



# VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:  
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

**2 A 6 DE SETEMBRO/2019**



**Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:**

**Resumo**      (    ) **Relato de Experiência**      (    ) **Relato de Caso**

**A educação financeira e a educação para o consumo como meios de evitar o superendividamento.**

**AUTOR PRINCIPAL:** Guilherme Drehmer Maciel.

**CO-AUTORES:**

**ORIENTADOR:** Gabriela Werner Oliveira.

**UNIVERSIDADE:** Universidade de Passo Fundo.

## **INTRODUÇÃO**

Consumo é inclusão. No mundo capitalista, consumir é sentir-se incluído na sociedade, além de gerar um sentimento de satisfação e de realização pessoal. Com o crescimento do consumo, a Constituição Federal de 1988 previu, através do Art. 48 do Ato de Disposições Constitucionais Transitórias, a criação de um código para a proteção do consumidor, que é a parte mais vulnerável nas relações de consumo. Instituído em 1990, o Código de Defesa do Consumidor trouxe inúmeros benefícios, como a garantia legal, o prazo de arrendimento e a inversão do ônus da prova, além de proporcionar a equidade na relação entre consumidor e fornecedor.

Entretanto, como uma das consequências desse movimento consumerista, o superendividamento do brasileiro é uma das pautas que mais cresceram na última década, principalmente se levarmos em conta os índices de desemprego, a recessão econômica etc. Desta forma, este trabalho tem por objetivo discutir como o consumidor brasileiro pode evitar o endividamento.

## **DESENVOLVIMENTO:**

Como citado anteriormente na Introdução, o estímulo ao consumo cria uma sociedade dependente dos bens materiais. Hoje, como consequência desse fenômeno, o número de consumidores inadimplentes no Brasil chegou a 61,8 milhões, segundo dados do Serasa de junho de 2018. Esse valor corresponde a 29,5% da população total do País. Uma das possíveis explicações para essa inadimplência é a facilidade de crédito no Brasil. Em alguns casos, por não possuir condições de realizar essas compras à vista, o



# VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:  
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

**2 A 6 DE SETEMBRO/2019**



consumidor acaba recorrendo a cartões de crédito, empréstimos e outras formas de crédito. O ciclo vicioso torna-se claro: por não possuir o dinheiro no momento, o consumidor recorre a métodos de compra que envolvem dinheiro de bancos/financeiras ou compras a prazo. A compra é realizada com base em um dinheiro que o consumidor pode não possuir futuramente. A facilidade do crédito no Brasil acaba por influenciar e facilitar o endividamento. É necessário que o crédito seja estimulado de forma responsável, para que o indivíduo tenha condições de avaliar os prós e os contras.

Por outro lado, as informações adequadas nas relações de consumo já são previstas em lei. O Código de Defesa do Consumidor já prevê o dever de informação por parte do fornecedor: o Art. 6º, III dispõe a respeito da “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”. Ou seja: há uma disposição clara e específica sobre o assunto, com o intuito de sanar esse problema. Infelizmente, no dia a dia, torna-se claro que uma das últimas coisas que o fornecedor faz no momento da venda é esclarecer para o consumidor os riscos do negócio que ele está prestes a fazer. Em Órgãos de Proteção ao Consumidor, como é o caso do Balcão do Consumidor, é fácil notar o aumento do número de pessoas em situação de endividamento devido ao fato de aderirem a contratos extremamente onerosos, que favorecem apenas os fornecedores. Em situações de empréstimo, por exemplo, o indivíduo se atenta apenas ao custo mensal do contrato, sem contemplar o fato de que firmou o pagamento em 72 prestações, e que pagará pelo contrato por 06 anos.

Visando diminuir essa problemática, o Balcão do Consumidor já realiza ações que visam a educação para o consumo, ensinando aos consumidores seus direitos, deveres e responsabilidades, assim como alertando sobre os perigos do endividamento. As ações envolvem palestras; eventos em escolas, que visam a interação com as crianças e adolescentes; distribuição de folders e panfletos educativos; ações públicas em datas comemorativas, levando as informações até a população.

A educação financeira, por outro lado, pode ser incentivada por ações dos municípios e dos estados. É necessário que se crie a cultura no Brasil de preservação da saúde financeira, através de planejamento, controle dos rendimentos, dos gastos, dos consumos etc.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

A educação financeira e a educação para o consumo, portanto, seriam ótimos instrumentos para diminuir as injustiças: o consumidor teria melhores condições para analisar os juros, as condições do contrato, se conseguirá arcar com as despesas etc. É necessário “emancipar” o consumidor brasileiro, fornecendo maneiras para que ele próprio analise o negócio que irá fazer, diminuindo sua dependência das informações do fornecedor. O planejamento é a melhor forma para evitar o endividamento.



# VI SEMANA DO CONHECIMENTO

**UNIVERSIDADE EM TRANSFORMAÇÃO:  
INTEGRALIZANDO SABERES E EXPERIÊNCIAS**

**2 A 6 DE SETEMBRO/2019**



## REFERÊNCIAS

NÚMERO DE INADIMPLENTES CHEGA A 61,8 MILHÕES E BATE RECORDE, DIZ SERASA. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/07/19/numero-de-inadimplentes-chega-a-618-milhoes-e-bate-recorde-diz-serasa.ghtml>>. Acesso em: 02 jun. de 2019.

SOBRINHO, Liton Lanes Pilau; SILVA, Rogério da; LUNA, Nestor Alejandro. Desafios da Proteção do Consumidor. Passo Fundo: Otimiza, 2015.

MARQUES, Cláudia Lima. Consumo como igualdade e inclusão social: a necessidade de uma lei especial para prevenir e tratar o “superendividamento” dos consumidores pessoas físicas. Revista Jurídica da Presidência. Brasília, v. 13 n. 101 p. 405 a 424. Out. 2011/Jan. 2012.

**NÚMERO DA APROVAÇÃO CEP OU CEUA (para trabalhos de pesquisa):** Número da aprovação. SOMENTE TRABALHOS DE PESQUISA

## ANEXOS

Aqui poderá ser apresentada **somente UMA página com anexos** (figuras e/ou tabelas), se necessário.