



ciência desenvolvimento sociedade
**XXVI SALÃO DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA**

20 a 24 de outubro - Campus do Vale - UFRGS



Evento	Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2014
Local	Porto Alegre
Título	Entre a felicidade prometida pelo mercado e o superendividamento dos consumidores no Brasil
Autor	PAULA GOMES
Orientador	MARCOS CATALAN
Instituição	Centro Universitário La Salle

A vida na sociedade contemporânea – uma realidade artificialmente emoldurada ao longo das últimas décadas – parece gravitar em torno de um discurso construído tão somente visando a legitimar a percepção de que a felicidade haverá de ser alcançada por meio do consumo de produtos e serviços que quase nada têm de únicos ou exclusivos. E, se não há dúvida quanto à percepção de que o acesso ao crédito é uma trilha que conduzirá (ou não) até dias melhores, também, parece certo que, frequentemente, essa será a *Via Crucis* a ser percorrida por um número bastante grande de brasileiros – os quais, em boa medida, não têm condições materiais que os permita, de modo factível, honrar os compromissos econômicos assumidos – igualmente seduzidos pelos sonhos de consumo introjetados diuturnamente em seus corações e mentes. Essa incessante busca pela satisfação de (pseudo)necessidades criadas pelo *Mercado*, conduz – em uma miríade de ocasiões – ao superendividamento de consumidores e, tragicamente, é fonte de uma infinidade de patologias ligadas à existência de *Sísifos* que inexoravelmente precisam ser individualmente pensados pelo Direito.

Ambientado na Sociedade de Consumo – aqui pensada nas linhas tecidas por pensadores como Jean Baudrillard e Benjamin Barber –, esse estudo objetivou aferir se – e, comprovada a hipótese, como – o superendividamento no Brasil pode ser conectado à expansão e à facilitação do acesso ao crédito e à falta de informação quanto aos riscos contidos nos contratos concretamente reproduzidos *em massa* na fenomenologia social e, ainda, identificar como tudo isso se relaciona as lesões à integridade psíquica e às relações familiares dos superendividados.

Ao ser conduzido metodologicamente por ventos oriundos de sopros jurídicos pós-positivistas na tentativa de singrar, com alguma chance de êxito, a complexidade que permeia a compreensão do tema, identificou-se que o fenômeno do superendividamento dos consumidores no Brasil está intimamente ligado à expansão e facilitação do acesso ao crédito e a baixa educação para o consumo da população tupiniquim – sem prejuízo de outros fatores que o expliquem – e que é responsável por números ainda incertos – embora, provavelmente, bastante elevados – de quadros de depressão aguda, ruptura do convívio familiar e, mesmo, de suicídios, potencializando a angústia existencial de um exército de brasileiros.