



JILREIS ALVES DO NASCIMENTO

**O SUPERENDIVIDAMENTO COMO OFENSA À DIGNIDADE HUMANA:
NECESSIDADE DE AMPLIAR A DIVULGAÇÃO E O CUMPRIMENTO DA LEI nº
14.181/2021**

Conceição do Coité - BA
2024

JILREIS ALVES DO NASCIMENTO

**O SUPERENDIVIDAMENTO COMO OFENSA À DIGNIDADE HUMANA:
NECESSIDADE DE AMPLIAR A DIVULGAÇÃO E O CUMPRIMENTO DA LEI nº
14.181/2021**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Direito, 10º
semestre, turma A, da Faculdade da
Região Sisaleira, como requisito de
avaliação da disciplina de Trabalho de
Conclusão de Curso II.

Orientadora: Grasielle Silva Oliveira
Trabuco

Conceição do Coité - Ba
2024

Ficha Catalográfica elaborada por:
Carmen Lúcia Santiago de Queiroz – Bibliotecária
CRB: 5/001222

N17 Nascimento, Jilreis Alves do
O superendividamento como ofensa à dignidade humana: necessidade de ampliar a divulgação e o cumprimento da Lei nº 14.181/2021./Jilreis Alves do Nascimento. – Conceição do Coité: FARESI, 2024.
19f.

Orientadora: Profa. Grasielle Silva Trabuco Oliveira.
Artigo científico (bacharel) em Direito. – Faculdade da Região Sisaleira - FARESI. Conceição do Coité, 2024.

1 Direito. 2 Superendividamento. 3 Direito do Consumidor. 4 Dignidade da Pessoa Humana. 5 Direitos Básicos do Consumidor. I Faculdade da Região Sisaleira – FARESI. II Oliveira, Grasielle Silva Trabuco. III. Título.

CDD: 342.231

JILREIS ALVES DO NASCIMENTO

**O SUPERENDIVIDAMENTO COMO OFENSA À DIGNIDADE HUMANA:
NECESSIDADE DE AMPLIAR A DIVULGAÇÃO E O CUMPRIMENTO DA LEI n^o
14.181/2021**

**Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Direito, pela Faculdade da Região Sisaleira.**

Aprovado em 29 de maio de 2024.

Banca Examinadora:

**GRASIELLE SILVA TRABUCO OLIVEIRA / grasielle.oliveira@faresi.edu.br
LARISSA DE SOUZA ROCHA / Larissa.rocha@faresi.edu.br
PRISCILA GÓES / priscila.goes@faresi.edu.br
RAFAEL ANTON / Rafael.anton@faresi.edu.br**



**Rafael Reis Bacelar Antón
Presidente da banca examinadora
Coordenação de TCC – FARESI**

**Conceição do Coité – BA
2024**

**O SUPERENDIVIDAMENTO COMO OFENSA À DIGNIDADE HUMANA:
NECESSIDADE DE AMPLIAR A DIVULGAÇÃO E O CUMPRIMENTO DA LEI nº
14.181/2021**

Jilreis Alves do Nascimento¹
Grasielle Silva Oliveira Trabuco²

RESUMO: Trata-se de um estudo de aprofundamento sobre o superendividamento, um fenômeno da sociedade contemporânea, devido ao consumismo excessivo e suas consequências tanto para dignidade humana, quanto para o cenário jurídico brasileiro. Este trabalho tem como objetivo contribuir para com as discussões sobre os efeitos do superendividamento, a partir da visão jurídica e social, dentro do direito consumidor, além de abordar a lei 14.181/2021. A pesquisa é qualitativa com revisão bibliográfica, a partir da seleção de livros e artigos científicos, bem como análise de julgados e das leis pertinentes ao tema retratado. Diante do exposto, observa-se que a vulnerabilidade do consumidor, face às práticas abusivas e às publicidades enganosas, é algo que, apesar da presença da legislação, ainda carece de maior proteção, tendo em vista que o endividamento da população brasileira cresce assustadoramente e interfere em todo o mercado financeiro do país, sendo necessário ações para o cumprimento dessa lei.

Palavras-chaves: Superendividamento. Direito do Consumidor. Dignidade da Pessoa Humana. Direitos Básicos do Consumidor.

ABSTRACT: This is an in-depth study on over-indebtedness, a phenomenon in contemporary society, due to excessive consumerism and its consequences for both human dignity and the Brazilian legal scenario. This work aims to contribute to discussions about the effects of over-indebtedness, from a legal and social perspective, within consumer law, in addition to addressing law 14,181/2021. The research is qualitative with a bibliographical review, based on the selection of books and scientific articles, as well as analysis of judgments and laws relevant to the topic portrayed. In view of the above, it can be seen that consumer vulnerability, in the face

¹ Graduando do Curso de Direito da Faculdade da Região Sisaleira. E-mail: jilreis.nascimento@faresi.edu.br

² Professora orientadora.

of abusive practices and misleading advertising, is something that, despite the presence of legislation, still requires greater protection, given that the indebtedness of the Brazilian population is growing alarmingly and interferes with the country's entire financial market, requiring action to comply with this law.

Keywords: Over-indebtedness. Consumer Law. Dignity of human person. Basic Consumer Rights.

1 INTRODUÇÃO

O direito do consumidor é uma das áreas que está cada vez mais fazendo sentido na sociedade. Isso é justificado pela forma com que nosso sistema econômico se estruturou, colocando o consumo como algo inerente à própria vida. Benjamin (1991) elenca algumas das principais preocupações dessa área do direito, como a massificação das relações de consumo, a informação do consumidor, métodos comerciais abusivos, dentre outras.

O consumo satisfaz tanto a sustentação das necessidades básicas quanto as mais supérfluas, que muitas vezes recebem grande influência dos meios de comunicação, deixando os consumidores vulneráveis às estratégias mercadológicas de persuasão e vendas. Esses meios de comunicação, embora a expressão represente o contrário, não permite um diálogo efetivo, onde os interlocutores expressam suas opiniões de forma equivalente, e sim de forma unilateral por parte desses instrumentos.

A Concessão de Crédito é um elemento bancário que permite acesso a bens, contudo, deve se atentar para não resultar em um superendividamento, que está em ascensão na sociedade atual. Pereira e Zaganelli (2019) abordam a definição de superendividamento como sendo variada, dependente do contexto social, contudo, diante das leituras, pode-se afirmar que essa situação se concretiza quando o consumidor se encontra incapaz, economicamente, de cumprir seus débitos obrigatórios, levando a um desequilíbrio, o que gera danos nos diversos cenários da vida.

As repercussões de tal fenômeno também põe o risco a dignidade da pessoa humana, pois gera o que Teixeira e Soncin (2015) chamam de exclusão do mercado de consumo, situação em que a possibilidade de consumo está vedada,

levando, assim, a uma exclusão social, ferindo os princípios da dignidade da pessoa humana. Segundo Xavier (2018), “O princípio da dignidade humana traz o que há de mais importante aos indivíduos, que é o direito de ter uma vida plena, sem qualquer interferência.”

Até pouco tempo não existia, no Brasil, nenhuma tutela jurídica específica para o endividamento, contudo, após anos de discussão sobre o tema, ressaltando sua necessidade, foi criada a Lei nº14181/2021, o que gerou alterações no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Essa lei visa a promoção de ações de educação financeira e ambiental dos consumidores, como forma de evitar a exclusão social gerada pelo superendividamento (BRASIL, 2021). Contudo, apesar de sua criação, ainda falta o conhecimento sobre a mesma, além de efetividade no cumprimento.

O presente estudo tem como objetivo contribuir para com as discussões os efeitos do superendividamento, a partir da visão jurídica e social, dentro do direito consumidor, refletir e analisar as relações de crédito no resguardo da dignidade humana, além de retratar a Lei nº14.181/2021 e observar sua efetividade, tendo em vista que, diante do cenário de precariedade na educação econômica e financeira, torna preocupante as consequências que podem vir a colocar em risco a vida da população, já que essa crise circula há muito tempo, indo de encontro ao princípio da dignidade da pessoa humana.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho se trata de uma revisão bibliográfica de literatura, com abordagem qualitativa para analisar a problemática do endividamento associada à manutenção do princípio da dignidade humana. Para isso, foram realizadas buscas nas principais bases de dados como SciELO e Google Acadêmico, como também em livros físicos e legislações.

Foram incluídos artigos, materiais e livros que tratam sobre o endividamento, sob um olhar jurídico e social, bem como sobre o princípio da dignidade humana e sua garantia. Foram excluídas duplicatas, além de materiais que fugissem do objetivo da presente construção.

3 REFERENCIAL TEÓRICO E DISCUSSÃO

3. 1 O consumo e a sociedade massificada

No atual cenário do mundo capitalista, o objetivo maior da sociedade é a geração de lucro, as empresas tem como objetivo atrair clientes para garantir a continuidade do ciclo da cadeia produtiva. Bauman (2008), afirma que os encontros dos potenciais consumidores com os potenciais objetos de consumo, encaminham-se a se tornar as principais unidades na rede peculiar de interações humanas, conhecidas como sociedade de consumidores.

Alguns autores caracterizam a sociedade pós-moderna como sociedade do consumo. Tal sociedade globalizada e tecnológica permite a constante ascensão dos meios de comunicação, para a oferta de produtos e serviços, além de produtos e serviços, geram imposições de estilo de vida, o que leva a concluir que o consumo não apenas serve para o suprimento das necessidades, mas também como uma forma de não se sentir excluído.

“É impossível separar o homem do ato de consumir, sendo que na sociedade pós-moderna a característica mais flagrante dos cidadãos é o consumismo. Os cidadãos entram num ciclo vicioso pede consumo imediato de produtos a sua volta”(MIGUEL E SOBRINHO, p 129)

Nessa sociedade complexa e globalizada, conectada através da rede mundial de computadores, tal qual pela amplitude dos meios de comunicação, a publicidade, a propaganda e a pulverização das mídias, essa relação de consumo fica cada vez mais acirrada, e a todo momento somos atingidos pela massiva oferta de produtos e serviços, que, não só oferecem objetos e prestações propriamente ditos, mas também impõem estilos de vida, ao adquirir um produto de uma determinada marca ou pagar algum serviço, a pessoa passa a ter um determinado status.

Não se trata mais de uma satisfação de necessidades primárias, ou de necessidades concretas, mas agora é de uma necessidade de inclusão, de ser socializado na vida coletiva. Essa mensagem imperativa de consumir se opera nas entrelinhas e as vezes quando são mais expressas, estão envolvidas com a ideia de necessidades abstratas, como conforto, autoestima, autossatisfação.

Como prova, podemos observar que o levantamento anual Brand Footprint de 2023, realizado pela companhia Kantar Wordpanel apontou que o produto mais

consumido no mundo é a Coca Cola, o que não corresponde, com necessidades efetivas, mas refletem um estilo de vida maciçamente difundido pela publicidade(Kantar, 2023).

A sociedade de consumo, com seu modo de fazer circular riquezas, é a motivação de existência do direito do consumidor, cujo intuito principal é a regulação deste complexo sistema de trocas econômicas massificadas, sob a perspectiva da parte vulnerável que não possui o domínio equivalente nesta relação.

A expressão direito do consumidor é, ainda, uma nova criação jurídica, cuja identidade está ligada à realização de um ato de consumo, sendo parte de uma relação de consumo, interferindo ou exposto às relações estabelecidas no âmbito do mercado de consumo.

3. 2 Direito do consumidor na sociedade contemporânea

A Constituição Federal Brasileira prevê em seu art 5º, XXXII que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. A Carta Magna também instituiu a defesa do consumidor em seu art 170:

“A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: V - defesa do consumidor;”

A partir disso, a Constituição deixou estabelecido que toda e qualquer atividade econômica deve manter íntegros os direitos do consumidor, assegurando a proteção dos interesses do consumidor. Como prova de seu cumprimento, criou-se o Código de Defesa do Consumidor, através da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com normas que garantem a defesa dos interesses do consumidor.

Outra garantia que está indiretamente ligada aos interesses da classe consumidora é a dignidade da pessoa humana, princípio consolidado pela Constituição Federal de 1988, prevista em seu artigo 1º, inciso III, sendo considerado um valor supremo que perpassa por todos os direitos fundamentais,

devendo-se aplicar tanto em âmbito privado quanto público, considerado o núcleo de todo o ordenamento jurídico brasileiro (DE LARA, 2020).

O Código de Defesa do Consumidor deixa explícito alguns princípios, como o do protecionismo do consumidor no art. 1º, que está alinhado com a previsão constitucional, princípio da vulnerabilidade do consumidor, no art. 4º, princípio da hipossuficiência do consumidor, no art. 6º; princípio da boa-fé objetiva, art. 4º; princípio da transparência ou da confiança, artigos. 4º, caput e 6º; o princípio da equivalência negocial, art. 6º; princípio da reparação integral dos danos; art. 6º. Além destes há o princípio da função social do contrato que não está diretamente previsto, mas está implícito.

O princípio da vulnerabilidade considera a posição contratual do consumidor, ao ser aplicado, tenta estabelecer equivalência, sendo considerado um conceito jurídico. Já a hipossuficiência, contrapondo a vulnerabilidade, não é um considerado jurídico.

O princípio da boa-fé objetiva, inserido no art. 4º do CDC, é um princípio padrão aplicável a todos os contratos e tem função interpretativa, função integrativa e de controle. “boa-fé não serve tão-só para a defesa do débil, mas também atua como fundamento para orientar interpretação garantidora da ordem econômica, compatibilizando interesses contraditórios” (JUNIOR, 1995).

O princípio da transparência impõe clareza, deixando o consumidor com a obrigação de esclarecer as particularidades do contrato, no artigo 6º, § III, do CDC. Existe também, o princípio que garante a reparação total por qualquer dano que o consumidor venha a sofrer.

3.3 A dignidade da pessoa humana do ponto de vista jurídico

Considerando a inserção constitucional das relações de consumo em seu rol de proteção, aplicam-se os princípios e fundamentos, tal como a dignidade da pessoa humana. Agregar dignidade humana nas relações de consumo implica em entabular uma ligação jurídica que conserve igualdade e respeito a toda existência do indivíduo.

Logo, esse conceito não pode estar numa dimensão apenas filosófica, é

preciso que ela seja real. Dessa constatação, não se pode acatar que a difusão maciça de produtos e serviços possam ser comercializados de forma a comprometer a noção do mínimo existencial para uma vida digna.

Sem querer discutir se a natureza do direito do consumidor está na esfera pública ou privada, deve-se considerar o interesse que se destaca, pois as repercussões que as relações consumeristas atingem o próprio direito Constitucional, visto que, no caso do superendividamento, há uma direta redução de direitos fundamentais individuais e sociais, que colidem com a dignidade da pessoa humana.

A autonomia da vontade, portanto, deve ser bem relativizada neste contexto, pois, como assevera Pellegrino(2015), é nesse contexto de constitucionalização que ganham robustez os fenômenos de repersonalização, funcionalização, solidarização e despatrimonialização das relações jurídicas, rompendo-se a lógica individualista do ter, e substituindo-a, ou mitigando-a, pela do ser, de modo que a relação obrigacional patrimonial acaba sendo ferramenta de atuação do valor constitucional da dignidade humana(PELLEGRINO, 2015).

3.4 O superendividamento

O superendividamento tem como uma de suas grandes e consideráveis causas a falta de educação financeira, associada à política de geração de crescimento através do crédito. As pessoas gastam, descontroladamente, além do que podem, desencadeando a incapacidade em cumprir os débitos essenciais.(DELARA, 2020).

“Para que se caracterize objetivamente o superendividamento, é necessário observar a pessoa superendividada e a natureza da dívida” (DELARA, 2020). “o superendividamento se caracteriza quando a pessoa física, ao adquirir bens e serviços, se torna excessivamente inadimplente, ao ponto de afetar setores básicos à sua vida com dignidade. “(DELARA, 2020)

Apesar de não existir um valor determinado para que seja considerado superendividamento, é observado que, ao comprometer uma quantidade superior a trinta por cento da renda líquida mensal, se torna impossível arcar com despesas

básicas para uma vida considerada digna (DELARA,2020).

Marques(2000), dividiu o superendividamento em passivo, causado por motivos externos, como em caso de desemprego ou alguma patologia, e o ativo, que subdivide em ativo inconsciente, quando a dívida é contraída voluntariamente, e ativo consciente, quando a dívida é adquirida, mesmo o consumidor sabendo que não tem condições de custear.

O superendividamento gera efeitos sociais negativos, que contribuem para a redução da qualidade de vida, tais como problemas psicológicos, consumo de drogas, problemas nas relações familiares. Em sua maioria das vezes, essa situação atinge classes mais vulneráveis, geralmente são afetadas a classe social de potencial econômico mais baixo, idosos, servidores públicos, doentes ou em estado de necessidade onerada(DASILVA et al. 2023).

Na contratação de cartões de crédito está, quase sempre inserida a cláusula de mandato onde o consumidor autoriza a administradora do cartão a conceder empréstimos, em seu nome, no mercado financeiro, para financiar e refinanciar o saldo devedor das faturas de cartão de crédito.

A simples previsão da cláusula mandato é abusiva. Muitas vezes os consumidores não têm condições de se alimentar, comprar itens básicos, em virtude do superendividado, por conseguinte, esta extração das quantias pelos bancos se revela extremamente abusiva

Pellegrino(2015), pondera que o crédito possui um efeito hedonista e permite ascender a um nível de vida superior. No entanto, o acesso ao crédito também apresenta a sua faceta negativa, pois, da mesma forma que proporciona a inclusão social das famílias, pode se transformar em um mecanismo de exclusão social, quando adquirido de forma excessiva e irrefletida.

Esse caráter empoderador, à primeira vista, do crédito dentro da sociedade consumista, é uma verdadeira cilada, porque o mercado tem a capacidade de transformar desejos em necessidades, distorcendo a lógica da indispensabilidade para satisfação de utilidade momentânea.

Passado o ímpeto da aquisição, percebe-se que a emoção na hora de fazer o negócio se sobrepõe à racionalidade. Se parar para analisar nosso histórico de consumo, todos se recordam de situações em que compram algo na ânsia de ter

feito uma boa compra, mas ao chegar em casa, é percebido o quão supérflua e dispensável aquela compra era.

Isso se justifica pelo fato do comércio ser pensado em inúmeras estratégias para impor todo brilho e atrair consumidores para algum produto ou serviço, como se fosse a coisa mais interessante e essencial que uma pessoa possa adquirir. Em casos de pessoas superendividadas, essa realidade se torna mais dura, tendo em vista que se encontram vulneráveis ao consumo, perdendo o controle de sua vida, finanças e subsistência.

Todas as pessoas estão vulneráveis no mercado do consumo, mas existem categorias, por maior fragilidade, consideradas hipervulneráveis. A hipervulnerabilidade é conceituada com a situação fática, social e objetiva de intensificação do estado de vulnerabilidade do consumidor, por determinadas características pessoais (MARQUES, 2012, p.22 apud DA SILVA, MARTINS E MARQUES FILHO(2022)).

Nesse grupo incluem-se as crianças, idosos, portadores de deficiência, pessoas com baixa renda e escolaridade. Sobre este último, registra que, independente do nível escolar, todos estão em vulnerabilidade psíquica, mas a falta de conhecimento, principalmente pelo alto índice de analfabetismo funcional do Brasil, facilita erros e precipitações.

Os idosos, pela própria senilidade, sofrem redução gradativa do raciocínio lógico e quando aposentados, têm a possibilidade de aderir a empréstimos em folha que podem, através de margens, serem acumulados, tornando-se uma despesa excessivamente onerosa.

As crianças e adolescentes estão expostos pela falta de maturidade e pela atração pelo consumo que começa cada vez mais cedo. As pessoas sem instrução e de baixo rendimento acreditam que podem solucionar alguma dificuldade financeira presente, sem considerar as consequências que são sempre mitigadas pelos fornecedores.

Ciente dessa tentativa de concretizar a igualdade, fundamentada na isonomia constitucional, no máximo, o que se pode aceitar são privilégios aos consumidores que necessitem de proteção especial, tidos como hipervulneráveis, caso de idosos,

portadores de deficiências, crianças e adolescentes, que merecem proteção por duplo ou triplo motivo(NISHIYAMA, 2010)

LEI 14.181/2021

O cenário do superendividamento, por sua crescência, trouxe, há muitos anos uma discussão sobre a lacuna legislativa, com necessidade de uma tutela jurídica específica para esse fenômeno. Foram criados projetos de atualização do CDC, em prol da inclusão da tutela.

O projeto 283, por exemplo, altera disposições constitucionais e do CDC prevendo um sistema de proteção e auxílio na administração da falência e recuperação do consumidor que se encontra endividado, diferindo-se da caracterização de insolvência civil, e sendo alternativa eficaz a proposição de ações revisionais perante cada credor, e visa reabilitar a economia da pessoa e torná-lo, novamente, inserido na sociedade.

Essa solidariedade exsurge como o filtro da autonomia privada identificada na relação jurídica, de que se deve valer a hermenêutica sistemática civil-constitucional para imprimir os deveres em prol da dignidade da pessoa humana, até porque a base da própria ética está correlacionada ao senso da responsabilidade mútua(PELLEGRINO, 2015).

No ano de 2021, período em que o mundo enfrentava a pandemia do COVID-19, fator agravante da crise pré-existente pois elevou o número de desempregados, foi promulgada a Lei nº 14.181/2021, onde ocorreram alterações no Código de Defesa do Consumidor(CDC), e o Estatuto do Idoso, com o objetivo de aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor, além de propor medidas preventivas e de tratamento ao fenômeno do superendividamento(BRASIL, 2021).

Dentre as ações dessa regulamentação, foi acrescentado ao CDC o incentivo à educação financeira, tanto de forma preventiva como de tratamento, com o objetivo de evitar a exclusão social do consumidor endividado, além disso, a criação de instituição de setores de conciliação e mediação de conflitos provenientes de tal fenômeno.

A formulação da Lei 14.181/2021 trouxe novas perspectivas para toda essa

situação, diante do cenário de crise econômica. A mesma possibilita o fornecimento de condições dignas para as pessoas superendividadas, como as possibilidades de renegociação, além de propor educação financeira(DASILVA et al. 2023).

O plano para a resolução e renegociação das dívidas é dividido na fase com caráter conciliatório, onde o consumidor apresenta a seus credores uma sugestão de plano de pagamento, e a fase de caráter residual e judicial, onde é criado um plano judicial, com nomeação de administrador pelo juiz (DASILVA et al. 2023).

Silva Junior(2022) apud DaSilva et al. (2023), aborda a educação financeira como fator fundamental da lei, e um pilar do CDC, possibilitando uma melhor forma de lidar com os problemas econômicos. Essa educação deveria ser implementada como componente curricular nas instituições de ensino, fundamental ou médio.

Em um estudo realizado por Hernandes (2023), constou que não há dados o suficiente para o julgamento da efetividade da Lei. Contudo, Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) mostrou que, ainda após a regulamentação dessa lei, o número de superendividamento atinge, atualmente, 78% das famílias brasileiras, atingindo um recorde (IDEC, 2023).

Costa (2022) identificou, em seu estudo, uma ausência na capacitação dos profissionais, quanto a utilização da lei, levando a uma ineficácia e inutilização. A legislação não deixa explícito os mecanismos e meios a serem utilizados para o seu cumprimento, perfazendo incertezas. Dessa forma, os operadores do direito e todos os atores envolvidos nessa questão ficam impossibilitados de cumprir o que é previsto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante muitos anos houve uma lacuna no ordenamento jurídico quanto a questão do superendividamento e o suporte à falência do consumidor. Foram criados alguns projetos para finalmente concretizar a Lei 14.181/21, que, apesar de sua criação, ainda não há evidências do seu efetivo cumprimento, seja por falta de conhecimento dos profissionais encarregados, ou até mesmo por uma carência na fiscalização.

É preciso valorizar o homem econômico que, inserido na sociedade capitalista, necessita de tratamento preventivo no âmbito educacional, e nos casos onde o endividamento assumiu forma patológica, oferecer auxílio para que ele se reerga.

A dignidade da pessoa humana é garantida por ações concretas, das quais fazem parte a autoestima, direitos sociais, saúde psicológica e física que são afetadas diretamente com o Superendividamento. O Estado tem o poder e dever de limitar que o mercado financeiro anule capacidade econômica das pessoas, até porque ressaltamos a importância que o crédito tem. O que se pretende é inserir na lógica capitalista, a noção de humanidade e solidariedade.

A partir dos estudos obtidos nesta revisão, identifica-se a necessidade de novas discussões a respeito do superendividamento como fator social e jurídico, a fim de possibilitar o surgimento de novas estratégias que visem o efetivo funcionamento da Lei 14181/2021, em prol da garantia da dignidade da pessoa, uma vez que o consumidor se encontra muito volúvel ao crédito facilitado e sem critérios.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008

BENJAMIN, Antônio Herman V. O direito do consumidor. **Revista dos Tribunais, São Paulo**, v. 670, 1991.

BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa de. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ, 2010.

Brand Footprint. **A Global Ranking of the Most Chosen Consumer Brands**. Issue 5, Maio, 2017. Disponível em: <<https://www.kantarworldpanel.com/brand-footprint-ranking/#/download>>; Acesso em 09 de maio de 2018

BRASIL. LEI Nº 14.181, DE 1º DE JULHO DE 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 15 fev. 2021.

COSTA, Gildeneide Samantha do Vale. A Proteção do consumidor superendividado e os desafios para a efetividade da lei nº 14.181/2021. 2022.

DA SILVA, Carlos Mendes Monteiro; MARTINS, Luana Maria; MARQUES FILHO, Elvis Gomes. O consumidor digital pode ser considerado um sujeito hipervulnerável?. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista*, v. 22, n. 42, p. 17-31, 2022.

DA SILVA, Romário Queiroz et al. SUPERENDIVIDAMENTO E SEUS EFEITOS SOCIAIS: PREVENÇÃO E TRATAMENTO A PARTIR DAS ALTERAÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 9, n. 5, p. 645-667, 2023.

DE LARA, Giovanna Taschetto. O fenômeno do superendividamento do consumidor e a violação ao princípio da dignidade da pessoa humana. **Ius Gentium**, v. 11, n. 1, p. 38-66, 2020.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do**

anteprojeto.

8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

HERNANDES, NÁTHALI VASCONCELOS. A TUTELA JURISDICIONAL NO PROCESSO POR SUPERENDIVIDAMENTO NOS TRIBUNAIS SUPERIORES E NO ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL APÓS A EDIÇÃO DA LEI N. 14.181/2021. 2023.

JÚNIOR, Ruy Rosado de Aguiar. A boa-fé na relação de consumo. **Revista de direito do consumidor**, v. 14, p. 20, 1995

Lei do Superendividamento completa dois anos sem ter o que comemorar. Idec, ano. Disponível em: <https://idec.org.br/release/lei-do-superendividamento-completa-dois-anos-sem-ter-o-que-comemorar>. Acesso em: 01 Dez de 2023.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Maria Manuel Leitão. **O endividamento dos consumidores**. Lisboa, Almedina, 2000

MARQUES, Cláudia Lima. **Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo**. In: Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: RT, 2010.

MIGUEL, Amadeu Elves; SOBRINHO, Liton Lanes Pilau. O direito do consumidor como instrumento de cidadania em uma sociedade contemporânea altamente consumista. Liton Lanes Pilau Sobrinho Rogerio da Silva (orgs.), p. 129.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

NALIM, Paulo. **Do Contrato: o conceito pós-moderno em busca de sua formulação na perspectiva civil constitucional**. Curitiba: Juruá, 2008.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PELLEGRINO, Fabiana Andrea de Almeida Oliveira. **Tutela Jurídica do endividamento**. Salvador: Juspodium, 2015.

PEREIRA, Andressa; ZAGANELLI, Margareth Vetis. Superendividamento do consumidor: prevenção e tratamento sob o prisma da dignidade da pessoa humana.

Revista Jurídica Cesumar-Mestrado, v. 19, n. 1, p. 89-117, 2019.

TARTUCE, Flávio. Direito Civil. **Teoria geral dos contratos e contratos em espécie**. Volume 3, 6. ed. São Paulo: GEN/Método, 2011.

TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. – Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2016.

TEIXEIRA, Rodrigo Valente Giublin; SONCIN, Juliano Miqueletti. O endividamento do consumidor brasileiro e a ofensa ao princípio da dignidade humana. **Revista de Estudos Jurídicos**, v. 1, n. 25, 2015.