

## ANÁLISE DA TEORIA DE ZYGMUNT BAUMAN: DO CONSUMISMO AO SUPERENDIVIDAMENTO

Renata Angelis Jamardo Fiorentin<sup>1</sup>

Tiago Lemos<sup>2</sup>

**RESUMO:** O presente artigo tem como título “Análise da teoria de Zygmunt Bauman: do consumismo ao superendividamento”. Os tópicos dividir-se-ão em três. O primeiro tratar-se-á da definição de consumo e consumismo. O segundo abordar-se-á a sociedade de consumo. Já o terceiro e último item estudar-se-á sobre o endividamento ao superendividamento. A metodologia a ser utilizada neste trabalho é o método de abordagem dedutivo, partindo de argumentos gerais para argumentos particulares. A pesquisa, quanto ao procedimento adotado no tema escolhido, é a bibliográfica, uma vez que abrange a bibliografia já pública em relação ao tema de estudo. Por isso esse tipo de pesquisa também se define como pesquisa de fontes secundárias. Quanto ao objetivo do tema, utilizar-se-á a pesquisa exploratória. Ainda, serão feitos fichamentos e fichas de leituras para compreensão do assunto em questão.

**Palavras-chave:** Teoria de Bauman. Consumismo. Superendividamento.

**ABSTRACT:** This article is entitled "Analysis of the theory of Zygmunt Bauman: from consumerism to super indebtedness". The chapters will be divided into three. The first will be the definition of consumption and consumerism. The second will address the consumer society. The third and final chapter will study indebtedness to over-indebtedness. The methodology to be used in this work is the method of deductive approach, starting from general arguments for particular arguments. The research, regarding the procedure adopted in the chosen theme, is the bibliographical one, since it covers the bibliography already public in relation to the subject of study. Therefore, this type of research is also defined as secondary source research. As for the purpose of the theme, exploratory research will be used. Also, will be made cards and records of readings to understand the subject in question.

**Keywords:** Bauman theory. Consumerism. Super indebtedness.

### 1. INTRODUÇÃO

O presente artigo envolve o Direito do Consumidor e tem como tema/título a “Análise da teoria de Zygmunt Bauman: do consumismo ao superendividamento”.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Direitos Humanos na UNESC, 3º semestre de 2018. Advogada e professora acadêmica. [renata\\_jamardo@hotmail.com](mailto:renata_jamardo@hotmail.com).

<sup>2</sup> Mestrando em Direitos Humanos na UNESC, 3º semestre de 2018. Policial Militar. [tiago1010101@hotmail.com](mailto:tiago1010101@hotmail.com).

Percebe-se que o consumismo desenfreado leva o indivíduo ao superendividamento e que o consumista busca no ato de comprar mais, adquirir mais, possuir mais, um meio de ser feliz, de satisfazer seus objetivos, o que de fato acontece, mas de forma momentânea, pois, na medida em que o tempo passa e as coisas adquiridas pelo consumidor ficam antigas, é preferível substituí-las e comprar outras novas. O descarte do produto é mero ato de buscar uma nova satisfação consumista.

Esta pesquisa tem como objetivo geral a compreensão da teoria de Bauman no que tange a sua obra “A vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias”.

Já os objetivos específicos consubstanciam-se em analisar a teoria de Bauman nos aspectos do consumo, do consumismo, da sociedade de consumo, além de avaliar o fato do endividamento levar o consumidor ao superendividamento.

O presente tema foi escolhido a fim de mostrar à sociedade de consumo que o consumismo exagerado leva ao superendividamento e aquele não vai trazer paz, segurança, alegria ao consumidor que ora é consumista de fato.

Também, não é o consumismo que vai satisfazer os desejos e anseios dos consumistas, muito pelo contrário, o ato de adquirir bens de forma exacerbada leva o indivíduo ao superendividamento.

Bauman (2008) qualifica a sociedade líquido-moderna como de consumo, ou melhor, exacerbadamente consumista, onde o superendividamento é resultado do comportamento falho do consumidor.

Para tanto, o artigo divide-se em 3 (três) tópicos. O primeiro tratar-se-á da definição de consumo e consumismo. O segundo abordar-se-á a sociedade de consumo. Já o terceiro e último item estudar-se-á sobre o endividamento ao superendividamento.

A metodologia utilizada neste trabalho é o método de abordagem dedutivo, partindo de argumentos gerais para argumentos particulares.

A pesquisa, quanto ao procedimento adotado no tema escolhido, é a bibliográfica, uma vez que abrange a bibliografia já pública em relação ao tema de estudo. Por isso esse tipo de pesquisa também se define como pesquisa de fontes secundárias.

Quanto ao objetivo do tema, utiliza-se a pesquisa exploratória, uma vez que se aproxima com o assunto estudado, sendo explorado por meio de levantamentos bibliográficos, visando conhecer o assunto em tela.

Para coletar dados neste trabalho, serão realizadas leituras, a fim de fazer fichamentos, uma vez que o presente estudo utiliza tão somente a pesquisa bibliográfica.

Para tanto, será utilizada a leitura analítica e a interpretativa.

## **2. DA DEFINIÇÃO DE CONSUMO E CONSUMISMO**

O consumidor da atualidade não é apenas aquele que consome com a finalidade de suprir suas necessidades básicas, mas é aquele que adquire produtos e mercadorias de todos os gêneros de forma exagerada.

Segundo o Código de Defesa do Consumidor, a definição de consumo é qualquer pessoa física ou jurídica do qual compra ou usa mercadoria ou serviço como sendo o destinatário final (BRASIL, 1990).

O consumo consubstancia-se no fato de que quando o consumidor compra, adquire algum produto é porque necessita satisfazer suas exigências básicas (OLIVEIRA, 2017).

Como, descreve Bauman (1999, p. 77) “[...] consumir é atividade inerente à humanidade, conduta atemporal e pré-requisito de subsistência humana [...]”.

Já o consumismo é diferente do consumo, pois o consumidor não necessita do produto em que adquire, mas o compra para satisfazer sua vontade, mesmo, muitas das vezes, sendo supérfluos (OLIVEIRA, 2017).

Na contemporaneidade, salienta o autor, ocorre uma ressignificação social do consumo, ou seja, o consumo extrapola a definição de aquisição de bens e serviços de utilização pessoal, degenerando em “consumismo” (CANCLINI, 1999).

Na visão de Bauman (2008, p. 41), consumismo “é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros [...]”.

Importante ressaltar a origem do consumo no mundo, uma vez que o consumo é muito antigo quanto o próprio homem.

Bauman (2008, p. 37) discorre que a origem do consumo é tão antiga “[...] quanto os seres vivos – e com toda certeza é parte permanente e integral de todas

as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos”.

Então, antigamente as relações na sociedade eram norteadas pelo trabalho, já nos dias de hoje são definidas pelo consumo.

Com a revolução consumista aconteceu uma ruptura, ou seja, a passagem do consumo (que era vivida na sociedade de produtores) para o consumismo (vivida pela sociedade de consumidores) (BAUMAN, 2008).

O trabalho era o centro na sociedade de produtores, em que o homem possuía a sua principal ocupação.

Essa sociedade de produtores era orientada pela segurança, sendo que a vontade humana, à época, almejava um meio confiável, ordenado, regular, transparente, enfim, resistente ao tempo.

Àquela época, o homem satisfazia-se com a promessa de segurança ao longo prazo, não dando ênfase em desfrutar, de forma imediata, os prazeres da vida no que tange à aquisição e acúmulo de bens (BAUMAN, 2008).

Segundo Martins e Viegas (2013), “[...] definir a sociedade contemporânea, elege-se olhar a estrutura social moderna a partir do fenômeno do consumo e da exacerbação dele, o consumismo”.

Ainda, descreve Bauman (1999, p. 77) “[...] consumir é atividade inerente à humanidade, conduta atemporal e pré-requisito de subsistência humana [...]”.

Assim, o consumo extrapola a definição de aquisição de bens e serviços de utilização pessoal, tornando-se em “consumismo” (CANCLINI, 1999).

Para Bauman (2008, p. 38), a revolução consumista é aquela caracterizada por um “volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes”, em que o consumismo coloca-se no lugar do consumo sólido e, ainda, é destinado à promoção de segurança do consumidor (sociedade de produtores).

Pode-se dizer que a procura de novos produtos norteia a conduta humana, ou seja, o homem adquire novas mercadorias a fim de encontrar sua felicidade.

Nesse sentido, o homem coloca em primeiro lugar de sua vida o consumo/consumismo, como se fosse uma filosofia de vida do homem moderno (CAMPBELL, 2004).

Bauman (2008, p. 74) descreve que “A vocação consumista se baseia, em última instância, nos desempenhos individuais”– e, neste viés de significados do consumo, leciona “O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de

consumidores [...] não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas [...] elevar a condição dos consumidores à de mercadorias” (BAUMAN, 2008, p. 76).

Na contemporaneidade vive-se em torno do consumo, pois a incapacidade para o consumo considera o indivíduo como o excluído da sociedade, a classe falha, uma vez que não participa dos estímulos consumistas (BAUMAN, 2008).

Por sua vez, o consumismo não apresenta o foco de satisfazer as necessidades do homem no que tange à segurança, enfim, mas busca desejos constantes, implicando em uso e substituição dos objetos de satisfação.

Pode-se dizer, então, que o consumismo é uma característica de sociedade em que a vontade possui função muito relevante para cada ser humano e para a sociedade. Um ambiente líquido moderno é contra o sistema da sociedade (BAUMAN, 2008).

Assim, a volubilidade dos desejos do homem e a sua insatisfação das necessidades, o consumo de forma imediata e a conseqüente substituição ou remoção dos objetos já utilizados marcam os dias de hoje, em que a sociedade líquido-moderna apresenta rupturas, diferente da sociedade antecessora (BAUMAN, 2008).

A vida do “imediato” e “agora” dos consumistas de “plantão” é direcionada pela pressa, relacionada à necessidade de descartar e substituir ao invés de comprar em decorrência de suas necessidades básicas (BAUMAN, 2008).

A economia consumista prioriza a movimentação dos produtos no mercado, entretanto, quando ocorre isto, as mercadorias adquiridas viram lixo e, a partir disso, surge novamente à necessidade de comprar novos bens (BAUMAN, 2008).

Afirma-se, então, que a economia consumista se baseia no excesso e desperdício a fim de atender novas necessidades dos consumistas.

Portanto, o valor de uma sociedade consumista é a busca da felicidade de forma imediata que se desfaz (líquida) em um círculo vicioso, condensando suas necessidades existenciais no ato instantâneo de comprar mercadorias. Porém, o consumo não pode ser visto como provedor da felicidade e satisfação pessoal, pois este é passageiro e não satisfaz os anseios do ser humano.

Carqui (2015, p. 260) descreve sobre a diferença de consumo e consumismo: “A nova configuração econômica de sociedade fluída tem como

alicerce o consumismo que, diferentemente do consumo, se caracteriza pela aquisição de tudo aquilo que possa proporcionar a felicidade e o alívio [...]”.

Na visão de Oliveira (2017), o consumismo é diferente do consumo, pois o consumidor patológico não necessita do produto que adquire, mas o compra para satisfazer sua vontade, mesmo, não materializando uma necessidade real.

Além disso, as pessoas não percebem a gravidade do consumo excessivo, que vem provocando uma crescente crise ecológica a ponto de colocar em risco a continuidade da vida no planeta.

Corroborando, Bauman (2008, p. 41) relata acerca do consumismo:

Pode-se dizer que o “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime”, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais.

Visto a diferença entre consumo e consumismo, no item seguinte será analisado sobre a sociedade de consumo e é esta sociedade contemporânea que está cada vez mais possuindo consumistas ao invés de consumidores, em que, na maioria das vezes, endivida-se e até superendivida-se para satisfazer suas vontades pessoais e fazer parte da camada da sociedade de consumidores, sem qualquer exclusão social.

### **3. DA SOCIEDADE DE CONSUMO**

Ensina Bauman (2008, p. 71), a respeito da sociedade de consumidores:

A “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Um sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação.

Também, a sociedade de consumo é um movimento da modernidade modelada pela ênfase do consumo, em que delimita a passagem do consumo ao consumismo como característico da sociedade contemporânea (BAUMAN, 2008).

Giddens (1991, p. 11) refere-se à sociedade de consumo como parte da “pós-modernidade ou pós-modernismo”, ou seja, a sociedade hodierna que prioriza o consumo exagerado em benefício de cada consumista.

Vale fazer breve relato da sociedade de consumidores da era industrial, em que o consumidor não era o mais importante da comunidade, mas o produtor centralizava o mercado, o chão de fábrica era a principal ocupação das pessoas àquela época, bem como o campo de batalha para os homens soldados. Já na sociedade de consumidores da contemporaneidade, tem como espaço os “shoppings”, restaurantes, shows, jogos de futebol, festas, enfim, qualquer lugar que abrigue consumidor nato, independente de idade, sexo e cor.

A sociedade de produtores valorizava uma vida melhor para todos, em que a alegria e a satisfação retirada dos valores eternos eram o mais importante, cuidando sempre do lado espiritual do indivíduo, entretanto, a sociedade líquido-moderna (da atualidade) rejeita aquela forma de valorização e se atenta a dar importância em consumir mais para satisfazer sua própria vontade e “ego”.

Percebe-se, então, que existiram duas etapas da sociedade, a sociedade de produtores que é aquela que dá importância aos valores de segurança, rotina e durabilidade, e a sociedade de consumidores, sendo que esta valoriza os desejos dos consumidores em satisfazer seus anseios materiais, ao passo que os satisfazendo alcançam a felicidade plena.

Aquelas pessoas que não participam da sociedade de consumidores são consideradas consumidoras falhas, excluídas, inválidas, pois não fazem parte da cultura consumista na atualidade.

Martins e Viegas (2013) discorrem que o consumidor superendividado também é considerado um “consumidor falho”, excluído da sociedade de consumidores, e o superendividamento é uma consequência da sociedade de consumo moderna.

Desse modo, segundo Bauman (2008), o consumidor que não se equiparara às mercadorias vendáveis não faz parte da sociedade de consumidores, pois o homem, ao consumir, almeja, não apenas satisfazer seus desejos e vontades, mas também sua comodificação ou recomodificação.

Tanto é verdade que a sociedade de consumidores na contemporaneidade apresenta como palavra central o termo “crédito” (LEONARD, 2011).

Nesse sentido, o crédito na sociedade de consumo tem grande relevância, de maneira que a transformação do consumo ao consumismo, a mudança da sociedade de produtores à sociedade de consumidores sustentou-se na oferta de crédito (BAUDRILLARD, 1995; BAUMAN, 2008). Desse modo, “viver a crédito” e em dívida é inerente à própria circunstância de consumidor (BAUMAN, 2008).

Bauman e Baudrillard (2008; 1995) entendem que a capacidade de se endividar é uma qualidade e característica do consumidor “de jure”.

O crédito ao consumo é um elemento condicionante à sociedade contemporânea, muitas das vezes, levando o consumidor ao superendividamento (LIMA, 2010).

São diversos os efeitos da sociedade de consumo tais como o consumidor estar em uma posição de eliminação social, como também o fato de superendividar-se (BAUMAN, 2008).

O consumidor que atinge o estado de superendividamento e mais as consequências dessa crise de insolvência passa de consumidor pleno a consumidor falho, uma vez que perde o poder de consumo, desencadeando em uma exclusão social na própria sociedade em que vive (MARTINS; VIEGAS, 2013).

Portanto, viver a crédito e o consequente endividamento do consumidor não são somente requisitos da sociedade de consumidores, porém é também o principal elemento do superendividamento, o qual é a consequência do sistema capitalista nos dias atuais (BAUMAN, 2008).

E no tópico seguinte será exposto acerca do endividamento e do superendividamento, consequência do consumismo exagerado e da oferta de crédito ao consumidor de maneira exacerbada.

#### **4. DO ENDIVIDAMENTO AO SUPERENDIVIDAMENTO**

Importante ressaltar a diferença conceitual entre endividamento e o superendividamento.

O endividamento é quando se antecipa rendimentos e o acesso é facilitado ao consumo de bens e serviços (MELLO, 2011).

Corroborando com a ideia de Mello, Marques (2010, p. 17) descreve: “um fato inerente à vida na atual sociedade de consumo, [que] faz parte da liberdade das pessoas no mercado de hoje, do ‘ser consumidor’, em qualquer classe social”.

Já o superendividamento é aquele em que se consubstancia no excesso e no descontrole econômico do consumidor. Menciona Lopes (1996, p. 111), “por ultrapassar sua capacidade de consumo à crédito”, que o consumidor atinge o seu estado de superendividamento.

Assim, pode-se dizer que é a impossibilidade de adimplir as dívidas de consumo que demarca o superendividamento, decorrendo de um desdobramento social do crédito ao consumo (LOPES, 1996).

Por sua vez, Wodtke (2014, p. 2) conceitua o termo “superendividamento” como um “fenômeno comum nas sociedades de consumo, de acesso ao crédito facilitado, democratizado e pautado no pagamento em prestações”.

Nesta direção, para Schmidt Neto (2009, p. 9), o “superendividamento diz respeito à impossibilidade global do devedor pessoa física, de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas decorrentes de consumo, vencidas e vincendas [...]”.

Da mesma forma, Marques (2006, p. 231) define superendividamento como a “[...] impossibilidade total do consumidor, pessoa física, devedor, leigo e de boa-fé, pagar suas dívidas atuais e futuras decorrentes do consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundo de delitos e de alimentos)”.

Para enfrentar essa problemática crescente, também na sociedade brasileira, tramita um Projeto de Lei no Senado Federal de n. 283/2012, que pretende alterar o Código de Defesa do Consumidor disciplinando o crédito ao consumidor e a prevenção ao superendividamento.

No Projeto n. 283/2012, o artigo 104-A, § 1º, dispõe acerca do superendividamento:

Art. 104-A, § 1º: Entende-se por superendividamento o comprometimento de mais de trinta por cento da renda líquida mensal do consumidor com o pagamento do conjunto de suas dívidas não profissionais, exigíveis e vincendas, excluído o financiamento para a aquisição de casa para a moradia, e desde que inexistentes bens livres e suficientes para a liquidação do total passivo (BRASIL, 2012).

Em sua definição legal, o superendividamento é o comprometimento de mais de 30% (trinta por cento) da renda líquida mensal do consumidor com o pagamento conjunto de suas dívidas não profissionais, exigíveis e vincendas,

excluindo o financiamento para aquisição de moradia, desde que não existam bens livres e suficientes para a liquidação do total passivo.

Ainda, para definir o termo superendividamento é necessário entender alguns elementos, como “[...] “devedor pessoa física”, “boa-fé”, “dívida de natureza não profissional”, “impossibilidade manifesta” e dívidas vencidas e vincendas [...]” (MARTINS; VIEGAS, 2013, p. 8).

O primeiro elemento é o devedor ser pessoa física, uma vez que nas pessoas jurídicas são aplicadas a falência e a recuperação judicial ou extrajudicial (GONTIJO, 2010).

Quanto à boa-fé do consumidor superendividado ela pode ser presumida ou não existir, sendo analisada diante de elementos como quantidades de empréstimos do consumidor, montante e destinação do crédito, enfim, as razões do superendividamento (SCHMIDT NETO, 2009).

No tocante às dívidas de natureza não profissional, refere-se à dívida proveniente de consumo (SCHMIDT NETO, 2009).

Os dois últimos requisitos são avaliados em conjunto, se o superendividamento é causado pela impossibilidade manifesta de quitar as dívidas vencidas e vincendas, sendo que é preciso que as dívidas atuais e futuras acarretem uma impossibilidade global, ao passo que o não cumprimento de uma prestação a cargo do consumidor não seja suficiente para caracterizar o superendividamento (MARQUES, 2010).

A caracterização do superendividamento dá-se da seguinte maneira: a) superendividamento passivo – é aquele em que se deu por situações diversas da vontade do consumidor, por exemplo: acidente, perda de emprego, doença, morte de ente querido, divórcio e separação; b) superendividamento ativo – é aquele em que o consumidor, de tanto gastar, perde o controle de suas finanças, este tipo de superendividamento ativo subdivide-se em consciente e inconsciente (AMARAL, 2017).

Pois bem, o superendividamento ativo consciente é aquele em que o consumidor contrai a dívida sem possuir condições de saldá-las, agindo, portanto, de má-fé desde o firmamento do contrato de crédito até o pagamento que não é realizado (SCHMIDT NETO, 2012).

Já o superendividamento ativo inconsciente é aquele em que se caracteriza pela impulsividade do consumidor em gastar e comprar bens sem o devido cuidado, endividando-se por causa de tal atitude (SCHMIDT NETO, 2012).

Ainda, não existe legislação brasileira que discipline a questão do superendividamento e a proteção do consumidor frente à oferta de crédito exacerbada, apenas, como já mencionado, está em tramitação o Projeto de Lei n. 283/2012.

Assim, a legislação brasileira, em alguns aspectos do superendividamento abraça legislações de outros países, como a lei francesa.

Além disso, no que tange à oferta de crédito ao consumidor, importante informar que na metade da década de 1990 houve um crescimento expressivo da demanda de crédito com taxas de juros elevadas (WODTKE, 2014).

Marques (2006) relata que, entre os anos de 2001 a 2006, surgiram 50 milhões de clientes bancários que aderiram ao crédito junto ao banco.

Entretanto, a sociedade não estava acostumada com as regras comerciais e acabaram entrando em uma relação de consumo sem saída.

Batistella (2014) salienta que o acesso fácil ao crédito tem dominado a sociedade contemporânea, principalmente para a população de baixa renda, aumentando, conseqüentemente, o consumo de forma irresponsável.

O processo de oferta e aquisição ao crédito disseminou-se em todas as classes sociais e deixou de ser um serviço exclusivo de bancos, podendo ter acesso ao crédito em vários outros lugares, como em lojas, internet, internet *banking*, supermercados, enfim, a oferta de crédito cresceu tanto que se espalhou pelo mercado de consumo (BATISTELLA, 2014).

Chardin (1998, p. 34) defende que o consumidor de crédito:

[...] está submetido à pressão de forças externas e internas, mais fortes do que possa imaginar o consumidor, sobretudo porque representadas, na segunda hipótese, pelos desejos e necessidades do consumidor. Além disso, especial vulnerabilidade do consumidor de crédito deve-se ao fato de que o consumo pode ter mais afinidade com os desejos e necessidades do que propriamente com a vontade do consumidor.

Observa-se que a pessoa que utiliza crédito sem limites é porque busca suprir suas necessidades e desejos.

Diante desses consumidores/consumistas é que o processo de oferta e aquisição ao crédito se disseminou em todas as classes sociais e deixou de ser um

serviço exclusivo de bancos, podendo ter acesso ao crédito em vários outros lugares, como em lojas, internet, internet *banking*, supermercados, enfim, a oferta de crédito cresceu tanto que se espalhou por diferentes âmbitos do mercado de consumo (BATISTELLA, 2014).

As modalidades principais de crédito que transformaram o consumo acessível a todos, principalmente aquelas pessoas de baixa renda, são o crédito consignado e o financiamento para aquisição de bens (SLOMP, 2008).

Os serviços de crédito oferecidos são vários, discorre Batistella (2014, p. 52-53) “[...] Cheque especial, cartão de crédito, empréstimo pessoal, crédito direto ao consumidor (CDC), crédito consignado, crédito habitacional e leasing [...]”.

Diante da oferta de crédito exagerada, a tutela estatal deve proteger o consumidor das “garras” do superendividamento e proporcionar um tratamento para o restabelecimento do superendividado. Existem situações em que o consumo exagerado depende da educação financeira e capacidade de compreensão do consumidor.

Os efeitos do superendividamento são vários, porém serão citados alguns. O primeiro dos efeitos é que o superendividado se submete a trabalhar na economia informal com o objetivo de afastar a tributação da renda e, também, usufruir dos benefícios sociais ofertados pelo Estado, como seguro desemprego (LIMA, 2014).

Já o segundo efeito pauta-se no lado psicológico do superendividado, pois a grande maioria dos devedores apresenta desequilíbrio e fragilidade emocional relacionado ao sentimento de fracasso de administração da economia familiar e, em seus projetos de vida idealizados (FRADE; MAGALHÃES, 2006).

Assim, o problema do superendividamento é uma questão multidisciplinar e deve ser solucionado a partir de uma abordagem complexa desde a parte econômica até a parte psicológica do consumidor (SCHMIDT NETO, 2012), tendo em vista a dignidade da pessoa humana.

Por conseguinte, o princípio da dignidade da pessoa humana deve ser tutelado pelo Estado em qualquer situação, por isso que se deve tratar o superendividamento como um problema que prepondera na sociedade, para evitar a “morte” financeira e social dos consumidores (CEZAR, 2007).

Mercê disso, o superendividamento do consumidor em decorrência do uso desenfreado do crédito está sendo prática corriqueira e é por essa razão que o

Projeto de Lei n. 283/2012 está em tramitação e o Projeto de Lei n. 3515/2015 foi aprovado pela Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados, a fim de defender o consumidor colocando a questão do superendividamento no rol dos direitos básicos do Código de Defesa do Consumidor.

## **5. CONCLUSÃO**

O presente artigo mostrou nos três itens que o consumidor quando consome de forma exagerada é denominado consumista e que esse ato de consumo, em uma sociedade líquido-moderna, conduz o consumista ao superendividamento.

Não é o fato de consumir exageradamente que irão satisfazer os anseios do consumista.

Por certo momento o indivíduo satisfaz sua vontade, mas depois de um tempo, é preciso comprar mais e substituir o bem que adquiriu anteriormente, usualmente, o consumista descarta aquele bem “velho” no lixo.

Compreende-se que essa atitude do consumista possui a finalidade de não ir para a camada de excluídos da sociedade, pois na sociedade de consumidores aquele que não consome é considerado consumidor falho, e aquele que consome demais a ponto de estar inadimplente é considerado consumidor superendividado e, conseqüentemente, falho.

O sistema capitalista contribui para o consumidor se transformar em consumista e a oferta desenfreada de crédito por instituições financeiras e bancárias acarreta o superendividamento do indivíduo que apresenta dificuldade em voltar ao seu estado de adimplência.

O assunto em tela é recente e está cada vez mais sendo discutido em noticiários, sites eletrônicos, congressos nacionais e internacionais, palestras, instituições acadêmicas, enfim, tanto é que existem vários trabalhos acadêmicos acerca do superendividamento em decorrência da oferta demasiada do crédito ao consumidor.

Assim, ainda existem inúmeros outros aspectos relacionados ao tema em questão, mas que não foram abordados em virtude de que serão aprofundados na dissertação de mestrado em Direitos Humanos, na UNESC, em Criciúma/SC.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Fernando Lima Gurgel do. **O superendividamento do consumidor: abrangência, conceito, prevenção e recuperação.** 14 de fev. 2017. Disponível em: <[http://www.rkladvocacia.com/o-superendividamento-do-consumidor-abrangencia-conceito-prevencao-e-recuperacao/#\\_ftnref10](http://www.rkladvocacia.com/o-superendividamento-do-consumidor-abrangencia-conceito-prevencao-e-recuperacao/#_ftnref10)>. Acesso em: 17 jan. 2018.

BATISTELLA, Camila. **Consumo e endividamento na classe média brasileira no início do século XXI.** 87 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas)– Curso de Graduação, da Universidade de Brasília, DF, 2014. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7334/1/2014\\_CamilaBatistella.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/7334/1/2014_CamilaBatistella.pdf)>. Acesso em: 17 jan. 2018.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **A vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)>. Acesso em: 13 jan. 2018.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de Lei do Senado nº 283/12.** Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106773>>. Acesso em: 17 jan. 2018.

CAMPBELL, Colin. **I shop therefore I know that I am: the methaphysical basis of modern consumerism.** In: EKSTROM, Karin M.; BREMBECK, Helene (org). *Elusive Consumption.* Nova York: Berg, 2004. p. 27-45. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/79291084/Ekstrom-Brembeck-Elusiveconsumption-2004>>. Acesso em: 15 jan. 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CARQUI, Vagner Bruno Caparelli. **O risco na sociedade de consumo: superendividamento como perda de capacidades.** Minas Gerais: Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo, 2015.

CEZAR, Fernanda Moreira. **O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil constitucional.** Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 63, 2007.

CHARDIN, Nicole. **Le contrat de consommation de crédit et l'autonomie de la volonté.** Paris: Librairie generale de droit et de jurisprudence, 1998.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. **Sobreendividamento, a outra face do crédito**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunrdelli (Coords). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GONTIJO, Patrícia Maria Oliva. **A regulamentação do superendividamento como forma de concretização do Estado Democrático de Direito**. 192 f. Dissertação (Mestrado em Direito)–Curso de Pós-graduação Strictu Sensu, da Faculdade de Direito Milton Campos, Nova Lima, 2010. Disponível em: <[www.mcampos.br/posgraduacao/Mestrado/dissertacoes/2010/patriciamariaoliviagontijoaregulamentacaodosuperendividamentocomoforma.pdf](http://www.mcampos.br/posgraduacao/Mestrado/dissertacoes/2010/patriciamariaoliviagontijoaregulamentacaodosuperendividamentocomoforma.pdf)>. Acesso em: 17 jan. 2018.

LEONARD, Annie. **A história das coisas: da natureza ao lixo, o que acontece com tudo que consumimos**. Tradução Heloisa Mourão. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

LIMA, Clarissa Costa de. **O Mercosul e o desafio do superendividamento**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 73, 2010.

LIMA, Clarissa Costa de. **O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

LOPES, José Reinaldo de Lima. **Crédito ao consumidor e superendividamento: uma problemática geral**. Revista de Informação Legislativa, v. 33, n. 129, p. 109-115, 1996. Disponível em:< [www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/176377](http://www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/176377)>. Acesso em: 17 jan. 2018.

MARQUES, Claudia Lima. **Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 75, p. 09-42, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARTINS, Tereza Lisieux Gomes; VIEGAS, Thais Emilia de Sousa. **Sociedade de consumo e superendividamento: uma discussão Sobre a proposta de alteração do código de defesa do Consumidor**, 2013. Disponível em:< <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=72fa288df9f22f71>> Acesso em: 15 jan. 2018.

MELLO, Flávio Citro Vieira de. **A proteção do sobre-endividado no Brasil**. Revista lusobrasileira de Direito do Consumidor, v. 1, n. 2, p. 11-38, jun/2011. Disponível em: <[http://www.bonijuris.com.br/bonijuris/arquivos/finalizada\\_p011.pdf](http://www.bonijuris.com.br/bonijuris/arquivos/finalizada_p011.pdf)>. Acesso em: 17 jan. 2018.

OLIVEIRA, Cleiton. **Consumo e Consumismo**: Saiba qual é a diferença e o que fazer para não cair nessa armadilha, 2017. Disponível em: <<http://www.resenhavirtual.com.br/blog/consumo-e-consumismo/>>. Acesso em: 13 jan. 2018.

SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento**: do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil. Curitiba: Juruá, 2012.

SCHMIDT NETO, André Perin. **Superendividamento do consumidor: conceito, Pressupostos e classificação**. Revista da SJRJ, Rio de Janeiro, n. 26, p. 167-184, 2009, Disponível em: <[http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista\\_sjrj/article/viewFile/36/34](http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista_sjrj/article/viewFile/36/34)>. Acesso em: 17 jan. 2018.

SLOMP, J. Z. F. **Endividamento e Consumo**. Revista das Relações de Consumo , p. 109- 131, 2008.

WODTEK, Guilherme Domingos Gonçalves. **O superendividamento do consumidor**: as possíveis previsões legais para seu tratamento. (Artigo extraído do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), 21 nov. 2014. Disponível em: <[http://conteudo.pucrs.br/wp-content/uploads/sites/11/2017/03/guilherme\\_wodtke\\_2014\\_2.pdf](http://conteudo.pucrs.br/wp-content/uploads/sites/11/2017/03/guilherme_wodtke_2014_2.pdf)>. Acesso em: 05 out. 2017.