrapolam as compras, consumindo desenfreadamente, acima de suas condições econômicas ou de patrimônio. Os passivos, diferentemente, são vítimas de alguns “acidentes de vida”, a exemplo de divórcio, morte na família, doença, acidente, desemprego, redução de carga horária ou salário ou até mesmo um nascimento inesperado de um filho, situações que forçosamente os levam a comprometer suas rendas além do inicialmente planejado.

Este fenômeno do *superendividamento* vem afligindo o consumidor brasileiro e está crescendo assustadoramente na sociedade pós-moderna, representando um

grave fator de exclusão social. Versando sobre suas consequências, prossegue Cláudia Lima Marques:

Sob uma ou outra forma, o superendividamento é gerador de situações nefastas que não se pode deixar prosperar. Constitui, com efeito, fonte de tensões no seio da célula familiar que muitas vezes acarretam um divórcio, agravando a situação de endividamento. Ele pode conduzir as pessoas superendividadas a evitar despesas de tratamentos, mesmo essenciais, ou ainda a negligenciar a educação dos filhos. E, na medida em que a situação é tal, que a moradia não poder ser assegurada, é dado um passo na direção da exclusão social. O superendividamento é fonte de isolamento, de marginalização; ele contribui para o aniquilamento social do indivíduo. (2010, p. 10).

Os efeitos desse flagelo social consistem, pois, num efetivo obstáculo à concretização da dignidade da pessoa humana, tendo em vista que, ante o comprometimento de seu patrimônio, o indivíduo não mais consegue prover o suficiente às suas necessidades básicas e de sua família, por vezes buscando na marginalização a superação do seu estado de “falência civil”.

É evidente que não se trata de um problema meramente jurídico. “O fenômeno do superendividamento encontra consequências multidisciplinares” (LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 44). As condições a que são submetidos estes superendividados não raramente desencadeiam desvios comportamentais e transtornos psicológicos, tendo em vista que muitas destas vítimas não aceitam com facilidade o estado a que chegaram, e acabam por não compartilhar as dificuldades com suas famílias ou amigos, sofrendo e permanecendo inertes no tocante à diminuição dos gastos ou na busca de soluções mais incisivas.

Em face disso, em determinados casos faz-se imprescindível a atuação de psicólogos e assistentes sociais, que além do tratamento voltado ao desenvolvimento da capacidade de lidar com a sociedade de consumo, irão trabalhar a questão da autoaceitação da condição de superendividado, procurando desconstruir o comportamento introspectivo e individualista desenvolvido por aqueles devedores que buscam solucionar sozinhos o problema, ajudando-os a “quebrar” este silêncio.

Neste ínterim, o fenômeno do *superendividamento*, que desencadeia efeitos não só de ordem jurídico-econômica, como de saúde física e mental dos consumidores, pode ser identificado como um dos resultados mais severos e

perigosos da escassez de programas voltados à educação para o consumo, em virtude de estar estritamente relacionado à visão conjuntural do consumidor no mercado de consumo, pondo em risco o próprio sistema de proteção desta classe.

Além disso, o problema é ainda mais acentuado no Brasil, considerando que, a despeito do país possuir um dos maiores contingentes populacionais do mundo, não há qualquer lei que preveja algum instituto semelhante à “recuperação judicial” aplicável à pessoa física, como já existe em muitos países, a exemplo da França, Bélgica e Luxemburgo.

Todavia, sem prejuízo da importância de uma lei destinada ao amparo dos superendividados, no caso, vítimas da ausência de políticas de educação para o consumo discutidas neste trabalho, o que se almeja são iniciativas que propiciem o desenvolvimento de um consumidor consciente, capaz de exercer sua liberdade de escolha de maneira reflexiva, sem se submeter a situações de risco que desencadeiem um quadro de *superendividamento*, tendo por escopo tanto o direito fundamental à defesa do consumidor como a garantia de respeito à cláusula geral de tutela da dignidade da pessoa humana, e cada vez mais o papel do poder local tem se tornado estratégico para a ampliação de ações que resultem num efetivo respeito a estes direitos.

Esta prevenção contra o *superendividamento* consiste, sobretudo, em fazer com que o consumidor não seja levado a se comprometer com uma operação de crédito além de suas faculdades racionalmente previsíveis de reembolso. Isso implica também que ele seja claro e precisamente comunicado de todas as informações necessárias para que possa determinar o custo real da operação visada, como bem salienta Clarissa Costa de Lima (2010, p. 11).

A conscientização acerca das cautelas e riscos que envolvem a contratação do crédito que, lembre-se, ainda é a maior causa do endividamento excessivo dos brasileiros, pode ser alcançada através de políticas públicas voltadas à orientação financeira do consumidor, cujo conteúdo pode abordar a própria importância da educação financeira; a forma como surgem as dívidas; o orçamento doméstico (por que e como fazer); a planilha de controle orçamentário; a identificação de despesas constantes, eventuais e imprevistas; os meios para se manter o orçamento equilibrado; os tipos de crédito e suas características; a análise do consumismo desde a infância; sugestões de ações para saldar as dívidas; as regras dos

cadastros de proteção ao crédito; a regularização de cheques sem fundo e títulos protestados, bem como aspectos emocionais do consumo.

A educação para consumir está amparada pelos próprios fundamentos constitucionais do Estado Democrático de Direito, dentre eles a cidadania, e representa, antes de tudo, um encontro do indivíduo consigo mesmo, fazendo-o enxergar a realidade complexa em que está inserido, que o limita em sua capacidade de escolha crítica em razão da parcialidade intencional da mídia.

Destarte, é esta educação para o consumo, especialmente à educação voltada à utilização do crédito, que constitui instrumento hábil à atenuação dos índices de *superendividamento* no Brasil, que hoje é reconhecido não só como um problema social de consequências econômicas, mas também como uma evidente dificuldade a ser enfrentada no meio jurídico. Somente a transformação da consciência do cidadão e a adaptação de seu modo de vida a esta nova filosofia de ação consciente nas relações de consumo serão capazes de assegurar o enraizamento das premissas e objetivos traçados no Código de Defesa do Consumidor e na própria Constituição Federal.

## **5 CONCLUSÃO**

Como os demais direitos do homem, os direitos fundamentais do consumidor são resultado de fatores históricos, e refletem, sobretudo, um movimento eclodido durante a revolução industrial em prol da defesa desta classe, impulsionado pela instauração de um cenário de severas desigualdades.

Dentre estes direitos, destaca-se o direito fundamental à educação para o consumo, ao qual se atribuiu maior ênfase na segunda metade do século XX, em razão, principalmente, da acentuação da vulnerabilidade informativa do consumidor, ocasionada por maiores estímulos ao consumismo e por estratégias de divulgação e publicidade marcadas pela agressividade e perspicácia.

Entretanto, a despeito do amplo reconhecimento da importância do referido direito fundamental à educação para o consumo, poucos são os projetos governamentais voltados à sua materialização, o que se reflete em dados

relacionados ao endividamento no país, os quais demonstram a falta de “consciência crítica para consumir” dos brasileiros.

Como agravante, muitos destes quadros de endividamento evoluem e desencadeiam uma situação de *superendividamento*, que se caracteriza pelo estado em que a pessoa física tem sua renda inferior aos valores devidos aos seus credores, o que a leva a enfrentar dificuldades no que tange às suas necessidades básicas e ao seu sustento.

Com efeito, o *superendividamento* já é considerado um fenômeno parajurídico da pós-modernidade em face de sua dimensão, e a gravidade de suas implicações o fazem ser identificado como uma das mais sérias e complexas decorrências da ausência de políticas públicas relacionadas à educação para o consumo.

Pode-se concluir, destarte, que se faz premente a necessidade de desenvolvimento de projetos que objetivem a orientação do consumidor como mecanismo de prevenção ao *superendividamento*. Esta conscientização acerca da prática consumerista representa a solução mais patente para a minoração das situações de endividamento excessivo ocasionadas pelo fator da desinformação, principalmente no tocante ao consumo de crédito.

Além disso, o Estado, incluindo-se não só o Poder Executivo, como também os Poderes Legislativo e Judiciário, não pode permanecer alheio e inerte à necessidade de inclusão social do consumidor superendividado, mas sim adotar uma postura proativa voltada ao tratamento deste, auxiliando-o no restabelecimento do seu equilíbrio financeiro e garantindo sua reinserção no mercado de consumo e na sociedade de maneira consciente e, sobretudo, digna.

## **A CRITICAL ANALISYS OF THE PHENOMENON OF OVER INDEBTMENT IN LIGHT OH FUNDAMENTAL RIGHT OF EDUCATION FOR CONSUMING**

### **ABSTRACT**

This study aims to analyse the *over indebtment* phenomenon, which is identified as one of the most serious results of the non enforcement of the right of education for consuming. The recognition of the Human Rights was always strictly related to the

historical moments when these rights arise. Consumers' fundamental rights are a result of the scenario marked by inequalities established by the Industrial Revolution and its respective consequences, as mass production. One of these rights, the right of education for consuming, showed more relevance on the second half of the 20th century, due to the consuming encouragement and the intensification of the aggressiveness of the publicity strategies of products and services. In Brazil, in spite of the constitutional rule that determines consumer protection and the fact that the right for consumer education is considered a consumer's code's fundamental principle, as well as a consumer basic right, government initiatives related to its enforcement are few, what is verified through debt ratios in the country. This study uses the deductive method, and, regarding the methodology, literature research was used. The conclusion is that, despite the widespread recognition of the importance given to the right of education for consuming, the Brazilian consumer protection system is marked by a lack of public policies aimed at the prevention and treatment of over indebted consumers, who are direct victims of a phenomenon resulting from the absence of "critical consciousness to consume" in citizens.

**KEYWORDS:** Consumers' fundamental rights. Fundamental right of education for consuming. Credit democratization. *Over indebtedment.*

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 10 de agosto de 2012.

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 01 de agosto de 2012.

CARPENA, Heloísa; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo: RT, v. 55, p. 120-148, jul-set/2005.

CARVALHO, Flávia Franco do Prado. A co-responsabilidade do fornecedor de crédito diante do superendividamento do consumidor. **Revista da Esmese**, Aracaju, nº 11, p. 297-317, 2008.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Direito do Consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Pesquisa nacional de endividamento e inadimplência do consumidor**. Rio de Janeiro, 2012.

ESCOLA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Caderno de investigações científicas**. Brasília, 2010. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?Team=%7BB5920EBA-9DBE-46E9-985E-033900EB51EB%7D>>. Acesso em: 15 de outubro de 2012.

FERREIRA FILHO, Manoel Gonçalves. **Direitos humanos fundamentais**. 4. ed. rev. São Paulo: Saraiva, 2000.

MAGALHÃES, Edineia Nascimento de. **O consumidor infante juvenil**. São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.unibrasil.com.br/arquivos/direito/20092/edineia-nascimento-de-magalhaes-de-oliveira.pdf>>. Acesso em: 17 de outubro de 2012.

MINATO, Luana Hundertmarck Minato. **Crédito consignado e o superendividamento**: da necessidade de divulgação dos direitos básicos do consumidor como mecanismo de prevenção. Porto Alegre, 2009.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 32. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2009.

