



**Centro Universitário de Brasília – UniCEUB**  
**Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais**

**ELIANDRO GOMES RODRIGUES**

**A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO**

**Brasília**  
**2017**

**ELIANDRO GOMES RODRIGUES**

**A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO**

Monografia apresentada como requisito final para obtenção do título de bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Roscoe Bessa.

**Brasília  
2017**

**ELIANDRO GOMES RODRIGUES**

**A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO**

Monografia apresentada como requisito final para obtenção do título de bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Roscoe Bessa.

Aprovado pelos membros da banca examinadora em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_, com menção \_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

Banca examinadora:

---

Presidente

---

Integrante

---

Integrante

## RESUMO

A pesquisa em tela volta-se para uma análise acerca do dever do Estado na educação para o consumo e a função dessa educação para a efetividade dos direitos do consumidor. Aborda o fenômeno do direito fundamental à educação e como ela pode significar o exercício de cidadania. Em seguida, faz uma breve abordagem sobre o contexto das relações de consumo no Brasil, debruçando-se, sobretudo, nos princípios basilares do Código de Defesa do Consumidor. Aborda acerca da previsão constitucional do dever do Estado na educação para o consumo - além da legislação consumerista -, e a importância da formação da consciência crítica do consumidor como uma das formas de garantir seus direitos e analisa acerca da efetividade dos direitos do consumidor por meio da educação para o consumo, mostrando o que se espera para tanto e demonstrando a realidade. Dessa maneira, percorre por uma discussão acerca da problemática do consumismo, distinguindo consumo e consumismo, salientando como o *marketing* influencia nas relações de consumo, devido ao seu poder de convencimento, sobretudo daqueles mais carentes de educação. Diante dessas análises, demonstra alguns problemas sociais decorrentes do consumo desequilibrado e, por fim, apresenta a hipótese de inserir nas escolas, públicas e privadas, o ensino infantil, sendo uma disciplina transversal cuja finalidade seja a educação para o consumo consciente.

**Palavras-chave:** Direito do Consumidor. Educação. Consumo. Consumismo. Proteção.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	6
<b>2 AS RELAÇÕES DE CONSUMO NO BRASIL</b> .....	8
2.1 O Código de Defesa do Consumidor (CDC) .....	11
2.2 Princípios basilares do CDC .....	15
2.3 Consumo e o Consumismo .....	18
2.4 Os problemas sociais decorrentes do consumo desequilibrado.....	21
<b>3 O DIREITO FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO</b> .....	30
3.1 A educação para o consumo como exercício de cidadania.....	33
3.2 A construção de uma consciência crítica do consumidor como uma garantia à sua liberdade de escolha .....	36
3.3 A efetividade dos direitos do consumidor por meio da educação para o consumo: ideal x realidade .....	38
<b>4 A EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE DESDE A EDUCAÇÃO INFANTIL</b> .....	45
4.1 A educação para o consumo abordado como tema transversal.....	49
4.2 A educação para o consumo e a “reforma do ensino médio” .....	51
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	55
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	58

## 1 INTRODUÇÃO

A proteção do consumidor é um desafio da nossa era e representa um dos temas mais atuais para o Direito. Diante da previsão constitucional, que traz a proteção e defesa do consumidor como direito fundamental, a pesquisa em tela tem como finalidade uma análise da importância da presença da educação para o consumo consciente, de maneira que essa seja o meio de assegurar o exercício do consumo isento das inúmeras situações abusivas encontradas. Nesse sentido, a discussão central se fundamenta nos direitos fundamentais do consumidor e na necessidade de educar para consumir. Trata, ainda, da importância do direito à educação para o consumo como garantia de uma consciência dos sujeitos da relação jurídica de consumo diante de uma realidade que permanece em constante transformação: o mercado de consumo.

O direito fundamental à educação é um tema que de longa data gera inúmeras discussões no âmbito da doutrina e da jurisprudência brasileira e do mundo. Essa garantia tem sido constantemente lembrada nos julgados dos tribunais, na literatura jurídica e nos acordos internacionais. O fato de o cidadão viver em uma sociedade deveria colocá-lo numa posição privilegiada, na qual as suas necessidades básicas, como a educação, por exemplo, seriam, no mínimo, compreendidas. Entretanto, encontra-se um empecilho decorrente da desigualdade social existente no âmbito da sociedade brasileira, sobretudo para aqueles que possuem menos conhecimento e poder aquisitivo, tornando-os vítimas da falta de oportunidades, causada pela privação das suas capacidades básicas.

A pesquisa restringe-se à abordagem da educação no contexto das relações de consumo, no sentido que esta deve embasar-se nos princípios de probidade e de boa-fé, desde a fase pré-contratual à pós-contratual.

A educação para o consumo é um dos princípios norteadores da Política Nacional de Relações de Consumo e um dos direitos fundamentais do consumidor, previstos na Constituição Federal de 1988 e na lei 8078/90: o Código de Defesa do Consumidor. Ocorre que não há um comprometimento por parte do Estado, no sentido de incentivar, por meio de políticas públicas educativas, a implantação da cultura da consciência de respeito aos direitos dos consumidores, visando evitar o consumismo em massa e o abuso cometido pela maioria dos fornecedores de

produtos e serviços que desrespeitam as normas consumeristas por visarem, única e exclusivamente, o lucro.

Diante da realidade do consumismo e a ausência de uma legislação adequada para tanto, inicia-se essa pesquisa apresentando algumas indagações sobre alguns pontos a serem tratados no seu decorrer: Sabemos consumir adequadamente? O Estado nos prepara para consumir? Consumimos ou somos consumidos pelo mercado? Sabemos nos defender diante de uma abusividade? Questionamentos como estes devem permitir que se faça uma reflexão acerca do que seja o consumo consciente e de como o mercado se comporta perante seu público alvo: os consumidores.

Dessa maneira, esta monografia objetiva ainda explicar como é possível solucionar a problemática do consumismo e como a inserção de políticas públicas educativas, visando à educação para o consumo consciente, influencia na solução desse problema social. Propõem, também, explanar sobre a importância do direito à educação para a garantia de uma consciência crítica dos sujeitos da relação de consumo e percorre por uma discussão esclarecedora acerca da distinção entre o consumo e o consumismo, finalizando como sugestão inserir a educação para o consumo consciente a partir da Educação Infantil, por meio da Base Nacional Comum Curricular (BNCC).

## 2 AS RELAÇÕES DE CONSUMO NO BRASIL

A compreensão do que se pretende delimitar deve ser precedida de uma breve exposição histórica, a fim de contextualizar a temática. Para que se possa compreender com clareza e objetividade a importância da tutela consumerista, assim como o papel da educação para a proteção da parte mais vulnerável, se faz de extrema relevância a análise de alguns pontos acerca da sociedade de consumo atual.

Que a sociedade sofreu nos últimos anos inúmeras modificações, seja no campo político ou de consumo, isso é incontestável. Sendo uma sociedade tipicamente capitalista, essas modificações afetaram diretamente as relações entre o consumidor e o fornecedor, sendo necessário que se criasse um regramento que disciplinasse essas relações jurídicas, taxadas de relação jurídica de consumo, visando a tentativa de parer os sujeitos participantes dela.

Segundo salienta Gilles Lipovetsky, a sociedade de consumo se distingue em três grandes momentos históricos: A primeira fase se iniciou no século XIX, sobretudo nos anos 80 daquele século, e encerrou-se com o advento da Segunda Guerra Mundial. Essa fase foi marcada pelos avanços em infraestrutura e o aprimoramento das máquinas de produção contínua. Esse fenômeno ocasionou a elevação da quantidade de produção e reduziu custos, fazendo nascer a produção em massa. Nessa fase iniciou-se, ainda, o *marketing* de massa, que intensificou a publicidade e fez nascer o consumidor de marcas<sup>1</sup>.

A partir de meados do século passado (1950), iniciou-se a segunda fase. Essa fase teve destaque por um excepcional crescimento econômico. Foi a sociedade da qual prevaleceu a grande quantidade de bens, que mais consumia, modelo puro de sociedade de consumo em massa. Nesse momento a felicidade mudou de sentido e o mercado se mobilizou para criar uma vida confortável e fácil para todos. Ainda nessa fase o uso de crédito é incentivado para que as pessoas possam adquirir os objetos de seu desejo. O investimento em publicidade (propaganda) se multiplica, e, por essa razão, nasceram consumidores com vontade de consumir cada vez mais. Essa segunda fase é marcada por valores materialistas

---

<sup>1</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 24-32.



e teve seu encerramento no final da década de 70, quando iniciou um novo movimento de economias de consumo: a terceira fase, que se faz presente até os tempos atuais<sup>2</sup>.

A terceira fase é marcada pelo hiperconsumo e pelo hipermaterialismo. Nela, quanto mais se consome, mais se deseja consumir, sendo o ápice do comercialismo moderno das necessidades, que é organizado por uma lógica emocional motivada pelo *marketing* tendencioso<sup>3</sup>. Néstor Canclini salienta que atualmente as identidades “configuram-se no consumo; dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir”<sup>4</sup>.

Nessa fase, o ato de consumir ganha a função de mostrar a identidade das pessoas. Segundo Zygmunt Bauman,

a ‘subjetividade’ dos consumidores é feita de opções de compra – opções assumidas pelo sujeito e seus potenciais compradores; sua descrição adquire a forma de uma lista de compras. O que se supõe ser a materialização da verdade interior do self é uma idealização dos traços materiais – ‘objetificados’ – das escolhas do consumidor<sup>5</sup>.

Dessa forma, por meio dessa breve análise histórica acerca da evolução das relações de consumo no Brasil, observa-se que a sociedade passou por diversas transformações e, ainda, de acordo com os seus anseios, está se aperfeiçoando. O mercado se comporta conforme as vontades de seu povo. Por essa razão, uma sociedade desequilibrada, que consome por mero desejo de consumir, tende a sofrer com a alta oferta e, conseqüentemente, com a problemática do consumismo.

No âmbito da discussão em tela é importante salientar que para que haja uma relação de consumo faz-se necessário, concomitantemente, a presença de dois sujeitos indispensáveis: consumidor e fornecedor. Todavia, com desdobramentos conceituais na doutrina e na jurisprudência.

O conceito de ambas figuras jurídicas possui ampla definição defendida pela doutrina, entretanto, por não ser esse o objeto do que se propõe – as várias

---

<sup>2</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. p. 24-32.

<sup>3</sup> Ibidem, p. 32.

<sup>4</sup> CANCLINI, Néstor García. *Consumidores cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010. p. 39.

<sup>5</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 24.

discussões acerca dos conceitos de consumidor e fornecedor – será, unicamente, demonstrado o conceito defendido pela doutrina majoritária, a fim de que se preencha a lacuna criada ao invocar os referidos personagens da relação de consumo.

A definição de consumidor, sob a égide do Código de Defesa do Consumidor e para a caracterização de relação de consumo, restringe-se a toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Esse é conceito legal de consumidor, previsto no artigo segundo do referido diploma legal<sup>6</sup>.

Entretanto, a doutrina majoritária defende a presença de duas teorias quanto à caracterização como consumidor: a teoria finalista e a maximalista.

Segundo Cláudia Lima Marques a teoria finalista é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Ela, que defende a corrente finalista, propõe que a definição de consumidor como destinatário final deve ser interpretada restritivamente, segundo o próprio dispositivo (*caput* do art. 2º) da legislação consumerista<sup>7</sup>.

Para Bruno Miragem a definição de consumidor deve ser interpretada extensivamente. Nesse sentido, é auxiliada, tanto pela abertura conceitual da expressão “destinatário final” referida no *caput* art. 2º do CDC, quanto pela previsão relativa aos consumidores equiparados presentes no CDC (art. 2º, parágrafo único, art. 17 e, em especial, art. 29, todos do CDC). Segundo ele,

a interpretação maximalista, assim, considera consumidor o destinatário fático do produto ou serviço, ainda que não o seja necessariamente seu destinatário econômico. Em outros termos, basta para qualificar-se como consumidor, segundo os maximalistas, que se adquira ou utilize o produto ou serviço, não sendo preciso que a partir do ato de consumo seja retirado do mercado, ou que não sejam reempregados na atividade econômica<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 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: 28 out. 2016. Art. 2º. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

<sup>7</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2013. p. 93.

<sup>8</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 158-159.

A definição de fornecedor, sob a égide do Código de Defesa do Consumidor e para a caracterização de relação de consumo, é mais ampla. Segundo Cláudia Lima Marques a definição de fornecedor do art. 3º do CDC é ampla para que um maior número de relações possa estar no campo de aplicação do CDC, uma vez que decisiva mesmo – por mandamento constitucional – é a presença de um consumidor<sup>9</sup>. O art. 3º do CDC define que fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços<sup>10</sup>.

Há, ainda, a figura do fornecedor equiparado, que, segundo Cláudia Lima Marques, consiste naquele que não é fornecedor do contrato principal de consumo, mas é intermediário, antigo terceiro, ou estipulante, que hoje é o “dono” da relação conexa (e principal) de consumo, por deter uma posição de poder na relação com o consumidor<sup>11</sup>.

Observa-se que os conceitos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor, acerca da figura do consumidor e fornecedor, não foram suficientes para disciplinar as relações de consumo, sendo necessário, outrossim, que a doutrina e a jurisprudência preenchessem a lacuna que circulava os referidos conceitos. Desta forma, resta agora os sujeitos dessa relação de consumo se conscientizarem de que em suas operações é necessário que haja um comprometimento para com a sociedade e o meio ambiente, ou seja, utilizarem adequadamente os institutos trazidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

## 2.1 O Código de Defesa do Consumidor (CDC)

---

<sup>9</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2013. p. 112.

<sup>10</sup> BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 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 28 out. 2016. Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

<sup>11</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. op. cit, p. 119.

A defesa do consumidor no Brasil, finalmente implementada pela Constituição de 1988, e realizada no plano infraconstitucional, pelo Código de Defesa do Consumidor, foi um dos seus principais fatores de desenvolvimento. Atualmente, a defesa do consumidor, o direito do consumidor e a informação sobre os direitos não estão restritos a quem demonstra ter um alto nível educacional, mas estão espalhadas a toda sociedade brasileira. Mas, para tanto, o sujeito consumidor deve invocar e buscar a informação adequada sobre os seus direitos.

Em 11 de setembro de 1990, foi publicada a Lei 8.078, que estabeleceu normas de proteção e defesa do consumidor (Código de Defesa do Consumidor - CDC)<sup>12</sup>. A criação da referida norma mudou o mercado brasileiro, sobretudo, as relações entre consumidor e fornecedor, tipicamente denominadas de relações jurídicas de consumo. Segundo Cláudia Lima Marques, “estabeleceu um novo patamar de boa-fé e qualidade nas relações privadas no Brasil, especialmente na proteção dos mais vulneráveis nas relações econômicas”<sup>13</sup>.

A origem do CDC é decorrência do reflexo de uma previsão constitucional de proteção afirmativa dos consumidores, elencada nos artigos 5º, XXXII e 170, V, todos da Constituição da República<sup>14</sup>. Além das normas previstas no corpo do texto constitucional, há, também, o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), que abre portas para a criação do CDC, onde estabelece que o Congresso Nacional elaborará o código de defesa do consumidor, no prazo de cento e vinte dias da promulgação da Constituição<sup>15</sup>.

A partir desses mandamentos constitucionais, surge, segundo Cláudia Lima Marques, um novo sujeito de direitos com garantias constitucionalmente

---

<sup>12</sup> BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 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 28 out. 2016.

<sup>13</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. op. cit, p. 112.

<sup>14</sup> BRASIL. *Constituição (1988)*. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 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 28/10/2016. Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; 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.

<sup>15</sup> BRASIL. *Constituição (1988)*. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 1988. Acesso em 28/10/2016. [...] Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

asseguradas. Neste sentido, ela destaca que “o direito do consumidor seria, assim, o conjunto de normas e princípios especiais que visam cumprir com este triplo mandamento constitucional”:

de promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988: O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor); 2) de observar e assegurar como princípio geral da atividade econômica, como princípio imperativo da ordem econômica constitucional, a necessária “defesa” do sujeito de direitos “consumidor” (art. 170, V da Constituição Federal de 1988); e 3) de sistematizar e ordenar esta tutela especial infraconstitucionalmente através de um Código (microcodificação), que reúna e organiza as normas tutelares, de direito privado e de público, com base na ideia de proteção de sujeito de direitos (e não da relação de consumo ou do mercado de consumo), um código de proteção e defesa do “consumidor” (art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Federal de 1988)<sup>16</sup>.

O Código de Defesa do Consumidor é uma lei federal de função social que, evidentemente, traz normas em caráter de ordem pública. Dessa maneira, os direitos e deveres elencados na referida lei - como a educação para o consumo, por exemplo - são indisponíveis, significando dizer que ninguém, seja o consumidor ou o fornecedor, mesmo se assim desejar, poderá deixar de observá-los.

Importa destacar ainda que os direitos do consumidor se inserem no ramo dos direitos fundamentais e, segundo Flávia Piovesan, a Constituição Federal de 1988 consolidou a garantia de tais direitos com princípios dos direitos sociais e humanos<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2014. p.35.

<sup>17</sup> PIOVESAN, Flávia. *Direitos Humanos e Direito Constitucional Internacional*. São Paulo, Saraiva, 2006. p. 36-35. O texto de 1988 ainda inova ao alargar a dimensão dos direitos e garantias, incluindo no catálogo de direitos fundamentais não apenas os direitos civis e políticos, mas também os sociais. Trata-se da primeira Constituição brasileira a inserir na declaração de direitos os direitos sociais, tendo em vista que nas Constituições anteriores as normas relativas a tais direitos encontravam-se dispersas no âmbito da ordem econômica e social, não constando do título dedicado aos direitos e garantias. Nessa ótica, a Carta de 1988 acolhe o princípio da indivisibilidade e interdependência dos direitos humanos, pelo qual o valor da liberdade se conjuga com o valor da igualdade, não havendo como divorciar os direitos de liberdade dos direitos de igualdade. [...] Atente-se ainda que, no intuito de reforçar a imperatividade das normas que traduzem direitos e garantias fundamentais, a Constituição de 1988 institui o princípio da aplicabilidade imediata dessas normas, nos termos do art. 5º, parágrafo primeiro. Esse princípio realça a força normativa de todos os preceitos constitucionais referentes a direitos, liberdades e garantias fundamentais, prevendo um regime jurídico específico endereçado a tais direitos. Vale dizer, cabe aos Poderes Públicos conferir eficácia máxima e imediata a todo preceito definidor de direito e garantia fundamental. Tal princípio intenta assegurar a força dirigente e vinculante dos

Diante de todas as ponderações, percebe-se que a aprovação do CDC trouxe importantes resultados e avanços para a relação consumerista. Neste sentido, Adriana Fagundes Burger e Christine Balbinot, ressaltam que

na realidade, a aprovação e publicação do Código de Defesa do Consumidor significou o reconhecimento de que a relação de consumo deve ocorrer em patamares éticos mais elevados, garantindo-se não só a qualidade dos produtos e serviços, como também a responsabilidade dos fornecedores pelos eventuais danos, e uma das consequências foi a valorização dos produtos brasileiros que sofreram um significativo incremento de qualidade, permitindo, inclusive, o seu ingresso nos mercados internacionais<sup>18</sup>.

Nota-se que o Código de Defesa do Consumidor surgiu, então, para regular os interesses e relação entre consumidor e fornecedor. Dessa maneira, considerando o consumidor como parte vulnerável, o CDC previu princípios e meios de garantir a defesa do consumidor no intuito de restabelecer um equilíbrio entre as partes envolvidas na relação de consumo.

Outrossim, defende Sérgio Cavalieri Filho que

o que não pode ser esquecido, todavia, é que o espírito da lei não é privilegiar o consumidor, mas sim, dotá-lo de recursos materiais e instrumentais que o coloquem em posição de equivalência com o fornecedor, visando ao equilíbrio e à harmonia da relação de consumo, respeitados os princípios da equidade e da boa-fé, entendidos, estes últimos, como via de mão dupla, ou seja, o que vale para o consumidor deve valer para o fornecedor e vice-versa<sup>19</sup>.

Portanto, a denominação “proteção do consumidor”, estabelecida na ementa do CDC, não deve ser entendida como um privilégio, ou, ainda, um “escudo” para que o consumidor haja sem limites. Pelo contrário, a lei consumerista objetiva garantir ao consumidor diretrizes de conduta e de direitos que devem ser observados nas relações jurídicas de consumo, seja por ele mesmo, seja pelo fornecedor de produtos ou serviços, assim dispostos no referido diploma legal.

---

direitos e garantias de cunho fundamental, ou seja, objetiva tornar tais direitos prerrogativas diretamente aplicáveis pelos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário. No entender de Canotilho, o sentido fundamental da aplicabilidade direta está em reafirmar que ‘os direitos, liberdades e garantias são regras e princípios jurídicos, imediatamente eficazes e atuais, por via direta da Constituição e não através da *auctoritas interpositio* do legislador. Não são simples norma *normarum* mas norma *normata*, isto é, não são meras normas para a produção de outras normas, mas sim normas diretamente reguladoras das relações jurídico-materiais.

<sup>18</sup> REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo, 2011. In: ALMEIDA, João Batista de. *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011. p. 16-17.

<sup>19</sup> CAVALIEIRI FILHO, Sérgio. *Programa de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008. p. 79-80.

## 2.2 Princípios basilares do CDC

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é dotado de uma base principiológica de suma importância para interpretação, compreensão e aplicação de suas normas. De modo geral, os princípios que regem as relações de consumo encontram-se expressos no CDC. Entretanto, não obstante há o reconhecimento de princípios implícitos, cuja origem é decorrência de interpretação dos dispositivos da própria lei consumerista ou de diretrizes protetivas do consumidor vulnerável, as quais constituem o fundamento teleológico de todo o microssistema.

Inicia-se esse subcapítulo apresentando uma breve distinção entre princípios e regras. Os princípios podem ser definidos como um conjunto de padrões de conduta presentes de forma explícita ou implícita no ordenamento jurídico. Embora existam divergências, no âmbito da doutrina e da jurisprudência, entre a distinção desses dois institutos jurídicos, os princípios, assim como as regras, de modo geral, são normas jurídicas.

Assim, Bruno Miragem entende que os princípios

revelam-se como normas com alto grau de generalidade que atuam como mandatos de otimização, uma vez que ordenam quando será realizado na maior média possível, de acordo com a condições fáticas e jurídicas existentes<sup>20</sup>.

Do outro modo, ele descreve que regras

consideram-se as normas cuja determinação da hipótese legal, e a consequência de sua aplicação, são percebidas *prima facie*, ou seja, identificados de modo imediato como determinantes de uma certa conduta devida, um dever ser normativo<sup>21</sup>.

Entende-se que o CDC possui uma alta base de princípios, sejam implícitos ou explícitos, cujo objetivo, a priori, é a proteção da parte mais vulnerável da relação de consumo. Grande parte dos princípios do CDC está elencada no art. 4º e seus incisos. Dessa forma, os princípios explícitos basilares da norma consumerista são princípio da vulnerabilidade (art. 4, I); princípio da harmonia (art. 4,

---

<sup>20</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2014. p. 121.

<sup>21</sup> *Ibidem*.

III); princípio da proteção (art. 4, II); princípio da transparência (art. 4, *caput*); princípio da informação (art. 4, IV) e o princípio da educação (art. 4, IV). Estes dois últimos merecendo destaque por estarem relacionados, com objetividade, ao tema de estudo em tela.

Previsto no art. 4, IV, o princípio da informação, dentre os demais positivados no CDC, é um dos princípios mais importantes de todo sistema consumerista. Além do mais ele encontra-se previsto no art. 6, III, do CDC, como direito básico do consumidor, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] III – a 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<sup>22</sup>.

Paulo Luiz Netto Lobo o chama de “direito fundamental do consumidor”<sup>23</sup>. Para Bruno Miragem o direito à informação apresenta sua eficácia correspectiva na imposição aos fornecedores em geral de um dever de informar<sup>24</sup>. Ainda, segundo ele, dentre outros pressupostos, o tratamento favorável do consumidor nas relações de consumo apoia-se no reconhecimento de um *déficit* informacional entre o consumidor e fornecedor, por quanto este detém o conhecimento acerca de dados e demais elementos sobre o processo de produção e fornecimento dos produtos e serviços no mercado de consumo<sup>25</sup>; por Claudia Lima Marques, denominado de *expert* ou *expertise*<sup>26</sup>.

Não basta que a informação seja repassada ao consumidor da maneira como o fornecedor bem entender. É preciso que ela seja clara e objetiva, de maneira que o consumidor a compreenda e que não haja duplo sentido.

Segundo Bruno Miragem,

---

<sup>22</sup> BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. *Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*. Brasília, 1990. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em 10 nov. 2016.

<sup>23</sup> LOBO, P. L. Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 37, São Paulo, Revista dos Tribunais. p. 67.

<sup>24</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2014. p. 200.

<sup>25</sup> Idem. *Curso de Direito do Consumidor*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2014. p. 200.

<sup>26</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2013. p.72.



“a eficácia do direito à informação do consumidor não se satisfaz com o cumprimento formal do dever de indicar dados e demais elementos informativos, sem o cuidado ou a preocupação de que estejam sendo devidamente entendidos pelos destinatários destas informações”<sup>27</sup>.

O direito à informação está estritamente alinhado ao direito à educação, haja vista que, no âmbito das relações de consumo, aquele é decorrência deste. O princípio da educação, no âmbito das relações de consumo, está amparado pelos art. 4, IV e pelo art. 6, II, ambos do CDC<sup>28</sup>.

No referido dispositivo, o CDC prescreve a educação como um princípio norteador da Política Nacional das Relações de Consumo (PNRC), dessa maneira o Estado, por meio dessa ação, deve atentar-se a educar os consumidores e os fornecedores quanto seus respectivos direitos e obrigações. Pela simples leitura do referido dispositivo legal nota-se que o legislador impôs ao Estado o dever de observar, na execução da PNRC, a observância da educação, de maneira a efetivar os diretos disciplinadores das relações de consumo, sejam, os destinatários consumidores e/ou fornecedores.

Já o art. 6, II do CDC, diferentemente do art. 4, IV, que trata da Política Nacional das Relações de Consumo, está relacionado às situações típicas de relação de consumo entre consumidor e fornecedor<sup>29</sup>. Nesse caso, a grosso modo, o referido dispositivo está dizendo que o fornecedor deve educar o consumidor acerca do consumo adequado e consciente dos produtos e/ou serviços oferecidos por ele, de maneira que seja demonstrado os riscos e efeitos que poderão advir pelo seu mau uso ou consumo descontrolado, sob as penas previstas na lei consumerista.

Nota-se que o direito a educação está diretamente ligado ao direito à informação, de maneira que a educação para o consumo se concretiza no momento que o fornecedor divulga e disponibiliza ao consumidor as informações necessárias

---

<sup>27</sup> MIRAGEM, Bruno. Op. cit., p. 201.

<sup>28</sup> BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. *Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*. Brasília, 1990. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em 28 out. 2016, 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<sup>28</sup> (grifei).

<sup>29</sup> Idem. Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.

sobre o produto ou serviço e as garantias decorrentes dessa relação jurídica, notadamente previstas na lei consumerista. Não basta divulgar, é preciso informar para que haja a certificação de que a informação chegou ao pleno conhecimento do consumidor.

Outrossim, é evidente a preocupação dada pelo legislador para com a educação para o consumo, tanto que a matéria foi inserida em dois capítulos distintos do CDC: no capítulo II - Da Política Nacional de Relações de Consumo e no capítulo III - Dos Direitos Básicos do Consumidor. Lembrando que, embora no mesmo diploma legal, possuem aplicações distintas. No capítulo II é tratado sobre as situações típicas de relações de consumo, entre consumidor e fornecedor. Já capítulo III, trata da aplicação do princípio da educação, na Política Nacional de Relações de Consumo. Portanto, os órgãos governamentais também deverão atentar-se para o prescrito no art. 4, IV.

Neste sentido, os órgãos governamentais, aqui falando-se das agências reguladoras, também devem assumir o papel de defesa do consumidor, para garantir que os direitos da lei consumerista, aqui com ênfase na educação para o consumo, sejam aplicados. Embora, popularmente equivocada, tem-se a ideia de que esses órgãos não são competentes para tanto. Contudo, a Constituição da república exige que o Estado, seja na administração direta ou indireta, garantam a aplicação dos direitos do consumidor.

A não observância da educação para o consumo ocasiona diversos problemas sociais. No Brasil, as políticas públicas de diminuição de juros e de facilitação do crédito ocorrida no início do século XXI, para movimentar a economia do país, aliadas à deficiência ou até à inexistência de educação e de informação consciente e necessária para o consumo, resultam em sérios problemas sociais de exclusão e marginalização, como é o caso, por exemplo, do superendividamento e do consumismo.

### **2.3 Consumo e o Consumismo**

O ato de consumir bens e/ou serviços está presente no dia a dia das pessoas, não importando seu poder aquisitivo, nível sociocultural, sua religião, raça ou cor. Desde os primeiros dias de vida - sendo na maioria dos casos até antes mesmo - já se consome. E, assim, será em quanto viver. As pessoas adquirem

hábitos típicos de seres consumistas por diversos motivos, sejam eles para prover seu sustento ou para satisfazer alguma vontade pessoal, de maneira que nesse caso é realçado o consumismo, muitas vezes exacerbado.

Nesse sentido, tem-se o consumo como o ato de adquirir conscientemente o necessário para a subsistência, de maneira que não exceda daquilo que é útil para uma vida digna. Para tanto, é necessária uma reflexão que envolve a tomada de decisões cujos fatores podem ser políticos, culturais e pessoais. Essa reflexão é conquistada por meio da educação para o consumo, pois, por meio desta, o consumidor adquiriria conhecimento prévio acerca dos fatores elencados.

Desta forma, pensa-se em fatores políticos, pois, vê-se como um sujeito inserido numa sociedade em que o bem-estar social prevalece ao individualismo. Assim, o consumo passa a ser observado como somatório social; culturais, pois incluem nas suas decisões os objetivos materiais da sociedade como parâmetro de consumo, tendo em vista observar os ideais de valores éticos e morais. Já os fatores pessoais referem-se à idade, o estilo de vida, as condições econômicas, a ocupação, o estágio do ciclo de vida, a personalidade, além de, inclusive, o autoconceito. A cada momento da vida, naturalmente as necessidades e os desejos vão sendo modificados. Adolescentes, jovens, recém-casados, casal com filhos ou sem filhos, cada fase exige produtos diferentes e, com isso, o hábito de consumo notadamente muda.

Vive-se numa sociedade tipicamente capitalista, numa era em que o vocábulo “consumo” denota poder e há uma intensa necessidade de concretizá-lo, pois produtos e serviços designa qualidade de vida. Nesse sentido, nota-se a presença do fenômeno consumismo, pois esse é caracterizado pelo ato de comprar bens ou contratar serviços sem que haja necessidade. Ou seja, é um ato apenas de impulso, em que há ausência de processos lógicos de decisão e utilização de recursos financeiros.

Não se consome mais pelo conteúdo em si do produto, mas pela representação – pelo simbólico dele. Um automóvel não é considerado mais apenas um meio de locomover-se, a sua marca denota uma sensação de poder e *status*, que nem sempre é coerente e condizente com os recursos do seu usuário. A grife exibida no produto expressa mais do que a própria vestimenta, o acessório, etc.

Segundo Zygmunt Bauman, “o consumismo é um produto social, e não o veredicto inegociável da evolução biológica [...]”<sup>30</sup>. Para ele,

acima de tudo, o consumismo tem o significado de transformar seres humanos em consumidores e rebaixar todos os outros aspectos a um plano inferior, secundário, derivado. Ele também promove a reutilização da necessidade biológica como capital comercial. Às vezes, inclusive, como capital político<sup>31</sup>.

Sob esse aspecto, observa-se que as pessoas passam a ser rotuladas pelos bens adquiridos, não importando o que são como pessoas. O ato de consumir passa a ser o caminho para conquistar a felicidade, torna-se o primeiro plano para tanto. Para Bauman, “consumir, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em “vendabilidade”<sup>32</sup>.

Contemporaneamente, entende-se que a motivação para a pessoa consumir demasiadamente é o sentimento de preencher um vazio interno; de obter a satisfação e o prazer imediato; de ser aceita, tentando desviar-se da tarefa de lidar com as diferenças em sociedade. Sob esse aspecto, bens materiais alimentam o ego, pois, com eles, tem-se a sensação de prazer, contudo, não um prazer duradouro, mas aquele que necessita ser renovado frequentemente. Dessa maneira, constrói-se um estado social de felicidade satisfativo, contudo, em caráter temporário, ou seja, menos durador.

Nota-se, dessa forma, que o ato de comprar é realizado não por necessidade, mas, por uma sensação de prazer e, na pior das hipóteses, por status. Com o incontrolável crescimento tecnológico e, por consequência, também ocorrendo o crescimento comercial, investe-se na melhoria da comodidade e conforto dos consumidores, comercializando produtos mais atrativos, contudo, menos duráveis, fazendo-se com que perdure a obrigação de comprar o melhor e mais avançado produto.

Em vista disso, a experiência do consumismo transforma-se num jogo social e psicológico onde o anseio de posse, a sensação de poder e a necessidade de usufruir desse poder, somam-se entre si, fazendo com que o consumidor fique

---

<sup>30</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. Editora Zahar, 2008. Pág. 83.

<sup>31</sup> Ibidem.

<sup>32</sup> Ibidem.

cego aos flagrantes desrespeitos aos seus direitos. No entanto, essa sensação de prazer proporcionada pelo consumo se esgota celeremente.

## 2.4 Os problemas sociais decorrentes do consumo desequilibrado

Percebe-se que o consumismo pode evidenciar diversos problemas sociais. O ato de consumir, sem uma prévia reflexão, traz à tona o fenômeno do superendividamento. E, com esse, vem uma série de outros fatores nocivos ao bom desenvolvimento social e da economia, esses, que serão demonstrados a seguir.

Um dos fatores que contribuem diretamente para o superendividamento é a operação de compra a crédito. Não se nega que ela é uma facilidade da vida atual, mas, ela é um dos símbolos mais predominantes da sociedade de consumo, que não mais se caracteriza pela economia da poupança, mas, pela economia do endividamento. Cláudia Lima Marques assinala que

na economia do endividamento, as pessoas precisam do crédito para adquirir bens de maior valor, visto que gastam toda a sua receita em consumo básico. Na economia da poupança, reserva-se quantia para poupar, sem que se gaste toda a receita mensal, de modo que a pessoa planeja a aquisição de bens de maior valor, poupando e esperando até que tenha valor suficiente para o investimento<sup>33</sup>.

A aquisição de bens por meio da operação de crédito é considerada “parte constante e indissociável do mercado de consumo”<sup>34</sup>, e, segundo Bruno Miragem, os contratos que envolvem operações de créditos são considerados os de maior influência prática no atendimento às necessidades do consumidor, além de sua introdução e atuação no mercado de consumo<sup>35</sup>.

Dessa forma, vive-se no período pelo qual tudo pode ser adquirido por meio de crédito; por consequência, tudo pode ser comprado. Adquirindo produtos e serviços, por meio de operações de créditos, forma-se um passivo de dívidas ao

---

<sup>33</sup> MARQUES, Cláudia 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. 9-42, jul.-set./2010. p. 3.

<sup>34</sup> SILVA NETO, Orlando Celso da. Aspectos jurídicos pré-contratuais da concessão de crédito ao consumidor: existência de deveres acessórios complementares às obrigações genéricas previstas no código de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015. p. 2.

<sup>35</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 376.

qual se tem o encargo de responder. Parcelar a compra de um bem perante um fornecedor virou um fato do dia a dia, segundo Marques “inerente à vida na atual sociedade de consumo, faz parte da liberdade das pessoas no mercado de hoje, do ser ‘consumidor’, em qualquer classe social”<sup>36</sup>. Inclusive, em grandes casos, a operação de crédito estabelece a muitas famílias um meio pelo qual é gerido o seu orçamento mensal<sup>37</sup>.

Por outro lado, a amplificação do crédito resultou para o avanço da economia, podendo ser visto, segundo Miragem, como “um dos grandes elementos de promoção da economia no último século”<sup>38</sup>.

É evidente a dependência do mercado em face da constante expansão do consumo. Dessa forma, tendo-se crédito para viabilizar o consumo, tem-se garantido, por consequência, o avanço da economia, pois, nesse sentido, o crédito seduz a prática do consumo e mantém o mercado em constante movimento, sobre o prisma de incessante crescimento e desenvolvimento da economia.

Ainda, além de ser uma causa impulsora da economia, nota-se que os efeitos positivos advindos pelo crédito disponível ao consumo são, notadamente, refletidos na vida social, pois propiciam uma melhora no nível de vida populacional e, também, dos consumidores em sua individualidade, sobretudo, daqueles de menor poder aquisitivo, para os quais a compra do mais simples dos eletrodomésticos somente pode ser realizada a crédito.

Por meio do crédito para o consumo foi possível que todas as classes de consumidores tivessem acesso a bens de maior valor econômico, aos quais não teriam, caso não tivessem chance a financiamento, sobretudo no que diz respeito à aquisição da moradia própria. Por consequência, as pessoas se tornam mais felizes por conseguirem adquirir seus objetos desejados sem precisar esperar muito tempo ou, em alguns casos, tempo algum para isso.

Diante da introdução do crédito na vida das pessoas, sintoma notadamente visto na sociedade atual, tem-se, segundo Miragem, o fenômeno

---

<sup>36</sup> 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. 9-42, jul.-set./2010. p. 3.

<sup>37</sup> Idem; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 23.

<sup>38</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 376.

denominado “massificação do crédito”<sup>39</sup>. Diante dessa realidade, como salienta Cláudia Lima Marques, verifica-se que consumo e crédito caminham juntos; são as faces da mesma moeda, podendo essa moeda ser da sorte ou do azar, como ressalta:

(...) essa moeda de duas faces "consumo/crédito" sorri somente quando está na vertical, girando e mostrando suas duas caras ao mesmo tempo: é bom para todo mundo, para a sociedade em geral, pois economia "sorri", e para o consumidor, que também é incluído - feliz - no mundo do consumo. Mas o equilíbrio desse movimento é difícil, e na sociedade de consumo de massa sempre uma moeda ou outra vai se desequilibrar e cair: o consumidor não paga o crédito, não consome mais, cai no inadimplemento individual (ou insolvência civil)(...)<sup>40</sup>.

Nesse sentido, o superendividamento do consumidor, no âmbito da doutrina também denominado falência ou insolvência dos consumidores<sup>41</sup>, é uma consequência da popularização do crédito, evidenciada na última década. Segundo José Reinaldo Lima Lopes, no Brasil “o crédito ao consumo destinado a certas classes sociais é fonte de escândalos que chegam ao foro internacional, como a escravidão (informal) por dívidas”<sup>42</sup>.

Destaca-se que o superendividamento do consumidor, provocado pelo consumo desequilibrado, ocasiona um preocupante reflexo negativo na vida pessoal e social dele, o que espelha diretamente na sua dignidade. Por não conseguir honrar com suas obrigações, ocorre o inadimplemento e o consumidor tem seu nome inscrito nos órgãos de proteção ao crédito, como, por exemplo, o Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) e/ou o Serasa.

Tendo seu nome inscrito no “rol de devedores”, tem-se, por consequência, a presença de problemas como a não possibilidade de contrair novos créditos para aquisição de bens, muitas vezes essenciais à sobrevivência, e a

---

<sup>39</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 380.

<sup>40</sup> MARQUES, Cláudia 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. 9-42, jul-set/2010. p. 4.

<sup>41</sup> LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007. p. 5.

<sup>42</sup> LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 2.

dificuldade de inclusão no mercado de trabalho, sendo que, nesse último caso, torna-se inviável negociar suas dívidas e, conseqüentemente, honrá-las. Sendo assim, cria-se uma situação em que o consumidor endividado não consegue auferir renda para sanar suas dívidas e, por essa razão, tem seu nome negativado. E ainda, na pior das hipóteses, não consegue se inserir no mercado de trabalho para adquirir renda.

O Conceito de superendividamento ainda não é positivado na legislação brasileira. Existe um projeto de lei aprovado no âmbito do Senado Federal, de iniciativa dessa casa, que pretende alterar o Código de Defesa do Consumidor para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento<sup>43</sup>. Contudo, desde 04 de abril de 2015, data em que foi remetido à Câmara dos Deputados, o referido projeto encontra-se parado naquela casa, restando, então, esperar para que brevemente o pleito, por sinal tão aguardado, seja levado a uma votação positiva e possível promulgação, a fim de regulamentar a matéria.

Até lá, seu conceito é fruto de interpretação doutrinária, do qual, segundo Cláudia Lima Marques é 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”<sup>44</sup>.

Observa-se que, com base no conceito doutrinário supra, extrai-se a presença necessária de alguns elementos para a caracterização do superendividamento, quais sejam: o devedor pessoa física; que esteja o devedor de boa-fé; e impossibilitado de pagar as dívidas presentes e futuras, em confronto do valor do débito e a renda e patrimônio do devedor.

---

<sup>43</sup> Projeto elaborado por uma Comissão de Juristas, presidida pelo Ministro Antonio Herman V. Benjamin, e teve como membros Claudia Lima Marques, como Relatora-Geral, Ada Pellegrini Grinover, Leonardo Roscoe Bessa, Roberto Pfeiffer e Kazuo Watanabe. (MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Anteprojeto de lei de Atualização do Código de Defesa do Consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 82, p. 331-356, abr./2012. p. 1.) Análise com base na última versão do Projeto de Lei, após aprovação pelo Senado Federal, em 28 de outubro de 2015. Extraído do site do Senado Federal. Disponível em: <<http://legis.senado.leg.br/diarios/BuscaDiario?tipDiario=1&datDiario=29/10/2015&paginaDireta=00272>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

<sup>44</sup> MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 55, p. 11-52, jul.-set./2005. p. 1.



Dessa forma, imprescindivelmente, o consumidor deve ser pessoa física comum. Devido ao risco do negócio, o consumidor não pode ser profissional ou empresário, pois, nessa condição, pode-se ir à falência por diversos fatores alheios ao plano de negócio, sendo essa situação regulamentada por lei específica. Ainda, necessariamente, o consumidor deve estar de boa-fé, devendo o momento adequado para avaliação dessa condição o da contratação. Assim, o consumidor que age de má-fé, por exemplo, contraindo empréstimo ciente de que não vai honrar com o pagamento, pois sabe que não possui condição econômica para tanto, não pode ser considerado um superendividado. Portanto, o critério da boa-fé é determinante para a verificação do superendividamento.

Por derradeiro, o consumidor deve se encontrar em condição de total inviabilidade de, com sua renda e patrimônio ativos, pagar as dívidas já vencidas e as que estão por vencer. Nota-se que a impossibilidade deve ser duradoura e não momentânea, como salienta Marques, a “indicar que teria de fazer um esforço por longos anos, quase uma escravidão ou hipoteca do futuro, para poder pagar suas dívidas”<sup>45</sup>.

Não obstante, segundo defende Clarissa Costa de Lima, existe mais de uma possibilidade de definir o superendividamento, porém, todas as definições constam em comum a “impossibilidade de o devedor pagar todas as suas dívidas, atuais e futuras, com seu patrimônio e seu rendimento”<sup>46</sup>.

Mais importante que delimitar conceitos, impõe-se refletir sobre as causas da ocorrência do superendividamento. Não restam dúvidas que a expansão do crédito é uma das grandes razões. Contudo, Clarissa Costa de Lima ressalta diferentes abordagens para elucidar o fenômeno: a desregulamentação do mercado de crédito, com o descontrole dos níveis de crédito ao consumo e abolição do teto de juros, e a redução do bem-estar social, em razão da falta de políticas públicas adequadas a oferecer aos cidadãos condições de educação e saúde públicas eficientes<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> 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. 9-42, jul.-set./2010. p. 6.

<sup>46</sup> LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 33-34.

<sup>47</sup> Ibidem.

Ainda, não menos preocupante, destaca-se como causa que contribui diretamente para o superendividamento o ato de consumir por impulso e em excesso, característica típica do consumismo, em que não se poupa para comprar, mas, se parcela o valor, afim de imediatamente obter o bem. Além disso, como ressalta Kilborn, os consumidores tendem a ser excessivamente confiantes e otimistas no que tange à sua previsibilidade ao risco. Dessa forma, não conseguem antever os riscos da vida (como desemprego, doença ou outros fatores) e, por essa razão, tendem a gastar mais<sup>48</sup>.

Apesar das situações abordadas, fielmente causadoras de diversos problemas sociais, observa-se que todas elas estão estritamente ligadas à ausência da presença de uma educação para o consumo. A carência de educação para o consumo alinhada à deficiência de informações adequadas nas relações consumeristas são fatores determinantes para o superendividamento. Segundo salienta Clarissa Costa de Lima,

os “consumidores que não recebem previamente as informações sobre as condições da contratação, dos custos e do impacto da dívida no seu orçamento correm mais riscos de se endividar e comprometer demasiadamente o orçamento doméstico”<sup>49</sup>.

Nesse sentido, como um consumidor deseducado pode exigir que seus direitos sejam observados pelos fornecedores? Muitas vezes esse consumidor é induzido e estimulado ao crédito pela publicidade e estratégia de marketing das empresas, o que os tornam cegos frente aos abusos praticados. Como bem ressalta Lorenzetti, devido às atuais e avançadas técnicas de marketing dos fornecedores, dificilmente um consumidor que entra numa agência bancária a deixa sem que antes tenha contraído alguma espécie de serviço de crédito<sup>50</sup>. Nesse caso, é conduta comum dentre os estabelecimentos bancários estabelecerem metas a seus funcionários, de maneira que, em algumas situações, esses devem telefonar para uma “lista de clientes” e oferecer-lhes serviços e produtos financeiros que envolvem

---

<sup>48</sup> KILBORN, Jason J. Comportamentos econômicos, superendividamento; estudo comparativo da insolvência do consumidor: buscando as causas e avaliando soluções. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 73.

<sup>49</sup> LIMA, Clarissa Costa de. Op cit. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 36.

<sup>50</sup> LORENZETTI, Ricardo Luis; MARQUES, Claudia Lima. *Contratos de servicios a los consumidores*. 1. ed. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores, 2005. p. 415.

crédito<sup>51</sup>. Diante disso, como se comportar sem que tenha prévio conhecimento de seus direitos e reflexões acerca da necessidade e possibilidade de consumir?

O consumismo ou o superendividamento é um problema, além de jurídico, social<sup>52</sup>, consignado como grave fator de exclusão social<sup>53</sup>. Do ponto de vista jurídico, a solução é aparentemente simples, bastando à execução forçada do devedor nos termos da lei processual, contudo, sob o aspecto preventivo, não se trata apenas de um problema jurídico que atinge a esfera pessoal do devedor, mas, um problema social<sup>54</sup>.

Nesse sentido, os problemas sociais decorrentes do consumo desequilibrado afeta negativamente toda a sociedade, além de atingir drasticamente todas as esferas da vida do consumidor, como a financeira (os credores exigirão seus créditos de todas as formas, inclusive judicial, expropriando bens, se necessário, podendo ocorrer o bloqueio de suas contas bancárias), profissional (pode se tornar menos produtivo, além de ficar desestimulado a agir de forma empreendedora), familiar (as brigas aumentam, muitas vezes a falta de tolerância de um parceiro para com o outro pode afetar a relação de forma a ocasionar seu rompimento; ainda muitos pais tentam manter os filhos alheios às dificuldades financeiras, em razão do forte estresse pelo qual estão passando e acabam por descuidar da educação dos filhos que, assim, poderão sofrer consequências para a vida toda, como problemas escolares, emocionais, de saúde, inclusive podendo ocorrer o uso de álcool e drogas), social (se exclui do meio social, que deriva da falta de dinheiro para manter os padrões de antes e de seu estado emocional precário, propenso ao isolamento e desmotivação) além de afetar a sua saúde (pois pode ser acometido por depressão, dores de cabeça, estômago, alcoolismo, entre outros)<sup>55</sup>.

---

<sup>51</sup> Ibidem, p. 416.

<sup>52</sup> 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. 9-42, jul.-set./2010. p. 15.

<sup>53</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 231.

<sup>54</sup> LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006. p. 3.

<sup>55</sup> MIRAGEM, Bruno; LIMA, Clarissa Costa de. Patrimônio, contrato e a proteção constitucional da família: estudo sobre as repercussões do superendividamento sobre as relações familiares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 91, p. 85-116, jan.-fev./2014. p. 12.

Observa-se que os problemas sociais são maiores do que se imagina. Algumas situações concretas foram verificadas por Clarissa Costa de Lima e denotam com clareza o significado do superendividamento na vida de uma pessoa, *verbis*:

O consumidor Antônio tomou conhecimento do Projeto de Tratamento do Superendividamento no consultório médico, quando buscava ajuda para as dores de cabeça e enjôos decorrentes do estresse e da tensão gerados pela cobrança das dívidas que se acumulavam em razão dos altos juros. A consumidora Marisa, em razão dos problemas financeiros, ficou sem energia elétrica por mais de um ano em sua residência e dependia do auxílio dos vizinhos para sustentar os três dependentes. A consumidora Sílvia estava em aparente sofrimento psíquico por temer que o marido soubesse que estava superendividada com o cartão de crédito, e narrou que “ele não pode saber que estou devendo”, “não sei como esconder, se ele descobre que não fui ao trabalho e estou vindo aqui”, “se meu esposo souber ele vai me matar”, “ele dá o exemplo, não tem cartão de crédito”. O consumidor Tadeu tinha quase todo o salário descontado pelo empréstimo consignado, restando-lhe somente R\$30,00, o que inviabilizava o sustento da família e, sobretudo, o pagamento dos remédios para o filho que sofria de paralisia cerebral e epilepsia<sup>56</sup>.

Outro cenário comum, embora sem qualquer fundamento do ponto de vista jurídico, consumidores em situação de superendividados com seu nome inscrito nos cadastros de proteção ao crédito, não conseguem emprego, pois muitas empresas, de maneira comumente, se negam a contratar empregados em tal situação, mesmo que não influencie em nada no labor do cargo, mas apenas por mera discriminação. Esse tipo de conduta só agrava o quadro social da pessoa, pois afeta diretamente a sua esfera financeira e psicológica, conseqüentemente atingindo a sua dignidade como pessoa humana.

Essas circunstâncias demonstram fielmente os problemas causados pelo superendividamento. O crédito, como bem referido, pode ser bom para a economia, para o indivíduo e para a sociedade. Contudo, se utilizado de maneira equivocada, sem uma reflexão sobre a necessidade e possibilidade de seu consumo, ocasiona, conseqüentemente, o superendividamento, esse que afeta o indivíduo em sua particularidade e a sociedade como um todo. Portanto, extrai-se que o superendividamento, ocasionado pelo consumo desequilibrado, repousa como

---

<sup>56</sup> LIMA, Clarissa Costa de. *O tratamento do superendividamento e o direito de recomeçar dos consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 41.

um fator de exclusão social e, por isso, a proteção do consumidor endividado, segundo Geraldo de Faria, “é um imperativo nacional de luta contra as exclusões sociais”<sup>57</sup>.

Nesse sentido, por fim, ressalta-se sobre a importância da função preventiva e corretiva da educação para o consumo, de maneira que essa prepara o consumidor para lidar com as mais diversas situações que ocorrem no dia a dia nas relações consumeristas, salientando sobre a importância da obediência ao CDC, desde o momento que antecede a contratação, no que diz respeito à clareza das informações passadas ao consumidor, de modo a garantir a sua autonomia racional, até mesmo depois de caracterizada a situação de superendividamento, com a observância efetiva do princípio da boa-fé e seus efeitos, quais sejam: os deveres de lealdade, colaboração e respeito<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 233.

<sup>58</sup> MIRAGEM, Bruno. *Curso de direito do consumidor*. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 384.

### 3 O DIREITO FUNDAMENTAL À EDUCAÇÃO

“A educação é um processo social, é desenvolvimento. Não é preparação para a vida: é a vida”. Assim John Dewey se refere ao processo educacional<sup>59</sup>. Nesse sentido, entende-se que o processo educacional é a base necessária para o progresso de toda sociedade. Sem ela, uma sociedade está fadada ao fracasso, talvez, à irracionalidade. Passa-se, então, ao pleito exigido pelo capítulo em análise.

O direito à educação está assegurado dentre os direitos fundamentais previstos constitucionalmente no Brasil. A educação, como dito, é um direito fundamental social e é um requisito imprescindível ao desenvolvimento da personalidade humana, de maneira que a presença efetiva dela permite o pleno exercício da cidadania. Trata-se de um direito de todos e o Estado deve promovê-la, além da família. A efetividade do direito à educação é um dos instrumentos necessários à construção de uma sociedade livre, justa e solidária; à garantia do desenvolvimento social; à erradicação da pobreza e da marginalização e à promoção do bem de todos.

Pontes de Miranda ressalta a importância do ensino único e de todos, o qual todo cidadão deve reivindicar<sup>60</sup>. A proposta apresentada por ele é que o Estado consolide os cinco novos direitos do cidadão: direito à subsistência, direito ao trabalho, direito à educação, direito à assistência e direito ao ideal. Ele assegura que os cinco direitos devem ser executados simultaneamente, sendo que o direito à educação é o terceiro dos novos direitos do homem. Para ele “dêem tudo mais, mas não dêem educação, com igualdade e escola para todos, e não deram nada; a ausência de direito voltará”<sup>61</sup>.

A essencialidade do direito à educação, que se faz presente em inúmeras convenções internacionais, também foi recebida no texto constitucional brasileiro. Recepcionado como um direito fundamental indispensável a uma existência digna, o direito a educação passou a ser considerado como um dos elementos essenciais ao mínimo existencial em sociedade.

A Constituição Brasileira de 1988 dispõe sobre o pleno desenvolvimento da pessoa humana, o preparo para o exercício da cidadania e a qualificação para o

---

<sup>59</sup> DEWEY, J. *How We Think*. Boston D.C: Heath & Company, 1933.

<sup>60</sup> MIRANDA, P. de. *O direito à Educação*. Rio de Janeiro: Alba, 1933. p. 6

<sup>61</sup> Ibidem.

trabalho<sup>62</sup>. O dispositivo em questão é de suma importância para que o Estado o tenha como base para promover ações que garantam a efetividade do direito à educação, visando o pleno exercício da cidadania, como elencado. A ausência de uma educação escolar – que ocorre nos espaços escolarizados que sejam de Educação Infantil à Pós-Graduação - ocasiona o fenômeno da desigualdade social, já que a educação é um processo de socialização que visa uma melhor integração do indivíduo na sociedade.

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), a educação também é exercida para além do ambiente formal das escolas e adentra em outras perspectivas caracterizadas como: educação não formal e educação informal. A educação formal é aquela que ocorre nos espaços escolarizados, que sejam da Educação Infantil à Pós-Graduação, devendo ela ser garantida pelo Estado, objetivando a obtenção de títulos acadêmicos. Já a educação informal é o processo pelo qual durante toda a vida as pessoas adquirem e acumulam conhecimentos através das suas experiências diárias e de sua relação com o meio<sup>63</sup>.

Diante da temática sugerida pela presente monografia, destaca-se que a educação formal para o consumo está prevista na Lei de diretrizes e bases da educação nacional, Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 – onde estabelece que a educação deve vincular-se às práticas sociais<sup>64</sup>, o que, evidentemente, inclui o consumo de produtos e serviços, prática sempre presente na sociedade.

Ainda, tem-se expressamente a necessidade da educação para o consumo na Resolução nº. 7, de 14 de dezembro de 2010, do Ministério da

---

<sup>62</sup> BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)> Acesso em 09 mar. 2017: Art. 205. 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.

<sup>63</sup> Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). *Relatório Global sobre Aprendizagem e Educação de Adultos*. Brasília: UNESCO, 2010. p. 13.

<sup>64</sup> BRASIL. *Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996*. Estabelece diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9394.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9394.htm)>. Acesso em 28/08/2017. Art. 1º A educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais. [...] § 2º A educação escolar deverá vincular-se ao mundo do trabalho e à prática social. [...] Art. 3º O ensino será ministrado com base nos seguintes princípios: XI - vinculação entre a educação escolar, o trabalho e as práticas sociais.

Educação, que fixa diretrizes curriculares nacionais para o ensino fundamental de nove anos:

Art. 16 Os componentes curriculares e as áreas de conhecimento devem articular em seus conteúdos, a partir das possibilidades abertas pelos seus referenciais, a abordagem de temas abrangentes e contemporâneos que afetam a vida humana em escala global, regional e local, bem como na esfera individual. Temas como saúde, sexualidade e gênero, vida familiar e social, assim como os direitos das crianças e adolescentes, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069/90), preservação do meio ambiente, nos termos da política nacional de educação ambiental (Lei nº 9.795/99), **educação para o consumo**, educação fiscal, trabalho, ciência e tecnologia, e diversidade cultural devem permear o desenvolvimento dos conteúdos da base nacional comum e da parte diversificada do currículo. (grifei).

A própria Constituição Federal Brasileira, em seu artigo 205, prevê: “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”, ficando evidenciada a necessidade de práticas de educação consciente, o que envolve também a educação para o consumo consciente e equilibrado, sem a qual, segundo a norma, não haverá o pleno desenvolvimento da pessoa em sociedade e, muito menos, a efetivação da sua condição como cidadão. Conforme salienta Maria Angela Coelho Mirault Pinto:

[...] o ensino pedagógico do consumo consciente é uma necessidade ecológica e deveria ser um dos parâmetros de todo o programa de educação na infância. Esse indivíduo, assim educado, respeitará os limites do possível, do necessário e da utilidade. Será senhor do seu consumo, dono de suas escolhas, livre em suas decisões.”

Para haver uma possível superação das desigualdades sociais, o Estado deve exercer seu dever social e promover políticas preventivas e compensatórias, de maneira que assegurem oportunidades iguais de educação nas atividades econômicas, assim garantindo um mínimo social.

A tutela do consumidor deve ser compreendida no contexto dos direitos fundamentais. Ou seja, a legislação consumerista deve ser utilizada como um direito fundamental e, por essa razão, se insere historicamente à luz do princípio da dignidade da pessoa humana, tendo em vista esse ser um princípio basilar de toda a legislação brasileira.



### 3.1 A educação para o consumo como exercício de cidadania

A educação para o consumo objetiva fazer que o consumidor adquira conhecimento sobre os seus direitos, sobretudo os elencados no Código de Defesa do Consumidor; de maneira que compreenda o conteúdo do Código, e não apenas considere que, pelo fato dele ser consumidor, ele sempre terá razão. Essa é uma evolução que o consumidor precisa também fazer e ela só ocorrerá por meio do conhecimento, que se conquista por meio da educação para o consumo.

A prática do consumo, em todas suas fases históricas, sempre esteve ligada à satisfação das necessidades humanas. Nas sociedades pré-modernas a produção de bens passou por etapas, sendo realizada, de início, por meio da pesca, da caça e da coleta, cruzando pela etapa do aprimoramento das técnicas agrícolas e alcançando o período da chegada da tecnologia e do desenvolvimento da informática. Katia Leão Cerqueira e Jorge Renato dos Reis salientam, de maneira clara, sobre o transcurso temporal das relações de consumo que ora se objetiva explicar, *verbis*:

Das operações de simples troca de mercadorias e das incipientes operações mercantis, chegou-se, progressivamente, às sofisticadas operações de compra e venda, arrendamento, importação etc. De há muito, as relações de consumo deixaram de ser pessoais e diretas e transformaram-se em relações impessoais e indiretas. A partir da Revolução Industrial, com o crescimento populacional das metrópoles, que gerou o aumento de demanda e, por conseguinte, o aumento da oferta, os bens de consumo passaram a ser produzidos em série, para um número cada vez maior de consumidores, e o comércio experimentou, então, um extraordinário desenvolvimento, intensificando a utilização da publicidade e atraindo novos consumidores<sup>65</sup>.

Tomando como orientação a referida citação, observa-se que as relações de consumo se fez presente em toda a história humana, desde sua origem, até os dias atuais. Vive-se para consumir e consume-se para viver. Daí a importância e necessidade da presença de uma educação para o consumo, que objetive o desenvolvimento de uma consciência crítica e livre interferências exteriores que,

---

<sup>65</sup> REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo, 2011. In: ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed., rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 2.

caso estejam presentes, poderão induzir o consumidor a erro ou a consumir algo que, estando em sua plena consciência crítica, não consumiria.

A educação foi uma preocupação do legislador brasileiro para a legislação consumerista. Esta que veio para estabelecer uma harmonia entre as relações de consumo (consumidor e fornecedor) e também para garantir a paz e o equilíbrio entre os envolvidos, além de conscientizar o cidadão para exercer conscientemente sua função no mercado.

A presença de uma educação para o consumo é garantida pelo o Código de Defesa do Consumidor (CDC)<sup>66</sup>, como um dos seus princípios norteadores.

Essa educação é o meio pelo qual ocorre o fortalecimento dos direitos dos consumidores e tem como fim formar a consciência crítica do cidadão, visando que ele busque os seus direitos, individuais, sociais e os coletivos, além de capacitá-lo para fazer uma escolha adequada no âmbito das relações de consumo. Essa escolha adequada caracteriza-se quando o cidadão ao adquirir um produto ou se depare com uma situação de abusividade, excesso ou enganação, exerça seu papel de cidadania e seja um sujeito apto a lutar pelo reconhecimento dos seus direitos.

No âmbito da presente pesquisa o exercício de cidadania é compreendido como o ato da pessoa, como membro de um Estado democrático e em pleno exercício de seus direitos, estar disposta a garantir que seus direitos sejam cumpridos com efetividade e que, não menos importante, também atente para os seus deveres.

O CDC estabeleceu o direito à educação como um dos meios de conscientizar o cidadão acerca das consequências e responsabilidades decorrentes da formação de uma relação de consumo. Por sua vez, a educação para o consumo objetiva o desenvolvimento da pessoa a fim de que se crie uma visão crítica e responsável de seu papel enquanto consumidor, que encontra as barreiras e as consequências de um mercado capitalista que busca, a qualquer custo, aliená-lo com a promessa de uma vida melhor.

---

<sup>66</sup> 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; [...].

O consumidor, quando educado, passa a exigir os seus direitos e observar os seus deveres, como forma de exercício de sua cidadania. E, por essa razão, passa a reclamar de produtos impróprios e inadequados para o consumo; da propaganda enganosa e abusiva realizada pelos comerciantes; dos contratos leoninos<sup>67</sup>; de serviços públicos prestados sem qualidade; de práticas abusivas do comércio que se prevalecem da ignorância, da vulnerabilidade e hipossuficiência, da idade e da condição social do consumidor para, com isso, enganá-lo e fazê-lo adquirir produtos e/ou serviços que, tendo ele previamente um posicionamento crítico a respeito da qualidade e da oferta do produto/serviço, talvez não o adquirisse.

A realidade da globalização exerce grande influência no Direito e, sobretudo, no Direito do consumidor, esse que resguarda as relações de consumo. Isso porque as relações de consumo, enquanto práticas sociais de bem-estar, são exercidas num contexto mundial que ocasionou a assemelhação de comportamentos culturais, sobretudo, pelos jovens e crianças. A ausência de uma educação para o consumo está contribuindo para que as pessoas a se identifiquem globalmente por meio dos produtos que adquirem.

Propõe-se que a questão a ser corrigida é a forte tendência para o agravamento do comportamento desequilibrado que ocasiona o consumismo que, além de fazer o consumidor fechar os olhos para realidade social – por estar envolvido no processo de produção dos bens mundialmente distribuídos -, o distancia de uma consciência pessoal em relação a si e a outrem, tornando quase imperceptível, por exemplo, a consciência moral de um jovem que tem como sonho e projeto de vida poder adquirir uma determinada marca de *smartphone*.

Vive-se numa sociedade de consumo em massa, onde se produz, ininterruptamente, carências e desejos nas pessoas, pois elas passam a ser julgadas por aquilo que vestem, calçam ou consomem; pelos locais que frequentam; pelos bens materiais que possuem e mostram aos outros membros da sociedade. Elas passam a consumir com os olhos e as emoções voltados apenas para si

---

<sup>67</sup> Entende-se como contrato leonino ou cláusula leonina ou, ainda, cláusula abusiva um ou vários termos inseridos, unilateralmente, no contrato firmado que venha a lesar os direitos da outra parte, aproveitando-se, normalmente, de uma situação desigual entre os pactuantes. As cláusulas abusivas lesam a boa fé, causando desequilíbrio nos direitos e obrigações das partes, em prejuízo do elo mais fraco. A legislação as considera nulas, não implicando, todavia, na nulidade do contrato como um todo.

mesmos, em um ato individualista e egoísta, sem se preocupar com as consequências de suas decisões de consumo.

Nesse sentido, buscando por esse objetivo educacional, nessa era da globalização, se faz relevante a distinção entre educar de instruir, apresentando, para uma compreensão clara e objetiva, a exposição de Martin Heidegger:

Instrução e educação são fenômenos que nada têm a ver um com o outro. Instruir é treinar, condicionar, informar, adestrar. Educar, por sua vez, vem do latim *'ex-ducere'* que quer dizer 'conduzir ou arrancar para fora', subentendemos, de uma condição de existência para outra<sup>68</sup>.

Ainda, segundo Kátia Leão Cerqueira e Jorge Renato dos Reis, o direito à educação para o consumo envolve dois aspectos: o formal e o informal<sup>69</sup>. O primeiro aspecto corresponde ao direito que é inserido nos currículos do sistema educacional, visando, por meio dos hábitos criados socialmente, não somente informar, mas também conscientizar os consumidores sobre as suas garantias. O segundo aspecto é definido por eles da seguinte forma:

Já a educação informal decorre de programas e campanhas publicitárias por intermédio dos meios de comunicação de massa e mediante trabalhos comunitários, com o objetivo de levar ao consumidor, de qualquer faixa etária, informações, orientações e esclarecimentos, propiciando-lhes melhor postura no mercado de consumo<sup>70</sup>.

A educação para o consumo deve ser levada a efeito na sociedade, seja ela de maneira formal, que ocorre quando inserida nos currículos do sistema educacional, ou informal, que ocorre por meio de políticas públicas que propiciarão ao consumidor uma postura correta nas relações de consumo, como bem salientado. Consumidor educado passa a exigir seus direitos, desta forma, contribuindo para o desenvolvimento próprio e social.

### **3.3 A construção de uma consciência crítica do consumidor como uma garantia à sua liberdade de escolha**

---

<sup>68</sup> HEIDEGGER, Martin. Todos nós... Ninguém: um enfoque fenomenológico do social. Apud de PEZZELLA, Maria Cristina Cereser. *A eficácia Jurídica na Defesa do Consumidor, o poder do jogo na publicidade*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004. p. 181.

<sup>69</sup> REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo. *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011. p.103.

<sup>70</sup> Ibidem.

Não é difícil de imaginar que criar uma consciência crítica no sujeito consumidor é um desafio. A capacidade transformadora dessa consciência, uma vez adquirida pelo consumidor, destaca-se pela sua autônoma compreensão dos seus direitos e deveres.

Destaca-se sobre o importante papel do Estado, através de seus órgãos educacionais, para a inclusão do tema junto às instituições de ensino. O consumidor consciente é um sujeito independente - diga-se independente no sentido de isento de manifestações que podem influenciar diretamente em sua compreensão numa relação de consumo -, que poderá estar na relação com capacidade de argumentar e tornar-se mais observador, com relação ao fornecedor, passando a ser detentor de conhecimentos essenciais para uma clara e objetiva, portanto, justa contratação, isenta de possíveis lesões, ofensas ou danos aos seus direitos.

Neste aspecto, é importante “desenvolver a consciência crítica da cidadania, de tal modo a converter os consumidores-consumistas em consumidores cidadãos, definindo formas de avançar, para mudar atitudes dos consumidores e buscar soluções próprias”<sup>71</sup>. Ainda, “buscar parceria com os órgãos governamentais para a inserção, nas instituições de ensino, da disciplina de educação do consumidor, firmando assim um convênio com as entidades educacionais para desenvolvimento da consciência cidadã dos consumidores”<sup>72</sup>.

Nessa constância de mudanças de ideais relacionados ao consumo, que envolve conhecimentos nas áreas jurídica, econômica e social, deve todos os setores aptos e relacionados com a prática educativa encontrar uma inovação, com critérios a ser pré-estabelecidos, e uma organização objetivando o crescimento e a concretização de um saber pleno ao sujeito consumidor, que deverá atingir, sobretudo, a conscientização desse e a sua utilização no mundo dos fatos.

Assim, é de suma importância destacar que o direito a educação é um caminho viável para a garantia de uma consciência crítica dos sujeitos da relação de consumo, frente a constante transformação da realidade dessas relações, seja pelo avanço da tecnologia; seja pela variação da economia do país.

---

<sup>71</sup> Tópicos do painel Educação para o consumo: uma nova consciência dos direitos, desenvolvidos na I Conferência Estadual dos Direitos do Consumidor. PROCON.RS/1999.

<sup>72</sup> Ibidem.

Dessa forma, Kátia Leão Cerqueira e Jorge Renato dos Reis defendem que

o que se quer é deixar patente que essa mudança de comportamento do consumidor é um processo que requer educação, mobilização social e informação, fazendo que as gerações atuais e as novas gerações possam ser educadas numa nova cultura de consumo, onde estejam presentes a crítica e a responsabilidade social, e não uma cultura voltada o consumismo como maneira de satisfação de interesses individuais<sup>73</sup>.

O sistema econômico o qual o Brasil está inserido ocasiona desequilíbrios e desigualdades e, por consequência, nem todos os sujeitos possuem acesso aos bens de consumo. A mídia e, sobretudo, a propaganda, com seu poder de persuasão, criaram um processo de convencimento que leva o consumidor a pensar que somente tendo acesso a determinados bens de consumo ter-se-á a felicidade e o bem-estar pessoal. É nesse momento que encontra-se o problema a ser resolvido.

Não se pode abster-se de ser feliz por não possuir determinado bem. O mercado é amplo e existem vários itens similares, se não iguais, ao produto que determinada propaganda demonstra ser único, se não exclusivo. Sob outro ponto de vista, talvez esse produto seja inferior ao um que seria mais barato, por exemplo. Ainda, nesse momento, o consumidor previamente educado se perguntaria: eu preciso? É necessário? Vale a pena (economicamente)? Esse produto realmente é bom? Faria perguntas do tipo que o levasse a refletir antes mesmo de adquirir esse bem.

Do mesmo modo, ressalta-se que a situação problema que se apresenta não é a rejeição ao consumo ou a discriminação das vias de acesso a ele. O problema que se coloca é a ausência da atenção do Estado para a importância da educação para o consumo, de maneira que esta é responsável por desenvolver um consumidor crítico, com posicionamentos reflexivos, sobre o que de fato é necessário consumir, descartando o que o desvia de sua rota de desenvolvimento e construção de sua identidade pessoal.

### **3.3 A efetividade dos direitos do consumidor por meio da educação para o consumo: ideal x realidade**

---

<sup>73</sup> REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo. *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011. p. 37 e 38.

Mesmo que se reconheça que a educação é um fator decisivo para o crescimento e desenvolvimento da sociedade, não se pode deixar de evidenciar sobre a distância existente entre a educação que se propaga e se planeja, da educação efetivamente praticada. Muitos projetos, sejam eles governamentais, tecnológicos, sociais ou não, são apresentados à sociedade, entretanto, não saem do papel, por diversas razões, sejam por inviabilidade técnica, operacional, financeira ou política, frustrando as expectativas neles depositadas.

Contudo, deve-se evidenciar que o CDC tem sido objeto de diversos debates e reflexões que são pertinentes e importantes, através de ações comprometidas com a efetivação da proteção e defesa do consumidor. Essas ações, por sua vez, são de grande importância, pois criam uma participação cada vez maior, não só dos órgãos e entidades diretamente envolvidos, sejam eles órgãos do Estado ou de Universidades, mas, sobretudo, com a participação de estudantes e de moradores de comunidades menos favorecidas da sociedade.

Diversas são as propostas apresentadas pelos profissionais atuantes que defendem essa causa, com o objetivo de tornar possível e real uma educação cidadã, voltada para as relações de consumo, que possa atingir toda a sociedade. São ideias que objetivam efetivar os direitos do consumidor por meio da educação para o consumo e por meio da difusão de informações acerca dos direitos e deveres, especificando caso a caso, as dificuldades e limitações encontradas pelos consumidores, além de capacitá-los para um maior poder de argumentação frente ao mercado.

Nesse sentido, compreende-se que no mundo globalizado deve o poder local fomentar ações que resultem num efetivo respeito aos direitos dos consumidores. Os Municípios, entes jurídicos da Federação Brasileira, em atenção a suas atribuições determinadas pela carta magna de 1988, para atuação no âmbito de suas competências, tem a viabilidade de implementar políticas públicas municipais a fim de incentivar a divulgação e proteção dos direitos do consumidor.

Uma proposta apresentada num debate promovido pelo Instituto Pólis, é no sentido de que os Municípios incrementem políticas públicas para a formação de agentes e monitores em direitos do consumidor. Assim, seriam desenvolvidos programas interdisciplinares incluindo a área dos direitos do consumidor, junto com organizações não governamentais. Neste caso, haveria participação da comunidade e trabalhadores, de maneira que envolveria servidores, professores, profissionais de

nível superior, categorias de trabalhadores da região, lideranças comunitárias, tudo com o objetivo de capacitá-los como monitores e agentes formadores de novos agentes nas comunidades, assim, de geração em geração, perpetuando a iniciativa<sup>74</sup>.

Essas políticas públicas podem ser incrementadas em conjunto com as Universidades e Faculdades da região. Pode-se inserir noções de direitos do consumidor no currículo escolar do ensino infantil, versado como tema transversal<sup>75</sup>, promovendo cursos de capacitação para os professores da rede de ensino municipal, para ministrar a disciplina<sup>76</sup>.

Outrossim, com aspectos correlatos com as proposições elencadas, verificam-se tão contemporâneas e úteis as várias propostas inclusivas e incisivas demonstradas na I Conferência Estadual dos Direitos do Consumidor, realizada pelo PROCON/RS no ano de 1999, cujo tema predominante percorreu em torno das “principais alternativas para a constituição de uma política capaz de disseminar a cultura de promoção e defesa dos direitos do consumidor, a partir de uma perspectiva de conscientização e cidadania”<sup>77</sup>.

Não restam dúvidas de que o Estado tem um papel fundamental para a criação, efetivação ou ampliação da educação para o consumo, devendo, sobretudo, provocar o debate sobre a relação consumidor e fornecedor para dentro da esfera individual do consumidor, fazendo com que ele se aproprie de seus direitos com autoconfiança, que somente o conhecimento do tema garante, e que, assim, possa participar desta relação com mais força.

Observa-se que as proposições aqui elencadas não se tratam de pensamentos utópicos, mas de força de vontade para pô-las em prática. A exemplo

---

<sup>74</sup> POLÍTICA MUNICIPAL DE DIREITOS HUMANOS, publicado originalmente como DICAS nº 102 em 1998, esta edição do DICAS foi produzida a partir do debate: "Direitos Humanos e Gestão Municipal", realizado em novembro de 1997. O evento foi promovido pelo Instituto Pólis, em parceria com o Instituto de Governo e Cidadania do ABC - Escola de Governo. Como expositores, participaram Marco Antônio Rodrigues Barbosa, da Comissão Justiça e Paz de São Paulo; Nelson Saule Jr., pesquisador do Instituto Pólis e professor da PUC-SP; e Heleni Paiva, vereadora em Santo André.

<sup>75</sup> Em capítulo específico para tanto, será abordado a possibilidade de incluir o ensino da educação para o consumo consciente desde a educação infantil, sendo lecionada de maneira transversal às disciplinas já existentes.

<sup>76</sup> POLÍTICA MUNICIPAL DE DIREITOS HUMANOS, op. cit.

<sup>77</sup> Realizada pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul, através do Conselho Estadual de Defesa do Consumidor (Cedecon) e do Programa Estadual de Defesa do Consumidor (Procon/RS), nos dias 22, 23 e 24 de novembro de 1999, na Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).



de que há movimentos interessados na implementação desses ideais, destaca-se alguns tópicos discutidos pela referida Conferência, que demonstram coerência de objetivos e metas, *verbis*:

É necessário que o Poder Público, especialmente por intermédio dos órgãos de defesa do consumidor, fomente uma maior participação social no debate dos direitos dos consumidores, que será alcançado com um forte trabalho de educação e de divulgação destes direitos, esclarecendo de forma ampla, a real competência dos PROCONs, haja vista a confusão com o Poder Judiciário por parte da população em geral. (...) Implantar uma Política Estadual de Educação para o Consumo que envolva todos os setores da sociedade, a partir de uma ampla discussão. (...) O movimento dos consumidores deverá ser uma política – não no sentido da política partidária, mas do ponto de vista de intervenções mais amplas, ligadas às demandas básicas da sociedade, como alimentação, saúde, educação, habitação, meio ambiente, entre outras – devendo articular-se com outros movimentos sociais e com órgãos de comunicação<sup>78</sup>.

O processo de implementação da educação para o consumo que ora se propõe deve ser de iniciativa do Estado, pois, além de ter recebido a incumbência constitucional para tanto, dispõe de meios adequados para sua efetivação. Dessa forma, ele deve ser o maior habilitador de “agentes educadores”, os quais, por sua vez, deverão atuar em todos os espaços educacionais existentes possíveis, a fim de difundir uma noção acerca da educação para o consumo, livre de quaisquer interesses ou influências. Nesse sentido, foi abordado no painel da Conferência sobre a importância de

realizar programas que despertem e instiguem o conhecimento e o debate nas escolas públicas e privadas sobre os direitos do consumidor, através de cursos voltados à comunidade escolar, em conjunto com as Secretarias Estadual e Municipais de Educação, objetivando um concurso estadual de ‘redação’ com a temática consumerista, voltada aos educandos, com critérios e premiações elaboradas pelo CEDECON. (...) Incentivar parcerias com as instituições de ensino superior, principalmente nos cursos de direito, comunicação social, educação, artes e ciências domésticas, e outros, objetivando uma maior divulgação da promoção e defesa dos consumidores e, também, a qualificação de agentes multiplicadores da educação para o consumo<sup>79</sup>.

---

<sup>78</sup> Tópicos do painel Educação para o consumo: uma nova consciência dos direitos, desenvolvidos na I Conferência Estadual dos Direitos do Consumidor. PROCON.RS/1999.

<sup>79</sup> Ibidem.

O CDC trouxe grandes avanços para as relações consumeristas, objetivando estabelecer paridade dentre os sujeitos envolvidos. Contudo, para garantir a implantação efetiva dos ideais iniciais e objetivos delineados no Código, é necessário criar e alimentar a consciência dos sujeitos consumidores com ensinamentos, visando à prevenção do seu bem-estar e da sua dignidade. E, para isso, é necessário a implementação cultural da educação para o consumo, de maneira que progressivamente serão formados agentes consumidores.

O ponto central a ser implementado pelas políticas públicas sugeridas é a socialização das informações pertinentes ao ato de consumir, de maneira que deve se facilitar o aprendizado do tema pelo consumidor e fornecedor, atingindo, então, todos os níveis sociais. Evidentemente que as referidas ações deverão ser lançadas a toda sociedade, contudo, deverá se dar ênfase para as pessoas de menor grau de instrução, economicamente hipossuficientes, de maneira que, sobretudo essas, entendam sobre a importância de se consumir adequadamente e como seus efeitos são benéficos, tanto individual como socialmente.

Dessa forma, devem ser criados canais de acesso às informações eficientes que, sobretudo, estimulem os consumidores a utilizarem, de forma a tornar o tema de interesse geral. Essas ações poderão ser realizadas utilizando-se de meios de comunicação já existentes, como a internet, dissipando-as por meio das redes sociais, televisão, rádio, cartilhas, shows populares, etc. Nesse sentido, segundo defendido na Conferência, deve-se

incentivar a realização de seminários, cursos e palestras dirigidos à população em geral, através de linguagem e métodos acessíveis, tornando o consumidor um agente formador de opinião, desenvolvendo a consciência de seus direitos e deveres para que exija produtos e serviços de qualidade e segurança em todos os segmentos que compõem a relação de consumo. (...) A fim de obter um maior alcance social, faz-se necessária a elaboração e distribuição de cartilhas com informações a respeito das diversas áreas de consumo, abordando situações práticas e orientando como o consumidor deve proceder em tais casos. (...) Trocar informações entre as entidades com o objetivo de conhecer as diversas experiências e identificar as ações conjuntas que possam ser adotadas para promover a defesa e a proteção dos consumidores<sup>80</sup>.

Observa-se que há disponibilidade de meios eficazes e econômicos para espalhar a educação para o consumo, contudo, as ideias elencadas, tendo o Estado

---

<sup>80</sup> Ibidem.

como gestor, somente serão conduzidas adequadamente com a participação ativa da sociedade, podendo essa participação ocorrer por meio de instituições de ensino (escolas e universidades), entidades de classe (sindicatos), associações de bairro, religiosas, etc., uma vez que criando-se expectativa totalmente voltada para a atuação do Estado, incumbe-nos ao descrédito criado pela ineficiência já consolidada na atuação estatal.

Eduardo Bittar, por meio de uma afirmativa crítica, apontando, inclusive, possibilidades de ação, defende a viabilidade de um amplo trabalho social, a fim de criar uma dedicação do sujeito em seu meio. Ele entende que esse trabalho social é imprescindível para o êxito de qualquer política pública que objetiva reverter uma circunstância fática desfavorável, em bem-estar, ganho de qualidade de vida e dignidade humana:

Iniciam-se, neste sentido, tentativas de romper com a ineficiência das instituições tradicionais, com as quais lida a sociedade no sentido de realizar suas políticas, sabendo-se que estas tentativas não são necessariamente custosas, não são necessariamente oriundas de iniciativas do Poder Público, não são necessariamente frutos de políticas verticalmente pensadas pelo governo federal para a realização de grandes projetos. Na pós-modernidade, o regional, o específico, a reunião de idéias, a associação de esforços, a participação cidadã, a interação empresa/escola, os convênios empresa/prefeitura, a atuação das ONGs surgem como formas alternativas de sanar com eficácia e eficiência dívidas do Estado e lacunas legislativas, bem como inoperância da máquina estatal, com criatividade e zelo inigualáveis<sup>81</sup>.

Por fim, ressalta-se sobre a importância de estender essa retórica a toda à comunidade. Não se trata de utopia, como elencado. Se os sujeitos da sociedade trabalharem juntos para que isso ocorra, não há nada que os impeçam, já que os meios mais eficazes para espalhar informações estão disponíveis, bastando a iniciativa.

Observa-se que existem muitos interessados em mudar essa problemática, basta que a sociedade se engaje e coloque em prática seus interesses. A educação para o consumo garante a paridade nas relações consumeristas. Tem-se hoje o consumidor como sujeito desprovido de conhecimentos, o que maximaliza a atuação maliciosa dos fornecedores. Trata-se

---

<sup>81</sup> BITTAR, Eduardo. *O Direito na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. p. 397.

de uma realidade que merece ser mudada, de maneira que, caso isso ocorra, toda a sociedade só tem a ganhar.

#### **4 A EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO CONSCIENTE DESDE A EDUCAÇÃO INFANTIL**

Sabe-se que a educação para o consumo é evidenciada quando há disposição de meios para o cidadão exercitar conscientemente sua função no mercado de consumo. Nesse sentido, a implementação da consciência crítica no consumidor, acerca da utilização dos valores socioambientais que norteiam as suas decisões de consumo, é uma tarefa necessária e árdua, pois exigirá dos jovens e adultos mudanças em comportamentos já consolidados em seus estilos de vida.

É necessária uma consciência sobre os valores socioambientais, pois o consumo afeta diretamente o meio ambiente, de maneira que é a natureza que fornece as matérias-primas para a produção de bens e serviços. Além do mais, pode-se, ainda, impactar negativamente os direitos humanos, pois muitos fornecedores se utilizam do trabalho escravo ou infantil ou violam os direitos trabalhistas com a intenção de intensificar sua produção e diminuir as despesas com mão de obra e, conseqüentemente, maximizar os seus lucros.

Ainda, como já elencado anteriormente, quando ausente uma educação para o consumo consciente, a sociedade tende a sofrer com a alta inadimplência. Consumidores compram desnecessariamente, sem refletirem se realmente é necessário comprar determinado objeto. A propaganda, as promessas e inovações sem compromisso social, que apenas almejam o lucro, criam consumidores cada vez com mais “sede de comprar”, fazendo com que eles pensem que somente com aquele produto terão seu bem-estar presente e deixando-os cegos às malícias do mercado, sejam elas vindas de produtos de má qualidade ou de promessas que não são cumpridas.

Eis aí a importância da educação infantil para o processo de formação de consumidores conscientes e críticos.

Segundo o Ministério da Educação, os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN) indicam, como objetivos do ensino fundamental, que os alunos deste sejam capazes de

compreender a cidadania como participação social e política, assim como exercício de direitos e deveres políticos, civis e sociais, adotando, no dia-a-dia, atitudes de solidariedade, cooperação e repúdio às injustiças, respeitando o outro e exigindo para si o mesmo respeito; posicionar-se de maneira crítica, responsável e construtiva nas diferentes situações sociais, utilizando o diálogo como forma de

mediar conflitos e de tomar decisões coletivas; conhecer características fundamentais do Brasil nas dimensões sociais, materiais e culturais como meio para construir progressivamente a noção de identidade nacional e pessoal e o sentimento de pertinência ao País; conhecer e valorizar a pluralidade do patrimônio sociocultural brasileiro, bem como aspectos socioculturais de outros povos e nações, posicionando-se contra qualquer discriminação baseada em diferenças culturais, de classe social, de crenças, de sexo, de etnia ou outras características individuais e sociais; perceber-se integrante, dependente e agente transformador do ambiente, identificando seus elementos e as interações entre eles, contribuindo ativamente para a melhoria do meio ambiente; desenvolver o conhecimento ajustado de si mesmo e o sentimento de confiança em suas capacidades afetiva, física, cognitiva, ética, estética, de inter-relação pessoal e de inserção social, para agir com perseverança na busca de conhecimento e no exercício da cidadania; conhecer e cuidar do próprio corpo, valorizando e adotando hábitos saudáveis como um dos aspectos básicos da qualidade de vida e agindo com responsabilidade em relação à sua saúde e à saúde coletiva; utilizar as diferentes linguagens — verbal, matemática, gráfica, plástica e corporal — como meio para produzir, expressar e comunicar suas ideias, interpretar e usufruir das produções culturais, em contextos públicos e privados, atendendo a diferentes intenções e situações de comunicação; saber utilizar diferentes fontes de informação e recursos tecnológicos para adquirir e construir conhecimentos; questionar a realidade formulando-se problemas e tratando de resolvê-los, utilizando para isso o pensamento lógico, a criatividade, a intuição, a capacidade de análise crítica, selecionando procedimentos e verificando sua adequação<sup>82</sup>.

A Lei nº 9.394/1996 - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) -, estabelece em seu art. 21 e seus incisos sobre a estrutura da educação escolar. Segundo a referida norma, ela compõe-se da educação básica, formada pela educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e da educação superior. Já no art. 22, do mesmo diploma legal, é disposto que a educação básica tem por finalidade desenvolver o educando, assegurar-lhe a formação comum indispensável para o exercício da cidadania e fornecer-lhes meios para progredir no trabalho e em estudos posteriores.

Sabe-se que a educação é o instrumento mais eficaz de progresso de toda sociedade. Ela é um processo gradual de formação, exercido pelos mais velhos

---

<sup>82</sup> Brasil. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: apresentação dos temas transversais, ética* / Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997. p. 6.

sobre os mais jovens, preparando a criança para viver em sociedade, como nos ensina Émile Durkheim:

A educação é a ação exercida pelas gerações adultas sobre aquelas que ainda não estão maduras para a vida social. Ela tem como objetivo suscitar e desenvolver na criança um certo número de estados físicos, intelectuais e morais exigidos tanto conjunto da sociedade política quanto pelo meio específico ao qual ela está destinada em particular<sup>83</sup>.

Portanto, extrai-se que a educação infantil tem por finalidade propiciar o pleno desenvolvimento da criança, em seus aspectos psicológico, físico e social, onde só se realizará em um sistema educacional em que a organização da educação formal incute nos alunos valores morais, sociais e ambientais, complementando, assim, a ação da família e da comunidade para o seu preparo ao exercício da cidadania.

Segundo Sônia Kramer, a educação infantil possui um papel fundamental no processo de desenvolvimento social, psicológico e cultural da criança, ressaltando que:

A educação infantil e o ensino fundamental são indissociáveis: ambos envolvem conhecimentos e afetos; saberes e valores; cuidados e atenção; seriedade e riso. O cuidado, a atenção, o acolhimento estão presentes na educação infantil; a alegria e a brincadeira também. E, nas práticas realizadas, as crianças aprendem. Elas gostam de aprender. Na educação infantil e no ensino fundamental, o objetivo é atuar com liberdade para assegurar a apropriação e a construção do conhecimento por todos. Na educação, o objetivo é garantir o acesso, de todos que assim o desejarem, a vagas em creches e pré-escolas, assegurando o direito de brincar, criar, aprender. Nos dois, temos grandes desafios: o de pensar a creche, a pré-escola e a escola como instâncias de formação cultural; o de ver as crianças como sujeitos de cultura e história, sujeitos sociais<sup>84</sup>.

Nesse sentido, a educação infantil possibilita a formação de indivíduos com valores sociais e ambientais que devem estar presentes na vida em sociedade,

---

<sup>83</sup> DURKHEIN, Émile. *Educação e sociologia*. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 53-54.

<sup>84</sup> KRAMER, Sonia. *As crianças de 0 a 6 anos nas políticas educacionais no Brasil: educação infantil e é fundamental*. Educ. Soc., Campinas: v. 27, n. 96, out. 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302006000300009&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302006000300009&script=sci_abstract&lng=pt)>. Acesso em: 03 de agosto de 2013.

sem que posteriormente haja a necessidade de exigir dessas pessoas mudanças de comportamentos já consolidados em seus estilos de vida.

Entretanto, para que a educação infantil coadjuva efetivamente para a implementação de condutas socioambientais, como, por exemplo, o consumo consciente, é primordial que os currículos pedagógicos das escolas de ensino infantil (creches e pré-escolas), sejam elas públicas ou privadas, contenham diretrizes de educação voltadas para o desenvolvimento sustentável e ao consumo consciente.

O desenvolvimento de currículos pedagógicos de escolas de ensino infantil, que primam para o ensino sobre consumo consciente, é de suma importância para a transformação comportamental e psicológica das novas sociedades brasileiras, com fim ao desenvolvimento sustentável. Os primeiros anos de vida do ser humano são dedicados a profundos processos de desenvolvimento da personalidade, além de ser evidente a grande capacidade cognitiva da criança. Dessa forma, é mais adequado, além de mais viável, criar na criança um pensamento voltado ao consumo consciente do que em adultos e jovens que já possuem sua cognição formulada.

Ressalta-se que não se quer a abstenção da educação voltada ao consumo consciente para jovens e adultos. O que está se afirmando é que a formação de uma sociedade, composta por consumidores conscientes, é mais eficaz quando implantada a educação para o consumo consciente no ensino infantil, desta forma incorporar-se-ia gradativamente na sociedade brasileira uma cultura de valorização ao consumo consciente, onde se teriam resultados sociais, econômicos e ambientais cada vez melhores para as futuras gerações.

Para isso, as escolas de ensino infantil, sejam elas públicas ou privadas, têm o dever de abranger em seus currículos pedagógicos diretrizes de educação voltadas ao consumo consciente. Antônio Carlos Efig salienta que nas escolas da rede pública de ensino infantil a “conscientização crítica do consumidor demanda informações para a adoção de valores socioambientais, tais como os norteadores de suas decisões”, e a educação para o consumo consciente depende da atuação positiva do Estado consistente na criação de políticas públicas educacionais voltadas para o desenvolvimento sustentável e para o consumo consciente<sup>85</sup>.

---

<sup>85</sup> EFING, Antônio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. Curitiba: Juruá, 2011. p. 125-126.



Dessa maneira, nota-se que a materialização do direito fundamental a educação para o consumo depende da atuação positiva do Estado, que consiste, dentre outras formas, na missão de criar e pôr em prática programas de educação voltados a estimular o consumo consciente nas crianças para que elas cresçam sabendo lidar com o mercado de consumo.

Constitucionalmente o Estado está obrigado a promover plenamente o direito fundamental a educação. Dessa forma, o Poder Público deverá utilizar-se de todos os instrumentos necessários para que seja levado a efeito o aludido direito, entre os quais, está presente a educação voltada ao consumo consciente. Por essa razão, mostra-se evidenciado o motivo pelo qual o Estado tem a obrigação de contemplar nos currículos escolares de suas escolas de ensino infantil diretrizes de educação voltadas ao consumo consciente.

#### **4.1 A educação para o consumo abordado como tema transversal**

No âmbito da educação infantil, os temas transversais são aqueles que objetivam a compreensão e construção da realidade social, além da abordagem sobre direitos e responsabilidades pertinentes a vida pessoal e coletiva. Dessa forma, importa destacar que devem ser trabalhados de forma transversal nas disciplinas já constantes do currículo escolar.

Segundo o Ministério da Educação (MEC),

muitas questões sociais poderiam ser eleitas como temas transversais para o trabalho escolar, uma vez que o que os norteia, a construção da cidadania e a democracia, são questões que envolvem múltiplos aspectos e diferentes dimensões da vida social<sup>86</sup>.

Dessa forma, observa-se que esses temas são adjetivados, pois não fazem parte de qualquer disciplina específica, mas abarcam todas elas como se fossem pertinentes a todas. Ainda, são delimitados a questões sociais, notadamente importantes para o desenvolvimento social dos alunos, de maneira que, a partir desses, são abordados fatores que influenciam diretamente na vida cotidiana da sociedade.

---

<sup>86</sup> Brasil. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: apresentação dos temas transversais, ética* / Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997. p. 21.

Contudo, para a definição dos temas transversais, a serem abordados nas salas de aulas, foram estabelecidos alguns critérios de eleição, que correspondem a questões de urgência social, abrangência nacional, possibilidade de ensino e aprendizagem no ensino infantil e favorecer a compreensão da realidade e a participação social<sup>87</sup>.

Ressalta-se que esses temas fazem parte dos Parâmetros Curriculares Nacionais (PCNs), instituídos após o Plano Nacional de Educação (PNE), estabelecido em 1999, e não estabelecem uma obrigação de conteúdo pedagógico a ser lecionado no âmbito das instituições de ensino infantil. Apenas são sugestões as quais as secretarias educacionais e as escolas poderão nortear-se para a elaboração seus planos de ensino.

Assim, esses temas relacionam-se a questões existentes na vida diária da sociedade e foram agregados ao currículo escolar por meio da transversalidade. Ou seja, segundo Menezes, “pretende-se que esses temas integrem as áreas convencionais de forma a estarem presentes em todas elas, relacionando-as às questões da atualidade e que sejam orientadores também do convívio escolar”<sup>88</sup>. Assim, por exemplo,

a área de Ciências Naturais inclui a comparação entre os principais órgãos e funções do aparelho reprodutor masculino e feminino, relacionando seu amadurecimento às mudanças no corpo e no comportamento de meninos e meninas durante a puberdade e respeitando as diferenças individuais. Dessa forma, o estudo do corpo humano não se restringe à dimensão biológica, mas coloca esse conhecimento a serviço da compreensão da diferença de gênero (conteúdo de Orientação Sexual) e do respeito à diferença (conteúdo de Ética)<sup>89</sup>.

Nesse sentido, pode-se ocorrer a implementação da educação para o consumo consciente sem que haja a necessidade de elaborar uma nova disciplina exclusiva para tanto. Utilizando-se da temática transversal, é possível abordar aspectos como educação financeira, informacional, emocional, social, além do

---

<sup>87</sup> Brasil. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: apresentação dos temas transversais, ética* / Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997. p. 22.

<sup>88</sup> MENEZES, Ebenezer Takuno de; SANTOS, Thais Helena dos. *Verbetes temas transversais. Dicionário Interativo da Educação Brasileira - Educabrazil*. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <<http://www.educabrazil.com.br/temas-transversais/>>. Acesso em: 25 de ago. 2017.

<sup>89</sup> Ibidem.

direito do consumidor propriamente dito, tudo no âmbito da educação para o consumo consciente.

Conforme salienta Maria Angela Coelho Mirault Pinto,

[...] o ensino pedagógico do consumo consciente é uma necessidade ecológica e deveria ser um dos parâmetros de todo o programa de educação na infância. Esse indivíduo, assim educado, respeitará os limites do possível, do necessário e da utilidade. Será senhor do seu consumo, dono de suas escolhas, livre em suas decisões<sup>90</sup>.

Considerando que a criança é um ser em formação, e que a educação infantil é o meio pelo qual ela desenvolve seu senso crítico e social, é necessária uma maior atenção para a sua preparação para sociedade, de maneira que, por meio da educação para o consumo consciente, ela se transforme em cidadã e consumidora responsável. Dessa forma, a educação não é unicamente a melhor diretriz para se atingir uma adequada consciência dos sujeitos na relação de consumo, mas, também para garantir a efetividade da tutela outorgada ao consumidor.

#### **4.2 A educação para o consumo e a “reforma do ensino médio”**

Recentemente foi sancionada a lei nº 13.415/17, cujo objetivo é instituir a Política de Fomento à Implementação de Escolas de Ensino Médio em Tempo Integral. A referida medida propõe a flexibilização da grade curricular, de maneira que permitirá ao estudante escolher a área de conhecimento para aprofundar seus estudos.

Essas áreas de conhecimento estão estabelecidas na Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Essa abrange 4 áreas do conhecimento e todos os componentes curriculares do ensino médio, definidos na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) e nas diretrizes curriculares nacionais de educação básica.

---

<sup>90</sup> Maria Ângela Coelho Mirault é doutora e mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC de São Paulo; membro do Comitê pela Democratização da Comunicação de Mato Grosso do Sul; integrante da Equipe Gestora do Núcleo Regional da Aliança pela Infância de Mato Grosso do Sul. *Educação para o Consumo Consciente e Responsável* Disponível em <<https://www.webartigos.com/artigos/educacao-para-o-consumo-consciente-e-responsavel/15471/#ixzz4rA9DQDTO>>, Acesso em: 25 ago. 2017.

A BNCC é um documento de caráter normativo que define o conjunto orgânico e progressivo de aprendizagem essenciais que todos os alunos devem desenvolver ao longo das etapas e modalidades da Educação Básica. Conforme definido na LDB, a BNCC deve nortear os currículos dos sistemas e redes de ensino das Unidades Federativas (Estados e Municípios), como também as propostas pedagógicas de todas as escolas públicas e privadas de Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio, em todo o Brasil<sup>91</sup>.

Nesse sentido, segundo o MEC,

a Base estabelece conhecimentos, competências e habilidades que se espera que todos os estudantes desenvolvam ao longo da escolaridade básica. Orientada pelos princípios éticos, políticos e estéticos traçados pelas Diretrizes Curriculares Nacionais da Educação Básica, a Base soma-se aos propósitos que direcionam a educação brasileira para a formação humana integral e para a construção de uma sociedade justa, democrática e inclusiva<sup>92</sup>.

Não é de hoje que a sociedade clama por uma reforma geral no seu sistema de ensino. Contudo, os efeitos da referida iniciativa só serão percebidos progressivamente ao longo do tempo em que as situações concretas surgirem. Outrossim, uma das justificativas para a sua implementação foi a de que os alunos poderão escolher sua área de interesse e poderão aprofundar-se nessa, como salienta o MEC, por exemplo,

a área de ciências humanas compreende história, geografia, sociologia e filosofia. As disciplinas obrigatórias nos 3 anos de ensino médio serão língua portuguesa e matemática. O restante do tempo será dedicado ao aprofundamento acadêmico nas áreas eletivas ou a cursos técnicos, a seguir: I – linguagens e suas tecnologias; II – matemática e suas tecnologias; III – ciências da natureza e suas tecnologias; IV – ciências humanas e sociais aplicadas; V – formação técnica e profissional. Cada Estado e o Distrito Federal organizarão os seus currículos considerando a BNCC e as demandas dos jovens, que terão maiores chances de fazer suas escolhas e construir seu projeto de vida<sup>93</sup>.

---

<sup>91</sup> BRASIL. Ministério da Educação. *Novo ensino médio*. Brasília: MEC, 2017. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=40361#nem\\_04](http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=40361#nem_04)> Acesso em: 24 ago. 2017.

<sup>92</sup> Idem. *Base Nacional Comum Curricular*. Terceira versão. Brasília: MEC, 2017. Disponível em: <<http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>> Acesso em: 24 ago. 2017.

<sup>93</sup> Idem. *Novo ensino médio*. Brasília: MEC, 2017. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=40361#nem\\_04](http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=40361#nem_04)> Acesso em: 24 ago. 2017.

Observa-se que foram alterados diversos pontos, dos quais ficaram dependentes da BNCC. O texto aprovado estipula a grade curricular do Ensino Médio em duas partes: 60% para disciplinas comuns a todos, a serem definidas pela Base BNCC, e 40% para que o aluno aprofunde seus conhecimentos em uma área de interesse, entre as opções Linguagens, Matemática, Ciências Humanas, Ciências da Natureza e Ensino Profissional, de maneira que ocorre de maneira simultânea o ensino médio-técnico.

Também foram alterados alguns pontos para os professores, de modo que podem lecionar docentes de "notório saber", profissionais graduados em outras áreas, professores formados não só em universidades e institutos superiores, mas também em faculdades isoladas; algumas disciplinas deixaram de ser obrigatórias (Artes, Educação Física, Filosofia e Sociologia), contudo a sua oferta continua sendo exigida, porém, o aluno poderá escolher quais disciplinas cursar. As trajetórias formativas são divididas em módulos e, especificamente no ensino técnico, há a possibilidade de conceder certificados intermediários.

Dentre os pontos alterados, o que merece maior atenção, pois está relacionado com o objeto de estudo da presente pesquisa, é o que diz respeito ao conteúdo didático a ser definido pela BNCC, para a implementação nas escolas de todas as Unidades Federativas.

Vê-se como positivo o fato de possibilitar o aluno escolher a sua área de atuação, pois, acredita-se que isso irá contribuir substancialmente para o seu progresso profissional, pois, antes, os alunos obrigatoriamente estudavam todas as disciplinas impostas pelo Estado, sendo o seu rendimento positivo condicional para o êxito final de suas trajetórias formativas. Somente após concluída essa fase é que se pensaria na área de atuação.

Desta forma, a medida abriu possibilidade de implementar a educação para o consumo consciente, inclusive, no ensino médio, momento esse não tardio para tanto. Segundo o MEC, o "currículo do novo ensino médio será norteado pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), obrigatória e comum a todas as escolas (da educação infantil ao ensino médio)"<sup>94</sup>. Atualmente, a terceira versão da BNCC estabelece os conhecimentos e competências que devem ser utilizados no âmbito

---

<sup>94</sup> Ibidem.

da educação infantil e no ensino fundamental, não definindo, ainda, os mesmos parâmetros para o ensino médio.

No ensino infantil já é possível ser abordado o ensino da educação para o consumo consciente de maneira transversal, como dito anteriormente, não necessitando o desenvolvimento de uma nova disciplina para tanto, já que nessa fase a organização curricular, segundo a BNCC, está estruturada em cinco campos de experiências: O eu, o outro e o nós; Corpo, gestos e movimentos; Traços, sons, cores e formas; Oralidade e escrita; Espaços, tempos, quantidades, relações e transformações<sup>95</sup>.

Defende-se que o consumo é uma prática socializadora, logo pode ser ensinado transversalmente no campo da experiência, relacionado ao “eu, o outro e o nós” e em “quantidades, relações e transformações”, segundo se entende. Para tanto, basta que as secretarias educacionais e as escolas entendam sobre a importância da referida disciplina e a apliquem, na elaboração seus planos de ensino, já que lhes é facultada essa possibilidade, pois os temas transversais são permitidos pelo Plano Nacional de Educação (PNE).

Por fim, entende-se, por essas razões, que as instituições de ensino infantil devem incluir em suas propostas pedagógicas diretrizes de educação voltadas ao ensino do consumo consciente, já que se considera esse o momento adequado para estimular o crescimento intelectual da criança, a fim de que, a partir daí ela comece a praticar condutas probas de consumidores conscientes.

---

<sup>95</sup> Idem. *Base Nacional Comum Curricular: Terceira versão*. Brasília: MEC, 2017. p. 36.

## 5 CONCLUSÃO

A prática do consumo acompanhará o sujeito em sua individualidade até o seu último dia de vida. Dessa forma, como não dá atenção a esse fato tão presente na vida cotidiana de qualquer pessoa? Por isso, a pesquisa em epígrafe abordou aspectos possíveis para a implementação da educação para o consumo consciente na sociedade, seja por meio de políticas públicas ou de ensino nas escolas.

Antes disso, demonstrou-se como a sociedade evoluiu nos últimos anos, de maneira que de geração em geração a prática do consumo foi sendo evidenciada cada vez mais e, dessa forma, fazendo aparecer novas situações das quais o direito ainda não resguardou. Nota-se que o Código de Defesa do Consumidor veio para estabelecer uma relação de paridade entre o consumidor e o fornecedor, esse que sempre deteve o maior poder de persuasão na relação consumerista.

Observou-se que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) é dotado de uma base principiológica de suma importância para interpretação, compreensão e aplicação de suas normas. De modo geral, os princípios que regem as relações de consumo encontram-se expressos no CDC, sendo que, desses princípios, destacam-se o da informação e o da educação, pois ambos são basilares para uma relação proba e sem abusividade.

Destacou-se que o ato de consumir constitui adquirir conscientemente o necessário para a própria subsistência, de maneira que não exceda daquilo que é útil para uma vida digna, sendo necessário para tanto uma reflexão política, cultural e pessoal, com base nos pressupostos apontados. De outro modo, o consumismo é caracterizado pelo ato de comprar bens ou contratar serviços sem que haja necessidade. Ou seja, é um ato apenas de impulso, em que há ausência de processos lógicos de decisão e utilização de recursos financeiros.

O consumismo traz à tona diversos problemas sociais, tais como o superendividamento, que pode ocasionar a falência ou insolvência civil, problemas na esfera profissional, familiar, social e saúde do consumidor, que não detém de conhecimento adequado para consumir conscientemente.

Apesar de todas essas situações, fielmente causadoras de diversos problemas sociais, observou-se que todas elas estão estritamente ligadas à ausência da presença de uma educação para o consumo. A carência dessa educação alinhada à deficiência de informações adequadas nas relações

consumeristas são fatores determinantes para o superendividamento e os problemas sociais decorrentes dele.

Dessa forma, a educação para o consumo objetiva fazer com que o consumidor adquira conhecimento sobre os seus direitos, sobretudo os elencados no Código de Defesa do Consumidor, de maneira que compreenda o conteúdo do Código, e não apenas considere que, pelo fato dele ser consumidor, ele sempre terá razão.

Essa é uma evolução que o consumidor precisa também fazer e ela só ocorrerá por meio do conhecimento, que se conquista por meio da educação para o consumo. Consumidor educado passa a exigir seus direitos, desta forma, contribuindo para o desenvolvimento próprio e social. Deve-se, por meio da educação para o consumo, construir uma consciência crítica no sujeito consumidor como uma garantia à sua liberdade de escolha.

Destacou-se que o mercado é competitivo e, a todo custo, deseja vender seus produtos aos consumidores. Muitas vezes esses produtos não têm qualquer certificado de qualidade e procedência, colocando em xeque a sua segurança operacional. Nessa situação, um consumidor deseducado somente observará o valor do produto, não importando as demais informações, por mais relevantes que sejam. Posteriormente, por conta desse produto que viera a apresentar defeito, o consumidor buscará a prestação jurisdicional a fim de garantir seus direitos, esses que ele mesmo não observou antes de comprar o produto.

Por isso, o Estado deve promover políticas públicas que estimulem o consumo consciente, dessa forma evitando que o consumidor seja lubrificado com produtos inadequados para uso e que por essa razão posteriormente chegará ao poder judiciário o que poderia ter sido evitado preteritamente se o consumidor tivesse refletido sobre sua compra.

O processo de implementação da educação para o consumo que ora se propõe deve ser de iniciativa do Estado, pois recebera a incumbência constitucional para tanto, além de ter meios adequados. Dessa forma, ele deve ser o maior habilitador de agentes educadores do consumo, os quais, por sua vez, deverão atuar em todos os espaços educacionais existentes possíveis, a fim de difundir uma noção acerca da educação para o consumo, livre de quaisquer interesses ou influências exteriores.



A referida temática não deve ser tratada como utopia. Se os sujeitos da sociedade trabalharem juntos para que isso ocorra, não há nada que os impeçam, já que os meios mais eficazes para espalhar informações estão disponíveis (rede mundial de computadores, redes sociais, etc.), bastando que haja a iniciativa.

Constitucionalmente o Estado está obrigado a promover plenamente o direito fundamental a educação. Dessa forma, podendo-se, inclusive, a possibilidade de inserir no ensino infantil a abordagem da temática de maneira transversal, de maneira que não é necessário a criação de uma disciplina específica para essa abordagem, sendo possível ela ser difundida transversalmente, já que a Base Nacional Curricular Comum permite. Entendeu-se que os temas transversais são aqueles que objetivam a compreensão e construção da realidade social, além da abordagem sobre direitos e responsabilidades pertinentes a vida pessoal e coletiva, estando alinhadas à temática proposta.

Portanto, considerando que o consumo é uma prática socializadora, entende-se que as instituições de ensino infantil devem incluir em suas propostas pedagógicas diretrizes de educação voltadas ao ensino do consumo consciente, já que o momento da educação infantil é a fase em que a criança está desenvolvendo a sua personalidade, sendo oportuno estimular o crescimento intelectual dela, a fim de que a partir daí ela comece a praticar condutas probas de consumidores conscientes desde cedo.

## BIBLIOGRAFIA

- SILVA NETO, Orlando Celso da. Aspectos jurídicos pré-contratuais da concessão de crédito ao consumidor: existência de deveres acessórios complementares às obrigações genéricas previstas no código de defesa do consumidor. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 98, p. 15-35, mar.-abr./2015.
- REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo, 2011. In: ALMEIDA, João Batista de. *Educação para o consumo*. Curitiba: Multideia, 2011.
- REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo, 2011. In: ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed., rev. atual. e ampl. São Paulo, Saraiva, 2002.
- PIOVESAN, Flávia. *Direitos Humanos e Direito Constitucional Internacional*. São Paulo, Saraiva, 2006.
- OLIVEIRA, James Eduardo. *Código de Defesa do Consumidor*. anotado e comentado: doutrina e jurisprudência. 6. ed. São Paulo, Atlas, 2015.
- MIRANDA, P. de. *O direito à Educação*. Rio de Janeiro: Alba, 1933.
- MIRAGEM, Bruno; LIMA, Clarissa Costa de. Patrimônio, contrato e a proteção constitucional da família: estudo sobre as repercussões do superendividamento sobre as relações familiares. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 91, p. 85-116, jan.-fev./2014. p. 12.
- MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2014.
- MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.
- MARQUES, Claudia Lima. Sugestões para uma lei sobre o tratamento do superendividamento de pessoas físicas em contratos de crédito ao consumo: proposições com base em pesquisa empírica de 100 casos no Rio Grande do Sul. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 55, p. 11-52, jul.-set./2005. p. 1.
- 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. 9-42, jul.-set./2010.
- 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. 9-42, jul.-set./2010.
- LORENZETTI, Ricardo Luis; MARQUES, Claudia Lima. *Contratos de servicios a los consumidores*. 1. ed. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni Editores, 2005.

LOPES, José Reinaldo de Lima. Crédito ao Consumidor e Superendividamento – Uma Problemática Geral. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 17, p. 57-64, jan.-mar./2006.

LOBO, P. L. Netto. *A informação como direito fundamental do consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, v. 37, São Paulo, Revista dos Tribunais.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

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

LIMA, Clarissa Costa de. Crédito responsável e superendividamento. Suspensão do desconto de empréstimo consignado. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, v. 64, p. 301-310, out./2007.

KRAMER, Sonia. *As crianças de 0 a 6 anos nas políticas educacionais no Brasil: educação infantil e é fundamental*. Educ. Soc., Campinas, v. 27, n. 96, out. 2006. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302006000300009&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-73302006000300009&script=sci_abstract&tlng=pt)>. Acesso em: 03 de agosto de 2013.

HEIDEGGER, Martin. Todos nós... Ninguém: um enfoque fenomenológico do social. Apud de PEZZELLA, Maria Cristina Cereser. *A eficácia Jurídica na Defesa do Consumidor, o poder do jogo na publicidade*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

EFING, Antônio Carlos. *Fundamentos do direito das relações de consumo*. Curitiba: Juruá, 2011.

DURKHEIN, Émile. *Educação e sociologia*. Petrópolis: Vozes, 2011.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. Superendividamento: solidariedade e boa-fé. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). *Direitos do consumidor endividado: superendividamento em crédito*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

CAVALIEIRI FILHO, Sérgio. *Programa de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008.

CASTILHO, Ricardo. *Justiça social e distributiva: desafios para concretizar direitos sociais*. São Paulo: Saraiva, 2009.

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

Brasil. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros curriculares nacionais: apresentação dos temas transversais, ética* / Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: MEC/SEF, 1997.

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

BRASIL. *Constituição (1988)*. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>.

BITTAR, Eduardo. *O Direito na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Boscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 5. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

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