

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE DIREITO PROFESSOR JACY DE ASSIS

MARIELE SOARES DOS SANTOS PADILHA

O superendividamento e a proteção legal do consumidor
idoso hipervulnerável

Uberlândia

2022

MARIELE SOARES DOS SANTOS PADILHA

O superendividamento e a proteção legal do consumidor
idoso hipervulnerável

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de direito da
Universidade Federal de Uberlândia como
requisito para obtenção do título de
bacharel em Direito.

Área de concentração: Direito do
Consumidor

Orientadora: Prof. Dra. Keila Pacheco
Ferreira

Uberlândia

2022

MARIELE SOARES DOS SANTOS PADILHA

O superendividamento e a proteção legal do consumidor
idoso hipervulnerável

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de direito da
Universidade Federal de Uberlândia como
requisito para obtenção do título de
bacharel em direito.

Área de concentração: Direito do
Consumidor

Uberlândia, 20 de janeiro de 2022.

Banca Examinadora:

Keila Pacheco Ferreira– Doutora (UFU)

Luiz Carlos Goiabeira Rosa – Doutor (UFU)

RESUMO

O presente trabalho trata-se da hipervulnerabilidade do idoso frente ao fenômeno do superendividamento. Partindo da análise de doutrinas, artigos acadêmicos, jurisprudências e textos legais como: Código de Defesa do Consumidor, Constituição Federal e a Lei 14.181, conhecida como Lei do superendividamento, com escopo de fundamentar a necessidade de tutela específica desta categoria na condição de consumidor em situação de hipervulnerabilidade, e analisar em quais aspectos a lei do superendividamento foi capaz de potencializar essa proteção. Desde logo, cuida-se da vulnerabilidade jurídica do consumidor a fim de justificar a sua condição especial em decorrência dos direitos que lhe são atribuídos constitucionalmente e infraconstitucionalmente. A hipervulnerabilidade do consumidor idoso, igualmente é reconhecida, conforme recorrentes arestos dos tribunais pátrios. No entanto, há uma necessidade de potencializar essa proteção, pois os consumidores de vulnerabilidade agravada são frequentemente vítimas do superendividamento. Sob essa perspectiva, a nova lei trouxe a proteção do mínimo existencial e o fortalecimento de vários princípios constitucionais, com intuito de garantir o direito desses consumidores. O cenário nas relações consumeristas tratando-se de pessoa idosa, deve se pautado em valores e princípios determinados pelo sistema constitucional alicerçado na dignidade da pessoa humana e nos direitos fundamentais. O método de abordagem utilizado nessa pesquisa é o qualitativo, pois estamos analisando questões já postuladas pelo direito, através do método fenomenológico.

Palavras-chave: Consumidor. Idoso. Hipervulnerabilidade. Superendividamento

ABSTRACT

The present work deals with the hypervulnerability of the elderly against the phenomenon of over-indebtedness. Based on the analysis of doctrines, academic articles, jurisprudence and legal texts such as: Consumer Protection Code, Federal Constitution and Law 14,181, known as the Over-indebtedness Law, with the aim of substantiating the need for specific protection for this category as a consumer in situation of hypervulnerability, and analyze in which aspects the over-indebtedness law was able to enhance this protection. From the outset, the legal vulnerability of the consumer is taken care of in order to justify his special condition as a result of the rights that are constitutionally and infraconstitutionally attributed to him. The hypervulnerability of the elderly consumer is also recognized, according to recurrent court rulings. However, there is a need to enhance this protection, as consumers with increased vulnerability are often victims of over-indebtedness. From this perspective, the new law brought the protection of the existential minimum and the strengthening of several constitutional principles, with the aim of guaranteeing the rights of these consumers. The scenario in consumer relations, in the case of an elderly person, must be based on the values and principles determined by the constitutional system based on the dignity of the human person and fundamental rights. The approach used is qualitative, as we are analyzing issues already postulated by law, through the phenomenological method.

Keywords: Consumer. Elderly. Hypervulnerability. Over-indebtedness

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. PANORAMA HISTÓRICO DA SOCIEDADE DO CONSUMO	10
2. CONSUMIDOR E A SOCIEDADE DO CONSUMO	15
3. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A VULNERABILIDADE ...	18
3.1 A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR	20
3.1.1 O IDOSO E SUA HIPERVULNERABILIDADE FRENTE ÀS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	24
4. O SUPERENDIVIDAMENTO	29
4.1. SURGIMENTO DA LEI	31
4.2. SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO.....	34
CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
REFERÊNCIAS.....	44

INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos, o ato de consumir deixou de servir unicamente para satisfazer a necessidade individual de cada pessoa, passando a ocupar uma espécie de termômetro de identificação de grupos ou classe social.

Consumir virou uma conduta de ordenamento das relações sociais, capaz de movimentar a economia e o estilo de vida das pessoas. Associado a este fato, e com intuito de fomentar esse consumo, assistimos ao aumento do recurso ao crédito para financiá-lo.

Com o constante fornecimento de crédito de forma inescrupulosa, investidas de propagandas desinformativas, aplicação de um marketing agressivo, contratos de adesão, dentre outros mecanismos, o legislador percebeu a vulnerabilidade do consumidor frente aos fornecedores, lançando de meios legais para igualar o consumidor ao fornecedor, dentro das relações de consumo.

Os princípios constitucionais basilares para justificar a proteção do consumidor, como o princípio da vulnerabilidade e o princípio da dignidade da pessoa humana, se tornaram princípios reguladores do Código de Defesa do Consumidor, que rege as relações entre consumidores e fornecedores e salienta a necessidade de tutelar o consumidor, parte mais fraca na relação consumerista.

No entanto, dentro dessa vulnerabilidade do consumidor, temos um grupo de consumidores com um grau de vulnerabilidade agravado, frente às investidas do mercado, esses chamados de hipervulneráveis.

Essa hipervulnerabilidade consiste em uma situação em que há o agravamento da vulnerabilidade por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do consumidor, como sua idade reduzida ou idade alentada ou sua situação de doença. Um exemplo que ganhará destaque nesse trabalho é o consumidor idoso, incluído no grupo de hipervulneráveis.

Em termos históricos, o envelhecimento populacional, conforme explica Carvalho e Garcia (2003), ganha força a partir do século XX, atingindo uma maior esfera de alcance dos países subdesenvolvidos tal qual o Brasil.

Sendo assim, o Brasil, entre os anos 30 e 60 do século XX, passou por um declínio da mortalidade, com a fecundidade mantendo-se em níveis altos.

Dado o padrão de queda da mortalidade, referido anteriormente, não houve impacto significativo na estrutura etária proporcional, somente sobre o ritmo de crescimento populacional, fenômeno conhecido, na época, como explosão demográfica.

Com a crescente da população idosa nos países, principalmente ligado ao aumento da expectativa de vida, o idoso, precisou de um tratamento especial pelo ordenamento jurídico.

No ordenamento jurídico brasileiro não foi diferente, pois o mercado do consumo viu nos idosos, uma grande oportunidade de incentivar o consumo desenfreado, aproveitando a situação de vulnerabilidade física e biológica para manipular esses cidadãos.

No entanto, essas dificuldades se estendem para além do mercado do consumo, sendo amparados pela tutela estatal, por meio de mecanismos legais para evitar danos patrimoniais e preservar a dignidade dessas pessoas.

Portanto, houve uma necessidade urgente de aplicar uma maior tutela por parte do estado e da sociedade, em relação a esse grupo. Tanto que no ano de 2003, houve a publicação da Lei nº 10.741, também conhecida como estatuto da pessoa idosa, que dispõe sobre várias regras para proteção e reinclusão desse grupo na sociedade.

Essa proteção especial é consequência das fortes investidas do mercado com intuito de manipular e convencer o consumidor idoso acerca da sua necessidade de adquirir bens dispensáveis.

Ademais, quando o assunto é concessão de crédito, as instituições financeiras se aproveitam da vulnerabilidade desses consumidores para apresentar propostas com consequências desastrosas para a saúde financeira. Com mais tempo disponível e considerável poder aquisitivo, o consumidor idoso é um nicho potencialmente lucrativo, aos olhos do mercado.

Mesmo com a proteção criada pelo Código de Defesa do Consumidor – CDC (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990), essa hipervulnerabilidade do consumidor idoso não foi suprida, gerando altos níveis de superendividamento entre idosos, principalmente a partir da facilitação da concessão de crédito consignado, chegando a comprometer drasticamente a renda dessas pessoas.

Em julho de 2021, a Lei nº 14.181, conhecida como Lei do superendividamento, foi sancionada, com intuito de amparar o atual consumidor brasileiro, alterando o CDC¹.

Com a promulgação da referida lei e seus impactos na proteção do consumidor de crédito, houve um grande avanço na tentativa de se garantir os direitos fundamentais, o mínimo existencial e o consumo financeiramente saudável, tratando e prevenindo essa situação de superendividamento, principalmente ao consumidor hipervulnerável.

A partir desse panorama, faremos uma análise dos aspectos que permeiam essa hipervulnerabilidade do consumidor idoso e como essa alteração do Código de Defesa do Consumidor tem contribuído para amenizar essa progressão de endividamento. Analisaremos alguns aspectos da Lei do Superendividamento, que dispões sobre a prevenção à inadimplência por parte da população idosa e como os contratos de concessão de crédito aumentam o risco de comprometimento de toda a renda desse consumidor.

Para tanto, o tipo de pesquisa utilizada foi a pesquisa básica com intuito de aprofundar o conhecimento científico na questão do superendividamento ligado a hipervulnerabilidade do consumidor idoso.

A abordagem utilizada é a qualitativa, pois estamos analisando questões já postuladas pelo direito, através do método fenomenológico.

Nossa fonte de pesquisa são obras doutrinárias, artigos e periódicos científicos, decisões jurisprudenciais e pesquisa legislativa, a fim de realizar a inter-relação de fatores e, ao final, um fechamento a partir do raciocínio formado com base nestes.

¹ Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

1. PANORAMA HISTÓRICO DA SOCIEDADE DO CONSUMO

As mudanças sociais ocasionadas pela industrialização e pela mudança na forma de produção (em larga escala) culminaram no surgimento de novos atores no mercado, os chamados consumidores.

Com isso, os comerciantes se programaram para vender não só para subsistência da população, mas para atender demandas econômicas.

Com o advento do pós II Guerra Mundial, o mercado se ampliou para atingir uma circulação universal da riqueza. Criando um sistema de consumo globalizado, facilitando a união de corporações internacionais e uma sistematização da sociedade em prol do consumo.

Enquanto toda essa evolução ocorria no âmbito empresarial, permanecia o consumidor em sua esfera individual e desamparado pela lei civil.

Ademais, nesse contexto a utilidade do bem passou a reger o consumo na sociedade. Essa utilidade passou a ser um conceito básico na teoria do consumidor, proposta por economistas utilitaristas², baseando-se o ato de adquirir determinado objeto e serviço, no grau de satisfação ou prazer que o consumidor atribui ao que pode adquirir no mercado.

Além disso, foram criadas várias teorias para ilustrar esse consumo, sempre demonstrando o quão contundente se tornou a necessidade de consumir em nossa sociedade, visto que passou a se organizar em torno da produção, transitando para um estilo de vida que se orienta por comportamentos associados ao consumo de bens e serviços.

Ademais, conforme MOREIRA:

A flexibilização no mercado de trabalho conduziu a uma redução do tempo de trabalho e a um aumento do tempo livre, tornando o lazer um tema central da sociedade contemporânea. O lazer acentuou a valorização do prazer e do hedonismo, criando novas rotinas na sociedade.³

² A filosofia moral chamada de utilitarismo costuma ser originalmente atribuída a Jeremy Bentham (1748-1832), proposta pela primeira vez na sua Introdução aos princípios da moral e da legislação, de 1789. Mas foi pela obra de John Stuart Mill (1806-1873), notadamente por seu Utilitarismo de 1861, que essa teoria moral ficou mais amplamente conhecida, tornando-se um assunto clássico do pensamento ético ocidental ainda hoje bastante lido e discutido - <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/dissertatio/article/download/8496/5535>

³ MOREIRA, F. R. O consumo e o crédito na sociedade contemporânea. Gestão e Desenvolvimento, n. 19, p. 91-114, 1 jan. 2011.

Em um contexto pós revolução industrial, a modernização dos meios de produção gerou novos empregos em fábricas e jornadas extremamente exploratórias e exaustivas.

Com esse cenário de exploração, ocorreram revoluções por parte dos trabalhadores, para melhorar as condições de trabalho, como o Ludismo e o Cartismo. Dentre as várias conquistas dos trabalhadores, temos a redução da jornada diária de trabalho, abrindo a oportunidade de lazer por parte da população de massa.

Com isso, nota-se que houve um grande aumento na atividade consumerista, atrelado ainda a uma constante modernização do mercado, facilitando a exposição de ofertas.

Toda esta modernização e sofisticação da oferta foram acompanhadas por um notável desenvolvimento do marketing e da publicidade que, através dos meios de comunicação (televisão, rádio, revistas, internet), criaram novas necessidades de consumo e asseguraram a venda de novos produtos. O marketing e a publicidade tiveram um papel importante na promoção do consumo, divulgando-o como uma ação legítima, rica em significados e cheia de promessas imaculadas.⁴

Com o crescimento do mercado em alta e a cumplicidade entre os fornecedores, há uma evidente discrepância de oportunidade negocial entre o consumidor e as empresas. Com isso, surge a necessidade do estado de interferir nas relações de consumo, por meio de leis, com intuito de proteger os direitos dos consumidores, presumidamente em vulnerabilidade em relação às corporações.

A respeito, com aguçado espírito crítico, observou Konder Comparato, muito antes da disciplina dogmática da matéria, ainda em 1974:

A idéia de uma sistemática proteção do consumidor, nas relações de mercado, é sem dúvida estranha à teoria econômica clássica. Esta partia, com efeito, da noção de necessidade econômica individual, imaginando que ela se exprimisse livremente no mundo das trocas, como imposição da própria natureza, e como elemento formador da demanda global, à qual adaptar-se-ia, *ex post factum*, a oferta global. Nessa concepção, não cabe pois falar em proteção do consumidor, pois entende-se que é este, afinal de contas, quem dita as leis do mercado. Toda a discussão cinge-se ao aspecto da capacidade econômica de consumo, ou seja, a aptidão do consumidor a pagar o preço dos bens e serviços de que necessita.⁵

⁴ MOREIRA, F. R. O consumo e o crédito na sociedade contemporânea. Gestão e Desenvolvimento, n. 19, p. 91-114, 1 jan. 2011.

⁵ A proteção do consumidor: importante capítulo do direito econômico, Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro 15/16, ano XIII, 1974 apud TEIXEIRA, Sálvio de

Nessa perspectiva, nos deparamos com a situação da preservação das leis do mercado em contradição a necessidade de evitar o esmagamento dos indivíduos pelas corporações.

O contexto social produzido pela pós modernidade, fez com que surgissem problemas sociais, pois as pessoas passaram a ser equiparadas a coisas ou objetos, sendo impulsionadas ao consumismo e entrando em um círculo vicioso em busca de satisfação imediata, proporcionada pelas propostas de consumo disseminadas pelas tecnologias da informação e acessíveis pelo crédito fácil, gerando uma trama cansativa em que impera a insatisfação.

Após a contundência dessa contradição, tornou-se inevitável a intervenção do estado no mercado de consumo, numa tentativa de equiparar as partes envolvidas nas relações de consumo, garantindo a preservação dos princípios contratuais.

Ademais, com o advento da proposta de se estender ao proletariado a proteção à dignidade humana, o Estado deixou de ser omissivo e passou a intervir de forma protecionista, agindo como regulador das relações particulares e do mercado produtor, buscando um equilíbrio entre o controle da economia e a proteção às classes mais necessitadas.

A constituição de 1988 instituiu a obrigação de defesa do consumidor por parte do estado e tornou esse um direito fundamental, garantido e estabelecido pelo artigo 5º, XXXII e 170, V, assim redigidos:

Art. 5.º

[...]

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.⁶

Ademais, no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, determinou que o Congresso Nacional elaborasse Código de Defesa do Consumidor.

Figueiredo. A Proteção ao Consumidor no Sistema Jurídico Brasileiro. Revista de Processo, São Paulo, n. 108, ano 27, p. 185-211, out./dez. 2000.

⁶ Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. Diário Oficial da União. Brasília, 1988, artigo 7º. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 16 dez. 2022.

A partir disso, em 1990 foi promulgada a Lei 8.078 que instituiu o CDC do ordenamento jurídico brasileiro, fortalecendo o tratamento dessa matéria de direito.

Durante todo o tramite de elaboração do Código, salientou a doutrina:

O constituinte, claramente, adotou a concepção da codificação, nos passos da melhor doutrina estrangeira, admitindo a necessidade da promulgação de um arcabouço geral para o regramento do mercado de consumo.

Ora, se a Constituição optou por um Código, é exatamente o que temos hoje. A dissimulação daquilo que era código em lei foi meramente cosmética e circunstancial. É que, na tramitação do Código, o lobby dos empresários, notadamente o da construção civil, dos consórcios e dos supermercados, prevendo sua derrota nos plenários das duas Casas, buscou, através de uma manobra procedimental, impedir a votação do texto ainda naquela legislatura, sob o argumento de que, por se tratar de Código, necessário era respeitar um iter legislativo extremamente formal, o que, naquele caso, não tinha sido observado. A artimanha foi superada rapidamente com o contra-argumento de que aquilo que a Constituição chamava de Código assim não o era.⁷

O advento do Código de Defesa do Consumidor contribuiu para acelerar e acentuar o processo de reforma que perpassa os ramos do direito, principalmente o civil, o comercial e o processual. Aliás, o direito do consumidor constitui-se em expressivo passo rumo à prevalência dos interesses sociais sobre os meramente individuais.

A respeito Darcy Bessone, desde as décadas de 1950 e 1960, traz a seguinte ideia:

Tornou-se evidente que é necessário criar um sistema de defesas e garantias, para impedir que os fracos sejam espoliados pelos fortes, assim como para assegurar o predomínio dos interesses sociais sobre os individuais. Todos, diz Ripert, apelam para o Estado, exigindo-lhe a ordem econômica. Premido por tão urgentes solicitações, o Estado passa a dirigir o contrato, não tanto segundo a vontade comum e provável dos contratantes, mas atentando, sobretudo, nas necessidades gerais da sociedade. Legisla em nome da ordem pública, cuja noção se alarga e enriquece. A lei deixa de ser a regra abstrata e permanente, para se tornar um regulamento temporário e detalhado. (...) Os princípios tradicionais, individualistas e severos, sofrem freqüentes derrogações, em proveito da Justiça contratual e da interdependência das relações entre os homens.⁸

⁷ Ada Pellegrini Grinover e Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin. Código brasileiro de Defesa do Consumidor. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. p. 9 apud TEIXEIRA, 2000.

⁸ ANDRADE, Darcy Bessone de Oliveira. Aspectos da evolução da teoria dos contratos, 1ª ed., São Paulo: Saraiva, 1949 apud GOMES, Orlando. Contratos. 27. ed. Rio de Janeiro: Grupo Editorial Nacional, 2019. 495 p

O código consumerista veio instituir um viés de direito público dentro do direito privado, com intuito de equiparar as partes dentro da relação de consumo.

Conforme salienta, MARQUES, no livro “Comentários ao Código de Defesa do Consumidor”:

Não mais se tutela exclusivamente o momento da criação do contrato, a vontade, o consenso, mas, ao contrário, a proteção das normas jurídicas vai concentrar-se nos **efeitos do contrato na sociedade**, por exemplo, no momento de sua execução, procurando assim harmonizar os vários interesses e valores envolvidos e assegurar a justiça contratual.⁹

A modernidade então dá lugar à pós-modernidade, conforme explica Alves:

A tendência veloz rompe com a modernidade, implode o direito posto e inaugura a era da pós-modernidade, com valores e referenciais inteiramente novos, quebrando-se os paradigmas do ordenamento jurídico. Dentro da visão da pós-modernidade, procura-se estabelecer novos valores, novos princípios e o direito dos iguais e dos fraternos. O Direito Civil passa a sofrer uma profunda influência do Direito Público. Afinal, a sedimentação dos direitos fundamentais e a questão da liberdade individual, com o surgimento de novas e diferentes necessidades, transformadas em direitos individuais, passam a ser a pedra de toque do direcionamento político. Abre-se um campo profícuo para a valorização da transparência, da verdade, da sinceridade, com ênfase aos laços fraternos. Abandona-se a igualdade formal da Revolução Francesa, a igualdade substancial que marcou o final da era da modernidade, porque o importante não é a igualdade, e sim a equidade.¹⁰

Nesse contexto, vemos a sociedade do consumo mudar por elementos sociais implantados pela da pós-modernidade, pois há um comportamento hedonista de valorização do prazer e do lazer, em uma tendência que não condiz com os princípios herdados da Revolução Francesa.

⁹ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 7. ed. (4. ed. do e-book) São Paulo: Revista dos Tribunais, Thomson Reuters, 2021.

¹⁰ ALVES, Eliana Calmon. Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil: temas limítrofes. Biblioteca Digital Jurídica do STJ (BDJUR-STJ), 15 jun. 2004. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/166/C%C3%B3digo_Defesa_Consumidor.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2022.

2. CONSUMIDOR E A SOCIEDADE DO CONSUMO

Dentro do panorama anteriormente traçado, percebemos que no contexto social contemporâneo, o consumo não tem apenas uma função utilitária, há um significado mais profundo ligado a tentativa de mobilidade social e lazer, o indivíduo consome buscando satisfação pessoal e *status*. Com isso, o consumo se torna parte integrante da vida das pessoas, por meio das facilidades apresentadas pelo mercado, como a concessão de crédito, por exemplo.

Em relação a esse consumo que construiu a sociedade do consumo, Filomeno faz o seguinte comentário:

Nas considerações de ordem literária e filosófica, o vocábulo consumidor é saturado de valores ideológicos mais evidentes. E, com efeito, o termo é quase sempre associado à denominada “sociedade de consumo” ou “consumismo”, ou ao próprio “consumerismo”. Nesses casos, o chamado homem consumidor torna-se o protótipo do indivíduo-autômato, condenado a viver numa sociedade opressora, voltada exclusivamente para a produção e distribuição de todos os valores com que lhe acena a sociedade produtora-consumista, eis que fundada na inexorável e mecânica aquisição pelo consenso posto, de molde a até criar, muitas das vezes, necessidades artificiais. Consumir, pois, nesse aspecto, conforme sustentam Horkheimer e Adorno, apud Guido Alpa (1977), significa ceder sempre às sugestões veiculadas pela publicidade. Significa, em última análise, estar sempre de acordo, a fim de que não se rompa o próprio consenso imposto, bem como alienar-se ante a apologia da sociedade de consumo.¹¹

Ademais, essa mudança no significado do consumo dentro da sociedade se deu pela queda da extrema valorização patrimonialista da modernidade, cedendo espaço ao antropocentrismo, implantando uma mudança nos elementos das relações jurídicas influenciando até mesmo o estilo de vida dos indivíduos.

A partir disso o indivíduo passa olhar pra si, no consumo. O intuito não é apenas ter, mas também ostentar, melhorar a sua capacidade aquisitiva e o status social. Como consequência, há uma insatisfação permanente que gera um ciclo de consumo permanente.

Nesse sentido, salienta Bauman:

¹¹ FILOMENO, José Geraldo Brito. Direitos do Consumidor. 15. ed. São Paulo: Grupo Editorial Nacional, 2018. 762 p. Disponível em: <https://solicitacao.com.br/files/conteudo/43/e-book.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2022.

[...] na hierarquia herdada dos valores reconhecidos, a síndrome consumista degradou a duração e promoveu a transitoriedade. Colocou o valor da novidade acima do valor da permanência.¹²

Assim, a sociedade do consumo abandonou a mera busca pelo essencial à sobrevivência e passou a adotar um comportamento em que procura a satisfação dos desejos e a inclusão em determinada classe social por meio da ostentação do produto ou serviço adquirido.

Ademais, o referido autor, salienta que

[...] antes da sociedade de consumo havia uma sociedade de produção. Nesta, a busca pela estabilidade, segurança, a longa duração dos bens de consumo e a ação em prol da coletividade eram características marcantes e que durante a transformação para o atual estado da sociedade foram substituídas por características opostas; a soberania foi transferida do Estado para o mercado dos bens de consumo e o primeiro passou a estimular a prática consumista.¹³

Outro aspecto importante é o papel da publicidade nas relações de consumo, atuando como uma ponte entre os consumidores e o mercado. Vale ressaltar que os meios de comunicação exercem uma forte influência sobre os consumidores, incentivando o consumidor nos mínimos aspectos, salientando a fragilidade do consumidor frente aos fornecedores.

Ademais, além de usar várias técnicas de incentivo ao consumo, o mercado faz o consumidor adquirir produtos e serviços de forma compulsiva, sem demonstrar as possíveis consequências de um consumo desenfreado.

O consumo impulsivo sem planejamento racional para o futuro é consequência dos estímulos sofridos, a todo momento, pelos sujeitos. Tendo em mente a reflexão “consumo, logo existo”, os cidadãos adquirem cada vez mais produtos e serviços contribuindo para a elevação do número de superendividados.

Sobre esse paradigma de sociedade, Maria Cecília Nunes Amarante se manifesta:

Exposto aos fenômenos econômicos, tais como a industrialização, a produção em série e a massificação, assim vitimados pela desigualdade de informações, pela questão de produtos defeituosos e perigosos, pelos efeitos sobre a vontade e a liberdade, o consumidor acaba lesionado na sua integridade econômica e na sua integralidade físico-psíquica, daí emergindo como vigoroso ideal a estabilidade e a segurança, o grande anseio de protegê-lo e colocá-lo em equilíbrio nas relações de consumo. As relações de consumo são cada vez mais despersonalizadas, muito velozes, envolvem grandes valores

¹² BAUMAN, Z. (2007). Vida para consumo. Rio de Janeiro: Zahar.

¹³ BAUMAN, Z. (2007). Vida para consumo. Rio de Janeiro: Zahar.

em dinheiro e informações cada vez mais rápidas, ou seja, o modo de consumidor mudou. Quando se analisa este fato, chega-se a pensar que a relação de consumo esta à beira das incertezas da instantaneidade, volume e descartabilidade, levando a justificar a tentativa cada vez maior de minimizar os riscos e manter a segurança e equilíbrio.¹⁴

Denota-se uma fragilidade do consumidor, que é manipulado pelas várias estratégias mercadológicas e se vê desamparado frente às rápidas mudanças na forma que os bens são ofertados.

Ademais, com a constituição de 1988, houve uma centralização do ser humano nas relações jurídicas, corroborando para a valorização da dignidade da pessoa humana. Essa alteração na dinâmica das relações desencadeou uma espécie de ¹⁵constitucionalização do direito privado, que passou aderir princípios constitucionais, ligados ao bem estar do ser humano em sociedade.

Nesse contexto social foi fomentada a necessidade da criação de um sistema de proteção ao consumidor, tendo em vista a fragilidade dessa parte que adquire o produto ou serviço perante a figura dos monopolizadores do processo de produção.

¹⁴ AMARANTE, Maria Cecília Nunes. Justiça ou equidade nas relações de consumo. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1997

¹⁵ Conforme MORAES, o fenômeno pode ser descrito da seguinte forma: O intervencionismo estatal e, na sua esteira, o papel que a regulamentação jurídica passou a desempenhar na economia e, de uma forma geral, na vida civil podem, então, ser encarados como elemento interagente—ao invés de razão primordial—das profundas mudanças ocorridas no direito privado. O novo peso dado ao fenômeno importa em rejeitar a idéia de invasão da esfera pública sobre a privada, para admitir, ao revés, a estrutural transformação do conceito de direito civil, ampla o suficiente para abrigar, na tutela das atividades e dos interesses da pessoa humana, técnicas e instrumentos tradicionalmente próprios do direito público como, por exemplo, a aplicação direta das normas constitucionais nas relações jurídicas de caráter privado. MORAES, Maria Celina Bodin de. “A caminho de um direito civil constitucional”. In: Revista de Direito Civil, n. 65 (1993).

3. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A VULNERABILIDADE

A formação de norma com intuito de proteger o consumidor surgiu a partir da Constituição Cidadã de 1988, que dentre vários direitos fundamentais, apresenta a proteção do consumidor como desses direitos, no artigo 5º, inciso XXXII

Além da previsão do artigo 5º, ainda há dois aspectos salientados pela constituição, no artigo 170, inciso V, como princípio da ordem econômica e no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, determina-se a elaboração de código específico.

A Constituição federal deixa claro em seus artigos que compõe um dos deveres do estado a proteção ao consumidor. O legislador é claro ao estabelecer essa obrigação estatal: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” - Art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988.

O mencionado artigo salienta não só uma obrigação de proteger o consumidor frente ao mercado de consumo, mas de atuar ativamente protegendo esse consumidor para garantir a tutela de seus direitos.

Fruto da Constituição Federal de 1988, em 1990, foi criado pela Lei Nº 8.078 o principal instrumento de garantia dos direitos dos consumidores, o Código de Defesa do Consumidor.

No primeiro capítulo do referido código consumerista, em seu art. 2º, temos a seguinte definição:

Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final¹⁶

Nesse sentido, temos a previsão legal da vulnerabilidade presumida de todos aqueles que se enquadram na categoria de consumidor, conforme é fixado pelo próprio Código de Defesa do Consumidor

O inciso I do art. 4º da lei consumerista, apresenta esse conceito de vulnerabilidade, no qual se lê:

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

¹⁶ BRASIL. Lei n. 8.078, 11 de setembro de 1990, art.2º.

consumo, atendidos os seguintes princípios: I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo [...].¹⁷

Portanto, há a expressão de uma vulnerabilidade como um conceito muito amplo, mas definido pelo direito do consumidor como uma desigualdade das partes na relação de consumo, tornando uma delas mais frágil.

O termo vulnerabilidade deriva-se do latim *vulnerable* = ferir e *vulnerabilis* = que causa lesão. Ao longo do século XX, o termo foi amplamente usado em resoluções, leis e tratativas para designar grupos ou indivíduos, jurídica ou politicamente fragilizados, que necessitavam ter seus direitos preservados e respeitada a integridade moral, a autonomia e a dignidade humana (Maia, 2011)¹⁸

Dentro do campo jurídico, em uma de suas obras, Filomeno conceitua vulnerabilidade, nos seguintes termos:

Por vulnerabilidade, há de se entender a fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores, quer no que diz respeito ao aspecto econômico e de poder aquisitivo, quer no que diz respeito às chamadas informações disponibilizadas pelo próprio fornecedor ou ainda técnica [...].¹⁹

Moraes também comenta a respeito do conceito de vulnerabilidade estipulado no Código de Defesa do Consumidor:

[...] decorre diretamente do princípio da igualdade, com vistas ao estabelecimento da liberdade, considerando [...] que somente pode ser reconhecido igual alguém que não está subjugado por outrem.²⁰

Ademais, o referido autor acrescenta:

No âmbito da tutela especial do consumidor, efetivamente, é ele sem dúvida a parte mais fraca, vulnerável, se tiver em conta que os detentores dos meios de produção é que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro [...].²¹

O princípio da vulnerabilidade do consumidor surge como derivado do princípio da dignidade da pessoa humana, sendo associados à proteção do consumidor no Código de Defesa do Consumidor, com intuito de implantar a

¹⁷ BRASIL, Lei n. 8.078, 11 de setembro de 1990, art.4º, I

¹⁸ Salmazo-Silva, H., Lima-Silva, T.B., Barros, T.C.de, Oliveira, E.M.de, Ordonez, T.N., Carvalho, G. & Almeida, E.B.de. Vulnerabilidade na velhice: definição e intervenções no campo da Gerontologia. Revista Temática Kairós Gerontologia, 15(6), "Vulnerabilidade/Envelhecimento e Velhice: Aspectos Biopsicossociais", pp.97-116. Online ISSN2176-901X. Print ISSN 1516-2567. São Paulo (SP), Brasil: FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP.

¹⁹ FILOMENO, José Geraldo Brito. Direitos do Consumidor. 15. ed. São Paulo: Grupo Editorial Nacional, 2018. 762 p. Disponível em: <https://solicitacao.com.br/files/conteudo/43/e-book.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2022, p.58

²⁰ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 1999.

²¹ Id. MORAES, 1999.

igualdade jurídica das partes dentro da relação de consumo, já que há uma evidente disparidade entre fornecedor e consumidor. Em consequência temos a ratificação do princípio constitucional da igualdade.

A identificação dessa vulnerabilidade dentro das relações de consumo é uma forma de demonstrar que a simples igualdade formal é incapaz de trazer uma equidade para que todos sejam iguais na sociedade.

Sobre o conceito de igualdade, Fernanda Lopes Lucas da Silva, salienta o seguinte:

Igualdade material não consiste em um tratamento sem distinção de todos em todas as relações. Senão, só aquilo que é igual deve ser tratado igualmente. O princípio da igualdade proíbe uma regulação desigual de fatos iguais; casos iguais devem encontrar regras iguais e, por isso não devem ser regulados desigualmente. A questão decisiva da igualdade jurídica material é sempre aquela sobre os característicos a serem considerados como essenciais, que fundamentam a igualdade de vários fatos e, com isso, o mandamento do tratamento igual, ou seja, a proibição de um tratamento desigual ou, convertendo em negativo: sobre os característicos que devem ser considerados como não-essenciais e não devem ser feitos base de uma diferenciação.²²

Portanto, temos que a igualdade formal seria aquela lastreada perante a lei. No entanto, em se tratando de igualdade material temos um dever de não discriminação e a promoção de iguais oportunidades, diminuindo as desigualdades de fato.

Nesse sentido, a lei consumerista reconhece essa posição desigual do consumidor frente ao fornecedor e lhe concede uma proteção mais acentuada, com intuito de equiparar as partes dentro das relações de consumo e dirimir essa fragilidade.

Ainda sob esse aspecto, a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, salienta que o Princípio da Vulnerabilidade é como um instrumento que proporciona o reequilíbrio, isto é, a “igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo”.

O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo, o que não quer dizer compactuar com exageros que, sem utilidade real, obstem o progresso tecnológico, a circulação dos bens

²² SILVA, Fernanda Duarte Lopes Lucas da. Princípio constitucional da igualdade. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003, pg.42

de consumo e a própria lucratividade dos negócios.²³

3.1. A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Tendo em vista o exposto, temos que a fragilidade do consumidor característica fixa das consumeristas e no momento da contratação/compra ocupa posição de alerta. Por isso, há uma presunção de vulnerabilidade do consumidor frente a toda e qualquer relação de consumo.

No entanto, existem vários aspectos de fragilidade do consumidor na relação de consumo, e por força das transformações sociais, o conceito de vulnerabilidade veio a se revelar insuficiente para a proteção adequada de alguns consumidores, pois cada pessoa é atingida de uma forma pelas ações publicitárias do mercado, que por meio de propagandas, anúncios, imagens, buscam convencer o consumidor de que ele necessita daquele bem, transformando o desejo de consumir em necessidade.

Ao tratar do consumidor em sua vulnerabilidade, devemos olhar de forma individual para esses, sob pena de não aplicabilidade dos princípios consumeristas, frente ao mercado do consumo, principalmente a aplicação prática do princípio da igualdade.

Na atual organização social que vivemos, a globalização, o nível de acesso a informações, a idade e as condições orgânicas dos indivíduos, definem o quão suscetível essas pessoas estão frente as relações de consumo, podendo essas diferenças ocasionar diferentes níveis de desigualdade frente ao mercado.

Sendo assim, há situações em que haverá um grau de maior proteção do consumidor, a depender das características pessoais desse indivíduo.

Nas palavras de MARQUES e MIRAGEM:

[...] certas qualidades pessoais do consumidor podem dar causa a uma soma de fatores de reconhecimento de vulnerabilidade, razão pela qual se pode falar em situação de vulnerabilidade agravada.²⁴

Por muito tempo, a jurisprudência e a doutrina, enfrentaram desafios para ornamentar mecanismos que possam garantir a proteção de todas as

²³ REsp 586.316/MG, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em .17/04/2007, DJe 19/03/2009

²⁴ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. p. 201

categorias jurídicas, principalmente os mais vulneráveis, por exemplo, as crianças, idosos, pessoas com deficiência, dos analfabetos, dentre outras, em que o respectivo enquadramento como consumidores não é suficiente para tutelar e garantir o direito dessas pessoas, explicitando a necessidade de um desdobramento jurídico da vulnerabilidade presumida.

Em outras palavras, quando falamos de “vulnerabilidade” é necessário acrescentar distinções, com base no risco jurídico, e, conseqüentemente, oferecer níveis diferenciados de proteção, conforme salienta Nishiyama e Densa:

É preciso tratar de modo desigual não apenas os consumidores em geral nas suas relações com os fornecedores, mas também os consumidores entre si, a partir da identificação de diferenças entre grupos vulneráveis e hipervulneráveis, sendo que estes necessitam de uma proteção qualificada pelas normas do CDC [...] ²⁵

A respeito dessa hipervulnerabilidade, Marques e Miragem, conceitua da seguinte forma:

[...] a situação social fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa física consumidora, por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do fornecedor. ²⁶

Ademais, a jurisprudência do STJ, no julgamento do Recurso Especial nº 586.316, afirma que:

Ao Estado Social importam não apenas os vulneráveis, mas sobretudo os hipervulneráveis, pois são esses que, exatamente por serem minoritários e amiúde discriminados ou ignorados, mais sofrem com a massificação do consumo e a ‘pasteurização’ das diferenças que caracterizam e enriquecem a sociedade moderna. Ser diferente ou minoria, por doença ou qualquer outra razão, não é ser menos consumidor, nem menos cidadão, tampouco merecer direitos de segunda classe ou proteção apenas retórica do legislador. ²⁷

Tendo em vista o aspecto social do direito, nasce essa nova concepção de vulnerabilidade, que integra o direito do consumidor no intuito de promover “desigualdades” que torne a relação entre determinado consumidor e o fornecedor, justa.

Conforme Marques (2002):

[...] derivamento do princípio da igualdade, de promover um tratamento desigual aos desiguais, de forma a promover uma

²⁵ NISHIYAMA, Adolfo Mamoru; DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis. Doutrinas Essenciais do Direito do Consumidor, v. 2, 2011.

²⁶ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Op. cit., p. 201

²⁷ STJ. Recurso Especial nº 586.316 – MG.

igualdade material e momentânea para um sujeito com direitos diferentes, sujeito vulnerável, mais fraco.²⁸

Além do mais, atualmente, a própria jurisprudência passou a utilizar esse conceito para proteger os direitos dos consumidores em situação de vulnerabilidade agravada. A 3ª Turma do STJ considerou que:

[...] a vulnerabilidade informacional agravada ou potencializada, denominada hipervulnerabilidade do consumidor, prevista no art. 39, IV, do CDC, deriva do manifesto desequilíbrio entre as partes. [...]²⁹

Ainda, no mesmo julgado:

Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem explicitam que "(...) a hipervulnerabilidade seria a situação social fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa física consumidora, por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do fornecedor, como (...) sua situação de doente. (...) Em outras palavras, enquanto a vulnerabilidade 'geral' do art. 4º, I se presume e é inerente a todos os consumidores (em especial tendo em vista a sua posição nos contratos, tema desta obra), a hipervulnerabilidade seria inerente e 'especial' à situação pessoal de um consumidor, seja permanente (prodigalidade, incapacidade, deficiência física ou mental) ou temporária (doença, gravidez, analfabetismo, idade)". (O Novo Direito Privado e a Proteção dos Vulneráveis, Editora Revista dos Tribunais, págs. 188-189).³⁰

Essa modalidade de vulnerabilidade do consumidor é proveniente da interpretação dos princípios constitucionais, tendo seu conceito, portanto, implícito no ordenamento jurídico pátrio. O princípio base que conduz essa perspectiva é extraído da dignidade da pessoa humana.

Diante o exposto, é possível verificar que só será possível garantir direitos a partir do diálogo entre a norma constitucional e o Código do Consumidor, a fim de promover igualdade e dignidade aos sujeitos envolvidos em uma relação de consumo.

Ainda sobre a definição de hipervulnerabilidade, temos o seguinte entendimento da jurisprudência do STJ, sedimentado no Recurso Especial nº 586316/MG, no voto do Min. Herman Benjamin:

O Código de Defesa do Consumidor, é desnecessário explicar, protege todos os consumidores, mas não é insensível à realidade da vida e do mercado, vale dizer, não desconhece que há consumidores

²⁸ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 4 ed. ver. e ampl. Incluindo mais de 1.000 decisões jurisprudenciais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2002.

²⁹ Recurso Especial Nº 1.329.556 - SP (2012/0124047-6), julgado pela 3º turma do STJ.

³⁰ Idem. Citação nº30.

e consumidores, que existem aqueles que, no vocabulário da disciplina, são denominados hipervulneráveis, como as crianças, os idosos, os portadores de deficiência, os analfabetos e, como não poderia deixar de ser, aqueles que, por razão genética ou não, apresentam enfermidades que possam ser manifestadas ou agravadas pelo consumo de produtos ou serviços livremente comercializados e inofensivos à maioria das pessoas.³¹

Portanto, é inegável a importância do surgimento desse conceito para equilibrar as relações de consumo, quando há características pessoais do consumidor que agravam essa vulnerabilidade, provocando um abismo na igualdade entre os sujeitos nas relações contratuais.

3.1.1 O IDOSO E SUA HIPERVULNERABILIDADE FRENTE ÀS RELAÇÕES DE CONSUMO

Dentre as várias classes de consumidores em situação de hipervulnerabilidade, temos o consumidor idoso, que ocupa uma posição de vulnerabilidade agravada em decorrência da idade, da dificuldade de acesso as plataformas de informações, da possibilidade de recebimento de vencimentos fixos mensalmente e aspectos psicofísicos, tornando-se um alvo em potencial do mercado de crédito.

Com relação a esse tipo de vulnerabilidade nos idosos, temos que a vulnerabilidade estará associada a fatores psicológicos voltados as experiências de vida e a condição física por ocasião do envelhecimento.

É provável que na velhice, última etapa do ciclo de vida, se observem o acúmulo de desfechos e eventos agenciados pelos eventos sociohistóricos, culturais, normativos e não normativos (inesperados), interagindo com recursos internos (psicológicos e biológicos) e externos (ambientais, políticos, sociais) que tornariam as pessoas idosas mais ou menos vulneráveis frente aos eventos de vida.³²

³¹ Recurso Especial nº 586316 - MG, no voto do Min. Herman Benjamin.

³² Salmazo-Silva, H., Lima-Silva, T.B., Barros, T.C.de, Oliveira, E.M.de, Ordonez, T.N., Carvalho, G. & Almeida, E.B.de. Vulnerabilidade na velhice: definição e intervenções no campo da Gerontologia. Revista Temática Kairós Gerontologia, 15(6), "Vulnerabilidade/Envelhecimento e Velhice: Aspectos Biopsicossociais", pp.97-116. Online ISSN2176-901X. Print ISSN 1516-2567. São Paulo (SP), Brasil: FACHS/NEPE/PEPGG/PUC-SP

Quando há um envelhecimento psicológico acompanhando as condições biológicas e funcionais do próprio corpo, o idoso passa a fazer parte do grupo dos hipervulneráveis.

Uma pessoa idosa com um bom suporte familiar, conhecimento e boa condição financeira têm mais chances de se prevenir de situações de risco, ocasionando uma redução da sua vulnerabilidade frente à sociedade.

Em âmbito legal, existem vários mecanismos para evitar prejuízo financeiro ao idoso, como é o exemplo do próprio Código de Defesa do Consumidor que classifica como prática abusiva e veda ao fornecedor tirar proveito da fraqueza ou da ignorância daquele que contrata, para induzir à compra dos seus produtos ou serviços.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [...]
IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços; [...]³³

O dispositivo em destaque traz de forma explícita a necessidade de cuidado com os idosos no mercado de consumo em virtude da condição especial que ocupam, ressaltando também outros fatores a serem observados, como saúde, conhecimento ou condição social e valores ambientais.

Ademais, ao alçar a proteção aos idosos nas relações de consumo, o Código de Defesa do Consumidor se baseia na Lei nº 10.741/2003, conhecida como Estatuto da Pessoa Idosa, visando assegurar o exercício da autonomia e participação efetiva na vida em sociedade, atrelada a preservação de seus direitos fundamentais.

É com segurança e tranquilidade que se pode afirmar que qualquer indivíduo pode exigir respeito à sua personalidade perante o Estado e perante qualquer pessoa; e ao mesmo tempo é responsabilidade do Estado de protegê-la. Isso porque a defesa da personalidade é modalidade da tutela da dignidade da pessoa humana.

E, sob esta ótica que o art. 8º do Estatuto do Idoso faz alusão aos direitos da personalidade da pessoa idosa ao dispor que: 'o envelhecimento é um direito personalíssimo', ou seja, observa-se que envelhecer ocupa o rol dos

³³ BRASIL, 1990

direitos da personalidade, além da expressão pessoalíssima indicar que esse direito concerne a uma pessoa ou a um grupo com 'individualidades coincidentes ou características especiais.

A proteção do idoso pressupõe o atendimento de todas as necessidades do ser humano, respeitando-se os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana e da igualdade assegurados na Constituição Federal. Ademais, com a previsão constitucional do art. 230, o Estatuto do Idoso serviu para assegurar de forma mais detalhada a necessidade de proteção integral do idoso que será adiante apresentada.

Surge então a doutrina de proteção integral do idoso quando nasce o Estatuto do Idoso, Lei n. 10.741 de 2003.

Wladimir Novaes Martinez, assim comenta:

Os idosos, vítimas do desrespeito por parte dos que os cercam, têm na Lei n. 10.741/2003 um conjunto de medidas estatais para resguardá-los, providenciar de variada ordem que visam a resgatar-lhe o respeito e, principalmente, a viabilizar-lhe o exercício da cidadania. Por isso são-lhes assegurados ou declarados novos significativos direitos. Toda a sociedade é convocada para reconhecer e a reaculturarse, passando a tributar a reverência devida àqueles que fazem por merecer a consideração humana, familiar e social.³⁴

Conforme supra, a Lei 10.741/2003 potencializou a proteção da dignidade da pessoa idosa, no entanto há uma busca incessante para que esses princípios sejam concretizados na prática e resguardem os direitos fundamentais dessas pessoas em situação de hipervulnerabilidade.

Nesse mesmo sentido, Cláudia Lima Marques trata essa vulnerabilidade do consumidor idoso da seguinte forma:

Tratando-se de consumidor "idoso" (assim considerado indistintamente aquele cuja idade está acima de 60 anos) é, porém, um consumidor de vulnerabilidade potencializada. Potencializada pela vulnerabilidade fática e técnica, pois é um leigo frente a um especialista organizado em cadeia de fornecimento de serviços, um leigo que necessita de forma premente dos serviços, frente à doença ou à morte iminente, um leigo que não entende a complexa técnica atual dos contratos cativos de longa duração denominados de "planos" de serviços de assistência à saúde ou assistência funerária.³⁵

³⁴ MARTINEZ, Wladimir Novaes. Comentários ao Estatuto do Idoso, 2ª ed., São Paulo: LTr, 2005.

³⁵ MARQUES, Claudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor. O novo regime das relações contratuais. 4ª ed. São Paulo: Revista dos tribunais, 2002, pag. 194.

Além da situação mencionada, temos o fator confiança que é um dos elementos contratuais que deve ser vindicado nas relações de consumo.

No entanto, no mundo competitivo do mercado, em que as relações e interações sociais são cada vez mais liquidadas e há uma grande valorização dos bens frente à pessoa, na maioria das vezes, não há uma relação de confiança entre consumidor e fornecedor, pois os detentores dos meios contratuais se interessam em preservar seus interesses a todo custo.

Nesse contexto social, os idosos acabam sendo gravemente prejudicados, por não compreenderem essa nova dinâmica predatória do mercado de consumo e confiarem em propostas fantasiosas e fraudulentas, ou até mesmo confundindo técnicas de persuasão, com propostas objetivas acerca do objeto do contrato.

A doutrina apresenta divergências em relação à vulnerabilidade do consumidor, o que pode gerar uma relativização da hipervulnerabilidade do idoso nas relações de consumo.

Isto, pois a teoria finalista entende ser consumidor aquele que adquire o produto ou serviço como destinatário final, confirmando a existência de uma vulnerabilidade presumida.

No entanto, há vertentes de pensamento em que os autores alegam que a vulnerabilidade é um aspecto passível de comprovação, pois o conceito de consumidor é ampliado, como no caso da teoria maximalista.

Sobre esse aspecto, Cláudia Lima Marques comenta:

Esta vulnerabilidade no sistema do CDC é presumida para o consumidor não profissional e para o consumidor pessoa física. Quanto aos profissionais e às pessoas jurídicas vale a presunção em contrário, isto é, que devem possuir conhecimentos jurídicos mínimos e sobre a economia para poderem exercer a profissão, ou devem poder consultar advogados e profissionais especializados antes de obrigar-se. Considere-se, pois a importância desta presunção de vulnerabilidade jurídica do agente consumidor (não profissional) como fonte irradiadora de deveres de informação do fornecedor sobre o conteúdo do contrato, em face da complexidade da relação contratual conexas e dos múltiplos vínculos cativos (por exemplo, vários contratos bancários em um formulário, vínculos com várias pessoas jurídicas em um contrato de planos de saúde) e da redação clara deste contrato, especialmente o massificado e de adesão.³⁶

Frente a essa divergência doutrinária, entre as teorias finalistas e maximalistas, há a possibilidade de abrir uma discussão em relação a

³⁶ MARQUES, 2002.

relativização da hipervulnerabilidade dos idosos e se ela seria aplicada a todo e qualquer idoso, independente da relação consumerista a qual está inserido.

Diante desta regra, pode-se indicar que a determinação legal do idoso é definida cronologicamente, não devendo ser levada em consideração sua debilidade ou não, bem como sua condição física ou qualquer outra que o valha. A legislação estabeleceu um critério objetivo na definição de idoso, encerrando qualquer discussão antes havida sobre o tema.

Embora a discussão já tenha merecido respeito e consideração, a legislação simplesmente definiu o conceito de idoso, caracterizado pela pessoa que tem mais de sessenta anos

As vivências dos idosos somadas às perdas afetivas que tiveram durante sua vida e às dificuldades físicas e psíquicas que lhes são inerentes, acabam por lhes deixar em condição hipervulnerável, até mesmo porque acompanhar a evolução da sociedade torna-se, gradativamente, uma tarefa árdua.

A condição de idoso deve fomentar uma preocupação do Estado-juiz no sentido de propiciar-lhe tratamento especial, visando à igualdade constitucional; daí a necessidade de analisá-los como hipervulnerável, conclusão a que se chega mediante a análise sistemática do Estatuto do Idoso e Código de Defesa do Consumidor sob a ótica constitucional.

Em relação aos aspectos que corroboram para hipervulnerabilidade do consumidor idoso, Marques e Miragem apontam dois aspectos principais:

a) a diminuição ou perda de determinadas aptidões físicas ou intelectuais que o torna mais suscetível e débil em relação à atuação comercial dos fornecedores; b) a necessidade e catividade em relação a determinados produtos ou serviços no mercado de consumo, que o coloca em uma relação de dependência em relação aos seus fornecedores.³⁷

A jurisprudência acrescenta:

O que se pretende dos fornecedores, é que assim como visualizam os consumidores de forma diferenciada na obtenção de seus lucros, ao visualizar uma potencial massa de consumidores, também atentem para a manifestação concreta da função social da propriedade e da responsabilidade social.³⁸

³⁷ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

³⁸ BRASIL. STJ. Recurso Especial 586.316-MG - Min. Rel. Hermann Benjamin

Frente ao contexto apresentado, percebemos que os idosos são alvo em potencial do mercado, principalmente do mercado de concessão de crédito, caindo nos devaneios do consumo e adquirindo dívidas que são capazes de comprometer todo seu orçamento. Nesse ponto, é inevitável que haja um tratamento diferenciado pela lei, voltado a essas pessoas, por ocuparem uma posição de vulnerabilidade agravada.

4. O SUPERENDIVIDAMENTO

Nos últimos anos, com o objetivo de fomentar o consumo e aquecer a economia, houve uma intensa facilitação na concessão de crédito, aumentando demasiadamente o poder de compra dos cidadãos, principalmente com relação aos cidadãos de baixa renda.

Inicialmente, para contratar um empréstimo junto a uma instituição financeira, existia uma grande barreira burocrática pela qual o cidadão precisava passar.

Além disso, havia outra visão em relação à finalidade de se submeter a esse procedimento, pois os empréstimos bancários serviam como complementação de renda de forma emergencial e não para fomento do consumo massivo.

Segundo Johanna Niemi-Kiesiläinen, o superendividamento só existe quando o crédito é usado pelos consumidores; logo, o crédito é a principal razão para o superendividamento. Todavia podemos identificar diferentes abordagens para compreender porque as pessoas ficaram superendividadas.

Uma delas seria a desregulamentação dos mercados de crédito, mediante redução nos mecanismos de controle pelos bancos centrais do nível de crédito ao consumo e da abolição do teto de juros. Aponta-se, igualmente, a redução do estado de bem-estar social. Os países que não oferecem educação pública de boa qualidade e assistência médica universal oneram o orçamento das pessoas físicas com essas despesas. A situação é agravada quando os programas ou benefícios sociais para o caso de desemprego não estão disponíveis. Então, quando emergências médicas e o desemprego ocorrem, as pessoas têm que recorrer ao crédito para as despesas imprevistas.³⁹

Ademais, a concessão de crédito foi facilitada pela tecnologia, principalmente a *internet banking*⁴⁰, que possibilita ao consumidor adquirir crédito e empréstimo em um tempo extremamente reduzido e sem sair de casa.

Essa facilitação de aquisição de crédito, aliada a cultura de incentivo ao consumo, ocasionou o fenômeno do consumismo e trouxe consigo um excesso

³⁹ LIMA, Clarissa Costa. O Tratamento do Superendividamento e o Direito de Recomeçar dos Consumidores. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. 208 p.

⁴⁰ Internet banking é um aplicativo - para smartphones ou computadores, onde é possível ter acesso a uma área dentro do site do banco que você é correntista, para realizar várias transações sem precisar ir à agência, como consulta de saldo, transferências, extratos, pagamentos de boletos e faturas, PIX, entre outros.

de consumo levados pela falsa ideia de melhoria das condições socioeconômicas através do consumo.

A ilustre professora Cláudia Lima Marques, em um de seus ensinamentos, conceitua o superendividamento como

[...] a impossibilidade total de o consumidor, pessoa física, devedor, leigo e de boa-fé, pagar suas dívidas atuais e futuras decorrentes do consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundo de delitos e de alimentos).⁴¹

Trata-se, portanto, de pessoa física que utiliza o crédito para aquisição de produtos e serviços e se torna excessivamente inadimplente ao ponto de acionar do Poder Judiciário para o auxílio no cumprimento das obrigações, por meio de negociação.

O principal aspecto que corroborou para o crescimento da inadimplência na sociedade, foi à oferta massiva de crédito combinada a mudança no padrão de consumo da população brasileira a partir de uma valorização do salário mínimo, após o sucesso do plano real.

Conforme salienta MOREIRA:

Atualmente há uma democratização do crédito, tornando-se uma componente normal do orçamento familiar, permitindo a muitas famílias antecipar regularmente uma percentagem variável do seu rendimento futuro. Tornou-se, nas sociedades ocidentais, uma constante na primeira fase de vida das famílias, em que estas procedem à aquisição de equipamento (casa, automóvel, eletrodomésticos, mobiliário) indispensável à sua condição de vida familiar e econômica. O crédito deixou de estar associado apenas ao exercício de uma atividade profissional ou de servir, sobretudo para fazer em face de circunstâncias excepcionais de falta de liquidez. Com a generalização do crédito pessoal, o crédito ao consumo é utilizado na compra de todo o tipo de bens.⁴²

Ademais, as questões que permeiam o superendividamento faz com que a pessoa se sinta insegura em buscar ajuda para o problema financeiro, pois há um estigma social envolvendo a questão e que, na maioria das vezes, piora o problema, levando a buscar por empréstimos para quitar as dívidas, e causa exclusão social, por ter que se ausentar das atividades de consumo.

O superendividamento é, ainda, visto como um motivo de vergonha e reflexo de uma derrota ou incapacidade do indivíduo, que resta estigmatizado. Não são raros os casos de problemas financeiros escondidos até mesmo do cônjuge, companheiro ou dos filhos,

⁴¹ MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

⁴² MOREIRA, F. R. O consumo e o crédito na sociedade contemporânea. Gestão e Desenvolvimento, n. 19, p. 91-114, 1 jan. 2011.

devido ao estigma social fortemente atrelado a esta condição, o que acaba por aumentar o problema, retardar ou dificultar a sua solução. Dificilmente são percebidos os fatores sociais que conduzem a essa situação, como o baixo grau de escolaridade, a falta de educação financeira, as práticas comerciais abusivas (inclusive no campo da oferta e da publicidade), a falta de informações e aconselhamento adequados por parte do fornecedor, além dos acidentes da vida como desemprego, doença, morte na família. O elevado grau de endividamento é comumente percebido como um problema individual e não sob a sua perspectiva coletiva, como efeito de uma sociedade de massas, altamente complexa e voltada para um consumismo exacerbado.⁴³

Esse fenômeno social, econômico e jurídico é inerente à vida atual na sociedade de consumo e afeta não somente o consumidor superendividado, mas também sua família e toda a sociedade, considerando-se as repercussões de inúmeras ordens que decorrem da situação de insolvência.

Ainda sim, após a pandemia de COVID 19, houve um agravamento na situação de endividamento da população, principalmente em face dos altos níveis de desemprego e da baixa demanda em algumas áreas.

Em resposta a esse quadro foi promulgada a Lei 14.181 em 2021, como uma tentativa de amenizar as consequências desse superendividamento da população em geral, evitar a exclusão desses indivíduos do mercado e reorganizar financeiramente essas pessoas, buscando a preservação do princípio da dignidade e do mínimo existencial.

A referida Lei veio para reequilibrar nosso mercado de consumo, tanto com medidas legais para prevenir o superendividamento, como novas medidas legais que permitam o seu tratamento.

4.1. SURGIMENTO DA LEI

A Lei do superendividamento surge como projeto de lei de iniciativa do Senado, como PL do Senado (PLS) 283, de 2013, fruto dos trabalhos da Comissão Temporária de Modernização do Código de Defesa do Consumidor, com novas regras para prevenir o superendividamento dos consumidores.

A matéria tramitou no Congresso por quase 10 anos: o texto original da proposta é de 2012 (o PLS 283/2012), resultado do trabalho de uma comissão

⁴³ BERGSTEIN, Laís; KRETZMANN, Renata P. Noções Práticas de Prevenção e Tratamento do Superendividamento. Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786553620360. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553620360/>. Acesso em: 20 dez. 2022.

temporária que propôs alterações no CDC. No entanto, só foi publicada em 02 de julho de 2021, no *Diário Oficial da União*, como Lei 14.181, que altera o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e o Estatuto do Idoso.⁴⁴

A referida Lei trouxe ao mercado amparo legal no tratamento do consumidor endividado e mecanismos jurídicos para solução viável do problema.

A nova Lei acrescentou dispositivos no código de defesa do consumidor, como é o caso do artigo 54-A do CDC, que passa a dispor sobre o conceito de superendividamento:

Entende-se por superendividamento a impossibilidade manifesta de o consumidor pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação.⁴⁵

Ademais, consagra o princípio do crédito responsável, que baliza em favor de práticas negociais saudáveis com concessão de crédito razoável de acordo com as condições econômicas do contratante. O referido princípio tem como norteador a dignidade da pessoa humana, de forma que o crédito seja concedido, mas sem comprometer a bem-estar econômico daquele consumidor.

Trata-se de conceito já admitido pela doutrina e pela jurisprudência. Esse princípio é uma norma implícita na Constituição e foi concretizado pela Lei do Superendividamento mediante alterações no CDC e no Estatuto do Idoso.

Consiste em promover o “crédito responsável”, ou seja, a prática adotada por credores, por devedores e pelo Poder Público com vistas a evitar o superendividamento.

Nessa norma, há um dever jurídico dos credores de não fornecer créditos irresponsáveis, assim entendidos aqueles que, por um exame prévio do caso concreto, não são pagáveis pelo devedor.

⁴⁴ SENADO, Agência. Sancionada com vetos lei que define regras para prevenir superendividamento. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/07/02/sancionada-com-vetos-lei-que-define-regras-para-prevenir-superendividamento>. Acesso em: 16 dez. 2022.

⁴⁵ BRASIL, 1990. Art. 54-A, § 1º.

Além disso, o referido diploma legal entra no ordenamento jurídico para proteger o “mínimo existencial”, necessário para garantir uma vida com dignidade à pessoa.

Um dos principais aspectos trazidos por essa lei foi a frequente menção ao princípio da boa-fé.

Os dispositivos legais 54-B, 54-C e 54-D, expressam a necessidade de transparência perante o consumidor nas operações de crédito. Exigem que o fornecedor seja transparente nas suas tratativas e utilize uma linguagem acessível aos indivíduos em geral e deixe claras as condições negociais. Também enfatizam que práticas comerciais abusivas de sedução na oferta de créditos devem ser censuradas, alusões importantes para aumentar a proteção de consumidores hipervulneráveis, como os idosos, que frequentemente são ludibriados pelas propostas de instituições financeiras.

Cabível salientar que o artigo 104-A, acrescentado pelo referido diploma legal, traz uma importante solução judicial, autorizando o juiz a instaurar processo de repactuação de dívidas, quando reivindicado pelo consumidor superendividado, fazendo uso de audiência de conciliação contando com a presença de todos os credores para atestar a apresentação do consumidor de plano de pagamento, respeitando o mínimo existencial e, ainda, dentro do prazo limite de 5 (cinco) anos.

Vejamos:

Art. 104-A. A requerimento do consumidor superendividado pessoa natural, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas, com vistas à realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores de dívidas previstas no art. 54-A deste Código, na qual o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de 5 (cinco) anos, preservados o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, e as garantias e as formas de pagamento originalmente pactuadas [...]⁴⁶

Esse mecanismo é uma dos novos métodos legais de resolver a situação de inadimplência do consumidor de forma mais rápida e eficaz sem a necessidade de aguardar todo o tramite processual na justiça. Esse mecanismo vem para aperfeiçoar o pagamento das dívidas pelo consumidor de boa-fé.

⁴⁶ BRASIL, 1990. Artigo 104-A, acrescentado ao Código de Defesa do Consumidor pela Lei 14.181/21

4.2. SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO

Nossa carta magna garante o princípio do melhor interesse, em situações em que há direito de vulneráveis, perante a lei, em jogo.

Em relação à vulnerabilidade do consumidor idoso no mercado de consumo. O idoso carece de um olhar mais especial nas relações de consumo, pois este alcançou o patamar de hipervulnerável.

A jurisprudência brasileira salienta:

(...) Ademais, tratando-se de relação de consumo, o consumidor é a parte vulnerável na demanda e, portanto, a interpretação da lei lhe deve ser feita de forma mais favorável.⁴⁷

Em consequência, o consumidor idoso está incluído em uma situação de vulnerabilidade agravada, a chamada hipervulnerabilidade.

Essa situação é tão acentuada que o consumidor idoso ocupa uma posição de protagonismo frente às taxas de endividamento da população.

Isso ocorre, pois esses consumidores estão em uma situação de extrema desigualdade informativa frente aos fornecedores, principalmente com relação ao crédito consignado.

[...] os idosos estão sujeitos as mais variadas fraudes. De acordo com Johnson (2003), esses indivíduos, em função das condições em que vivem, ainda acreditam em ideias de lisura de costumes, e, por isso, são facilmente enganados por terceiros que agem de má-fé. São inúmeros os relatos de idosos afirmando que, assim que se aposentam, recebem ligações de bancos, financeiras, corretoras de seguros e até visitas de correspondentes financeiros. Estes, passando a impressão de “boas pessoas”, ofertam-lhes crédito sob a afirmação de que as taxas de juros são irrisórias, prometendo um valor maior do que qualquer banco já lhes ofereceram e com prestações mensais de valores baixos. Sugerem a utilização do dinheiro para aquisição de móveis, para uma reforma na casa ou para adquirir um veículo.⁴⁸

Ademais, conforme noticiado diariamente pela mídia, ano após anos cresce o número de idosos endividados, principalmente os que são aposentados pelo INSS.⁴⁹

Através de pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito brasileiro, no mês de agosto de 2019 foi estimado um total de 4,3

⁴⁷ Acórdão 982993, 20160110098658APC, Relator: ROBSON BARBOSA DE AZEVEDO, Quinta Turma Cível, data de julgamento: 23/11/2016, publicado no DJE: 30/1/2017.

⁴⁸ XIX Jornada de Extensão, 19., 2018, Rio Grande do Sul. Hipervulnerabilidade do consumidor idoso e a concessão de crédito. Rio Grande do Sul: Unijuí, 2018. 5 p.

⁴⁹ GERCINA, Cristiane. Inadimplência aumenta e atinge mais brasileiros acima de 60 anos. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/07/inadimplencia-aumenta-e-atinge-mais-brasileiros-acima-de-60-anos.shtml>. Acesso em: 20 dez. 2022.

(quatro vírgula três) milhões de idosos com dívidas ativas registradas, o que soma a um montante de 27% (vinte e sete por cento) da população total dessa faixa etária. Assim, foi possível perceber um crescimento de mais que o dobro da média em relação ao calculado no ano de 2014. Desse valor, a maior quantia pertence aos Bancos que somam uma quantidade de 47,26 %(quarenta e sete vírgula vinte e seis por cento) dessas dívidas relacionadas a idosos entre 64 e 94 anos.⁵⁰

Ainda a respeito do aumento da inadimplência entre as pessoas idosas, Bergstein e Kretzmann salientam:

O aumento da margem de crédito consignado em outubro de 2020 pela Medida Provisória nº 1006/20 – de 30 para 40%, podendo chegar a 45% com o cartão de crédito consignado, é o começo de uma bolha no mercado brasileiro. A concessão de crédito desassociada de bons programas de educação financeira é uma irresponsabilidade e o fomento do mercado de consumo por meio da concessão é artificial, tende a ensejar um agravamento da crise financeira que assola o país. Dados do INSS indicam que o número de contratos de consignados solicitados pelos segurados e averbados aumentou significativamente, alcançando 37.877.912 pedidos somente em 2021.⁵¹

Conforme exposto, o maior vilão do superendividamento, não só da pessoa idosa, foi e continua sendo a concessão desenfreada de crédito como instrumento potencializador do consumo, tornando-se uma fonte de utilização constante, com intuito de aumentar o poder aquisitivo do indivíduo, e consequentemente influenciando visivelmente no aumento exponencial da taxa de endividamento das famílias, principalmente quando não há um planejamento financeiro.

Esses fatos, aliados às condições físicas da pessoa idosa, propiciam investidas abusivas por parte das instituições financeiras, que se aproveitam dessas características para induzir esse consumidor ao consumo desenfreado.

Além disso, essas ofertas de crédito geralmente são dirigidas aos hipervulneráveis em razão da idade, escolaridade e da condição sociocultural, de formas absolutamente abusivas e manipulativas.

No entanto, com a recente alteração do Código de Defesa do Consumidor pela Lei do Superendividamento, há previsão de informações que

⁵⁰ ALMEIDA, Pedro Paulo Lorenzoni. Superendividamento do consumidor idoso: uma análise jurídico-social sobre a prevenção e tratamento à luz da Lei 14.181 de 2021. 2022. Disponível em: <https://conteudojuridico.com.br/consulta/artigos/58693/superendividamento-do-consumidor-idoso-uma-anlise-juridico-social-sobre-a-preveno-e-tratamento-luz-da-lei-14-181-de-2021>. Acesso em: 20 dez. 2022.

⁵¹ BERGSTEIN, Laís; KRETZMANN, Renata P. Noções Práticas de Prevenção e Tratamento do Superendividamento. Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786553620360. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553620360/>. Acesso em: 20 dez. 2022.

devem ser prestadas a todo e qualquer consumidor no fornecimento de crédito e na venda a prazo, ultrapassando as previsões que constavam apenas na IN INSS/PRES nº 28/2008, com intuito de prevenir o superendividamento dentro dessa categoria de consumidor.

Vejamos o que diz o CDC em seu artigo 54-B:

Art. 54-B. No fornecimento de crédito e na venda a prazo, além das informações obrigatórias previstas no art. 52 deste Código e na legislação aplicável à matéria, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, no momento da oferta, sobre:

I - o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem; II - a taxa efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento; III - o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser, no mínimo, de 2 (dois) dias; IV - o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor; V - o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito, nos termos do § 2º do art. 52 deste Código e da regulamentação em vigor.

Além de proteger os consumidores em situação de hipervulnerabilidade, a Lei 14.181 traz uma importante alteração e inclusão do § 3º do art. 96 do Estatuto do Idoso, que não considera como crime a negativa de crédito motivada pelo superendividamento do idoso:

Art. 96. Discriminar pessoa idosa, impedindo ou dificultando seu acesso a operações bancárias, aos meios de transporte, ao direito de contratar ou por qualquer outro meio ou instrumento necessário ao exercício da cidadania, por motivo de idade: Pena – reclusão de 6 (seis) meses a 1 (um) ano e multa.

3º Não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso (grifo nosso).

Essas alterações legais vieram com intuito de reforçar a obrigação do fornecedor de se policiar ao oferecer crédito ao consumidor idoso. Há uma atribuição legal de responsabilidade ao fornecedor em relação à prevenção ao superendividamento.

Outro aspecto importante a ser destacado é a prevenção ao superendividamento, por meio da proibição do assédio ao consumo⁵², direcionado principalmente as pessoas idosas e analfabetas.

⁵² O assédio de consumo é marcado pela publicidade excessiva e patológica presente nas redes sociais, em que os consumidores se encontram expostos e vulneráveis ao conteúdo publicitário, que afeta sua privacidade e seu sossego, uma vez que as ofertas são onipresentes e agressivas. Cumpre salientar que, de acordo com o Recurso Especial nº 1.349.961/MG, as redes sociais integram a relação jurídica de consumo, sendo remuneradas de forma indireta, atraindo as disposições estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor.

Com advento da Lei 14.181/21, se tornou ilegal qualquer tipo de assédio ou pressão para seduzir os consumidores, envolvendo prêmio, por exemplo.

Ademais, o mercado do consumo não é o único responsável pelo superendividamento da pessoa idosa, temos mais um agravante que é capaz de ocasionar o ônus financeiro, a violência financeira. Essa violência pode ser causada por agentes externos ou dentro do próprio círculo social da pessoa idosa, como familiares ou cuidadores, ficando o idoso à mercê de determinadas condutas como, por exemplo, o estelionato e a extorsão que pode ser executada por meio de golpes de pessoas estranhas ou viventes no círculo social e familiar da vítima idosa.

Pode-se citar apropriação de bens indevidamente, destinação de pagamentos desviados para outra finalidade, saques e empréstimos realizados em nome da pessoa idosa sem a anuência e autorização devida. O Estatuto da Pessoa Idosa (BRASIL, 2003) abrange situações tipificando como criminosos esses casos, inclusive quando há indução de assinatura de documentos ou procuração sem o discernimento da pessoa idosa.⁵³

No entanto, apesar dos casos supramencionados, ainda sim a inadimplência da pessoa idosa esta ligada, principalmente, as ofertas de crédito apresentadas de forma desenfreada pelo mercado.

As situações de superendividamento da pessoa idosa pouco são vistas como oriundas de violência. Todavia, é importante considerar o excesso de ofertas de produtos e serviços, bem como empréstimos, utilizando-se da fragilidade decorrente do processo de envelhecimento, como forma de violência financeira. Também merecem ser vistas como um potencial de aumento de superendividamento as ocorrências intrafamiliares com apropriação de bens e proventos e desvio de valores/salário/rendimentos da posse da pessoa idosa.⁵⁴

Além disso, muitos consumidores não têm as informações necessárias, muitas vezes devido à burocracia volumosas ou prorrogações de contrato, de modo que o contrato pode se tornar um grande problema para os consumidores no futuro. Infelizmente, isso geralmente acontece com consumidores extremamente vulneráveis, como por exemplo, os idosos.

A transparência negocial não é hábito dos fornecedores, pois não repassam adequadamente informações aos consumidores ou, muitas vezes,

⁵³ CRIPPA, Anelise; ALEGRE, Camila Porto. Superendividamento dos idosos. Longeviver, São Paulo, v. 16, n. 4, p. 18-23, out. 2022. Disponível em: <https://revistalongeviver.com.br/index.php/revistaportal/article/viewFile/984/1044>. Acesso em: 09 dez. 2022.

⁵⁴ Idem. Citação nº19

passam informações com conteúdo inexistente ou falsas, visto que seu objetivo principal é se aproveitar da condição de hipervulnerabilidade, promovendo um verdadeiro assédio de consumo.

O CDC não usa a expressão “assédio de consumo”, mas sim prevalecimento “da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social” (art. 39 IV) e aproveitamento “da deficiência de julgamento e experiência da criança” quanto à publicidade abusiva (art. 37, §2º). Note-se que a jurisprudência tem reconhecido que os idosos, que são os mais afetados por este novo assédio de consumo e ofertas a distância, por telemarketing ou mesmo em domicílio – na solidão de suas casas e de suas vidas, essas ofertas, acompanhadas de uma boa conversa com os vendedores (e assinaturas gratuitas para os filhos), são momentos agradáveis, que se transformam depois em grandes incômodos.⁵⁵

Ademais, a busca pela resolução dessa situação de superendividamento é extremamente dificultada para essas pessoas, tanto pela burocracia e pela dependência do judiciário para resolver questões como essa. Na maioria das vezes, a pessoa idosa não dispõe de conhecimento para conseguir se desvencilhar da situação.

Mesmo com a demora, o Tribunal tem decidido pela tutela e garantia do mínimo existencial do devedor e, ainda, dos seus familiares, com o intuito de estimulá-los a quitar as dívidas contraídas de imediato.

Antes mesmo de vigorar a Lei do Superendividamento, havia um consenso jurisdicional, com intuito de proteger o mínimo existencial para quitação de dívidas. O limite máximo de 30% de descontos na folha de pagamento dos empréstimos contraídos é um dos exemplos que coadunam para proteção do consumidor frente às situações de desequilíbrio financeiro.

DIREITO PROCESSUAL CIVIL E DE DEFESA DO CONSUMIDOR. APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DECLARATÓRIA DE NULIDADE CONTRATUAL DE EMPRÉSTIMO/CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO EM FOLHA C/C OBRIGAÇÃO DE FAZER E INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. EMPRÉSTIMO. PRESTAÇÕES DEBITADAS NO BENEFÍCIO PREVIDENCIÁRIO DO CONSUMIDOR/IDOSO. COBRANÇA QUE ULTRAPASSA AS PARCELAS PACTUADAS. SUPERENDIVIDAMENTO. RESPONSABILIDADE DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. BOA-FÉ CONTRATUAL. NULIDADE. RESTITUIÇÃO DOS VALORES PAGOS A MAIOR. POSSIBILIDADE. ART. 42, DO CDC. APLICAÇÃO. DANO MORAL CONFIGURADO. REFORMA DA SENTENÇA. I- De acordo com a legislação consumerista, a

⁵⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Superendividamento dos consumidores no pós-pandemia e a necessária atualização do Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: <https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/105-dc.pdf?d=637581604679873754>. Acesso em: 10 dezembro 2022.

responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços é objetiva, devendo o mesmo responder pelos riscos de sua atividade, independentemente de dolo ou culpa. II- Tendo sido violado o direito básico de informação do consumidor, conforme os preceitos contidos no art. 6º, III, CDC, e não tendo ainda, o Apelado, observado o dever de boa-fé a que estão adstritos os contratantes, ocorreu falha na prestação de serviço e o consentimento do apelado foi destinado à celebração de um empréstimo consignado. III- Não obstante o Apelante, em sua boa-fé, acreditar que contratou um empréstimo consignado com o Apelado, com prazo determinado, foi formalizado um contrato de cartão de crédito, em que apenas o valor mínimo do débito era devidamente quitado por meio do desconto consignado em seu benefício previdenciário, e recaiam os encargos inerentes ao crédito rotativo sob o restante do débito. Tal situação implica na incidência de juros do cartão e juros contratados no empréstimo, gerando, assim, uma situação de impossibilidade de pagamento, ou seja, superendividamento. IV- Instituição financeira, que permite a contratação de empréstimo de forma híbrida, como a entabulada, impossibilitando o pagamento integral da dívida pelo consumidor, viola a boa-fé contratual, além de agir de forma negligente com o consumidor hipossuficiente e idoso, impondo-se a nulidade do contrato. V- É de responsabilidade do banco recorrido arcar com os prejuízos patrimoniais e extrapatrimoniais experimentados pelo consumidor, já que as mencionadas violações comprovam a falha na prestação do serviço, sendo irrelevante que tenha agido com ou sem culpa (art. 14 do CDC). VI- Evidenciados os descontos superiores às parcelas que entendia contratadas, na conta bancária do consumidor, é de ser reconhecido o dever do Réu suspender os referidos descontos e restituir-lhe, em dobro, os valores cobrados, indevidamente da sua remuneração, nos termos do artigo 42, do CDC. VII- O flagrante desconto indevido no benefício previdenciário do Autor, face à má prestação dos serviços do fornecedor, suprimindo-o o direito de acesso à renda de natureza alimentar, configura a causa dos danos morais, que, devidamente comprovados, tornam-se passíveis de indenização. VIII- Evidenciada a ocorrência do ato ilícito, do nexo causal e do dano, é de ser condenado o ofensor a indenizar o ofendido, por danos morais, tendo como objetivo apenas minimizar a dor e a aflição suportada pela parte prejudicada, devendo ser fixada dentro dos padrões de razoabilidade, para que não acarrete enriquecimento ilícito. Portanto, fixa-se o quantum indenizatório de R\$ 10.000,00 (dez mil reais). IX- Ante a reforma da sentença, as custas processuais e honorários advocatícios, no percentual de 15% (quinze por cento), sobre o valor da condenação, devem ser arcados pelo Apelado, em consonância com os parâmetros previstos no artigo 85, § 2º do CPC. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO.⁵⁶

Vejamos que há uma implicação de obrigação objetiva ao fornecedor que deixa de observar o princípio da informação em relação aos consumidores, principalmente os que estão em situação de hipervulnerabilidade.

Sobre o princípio da informação, Sérgio Cavalieri Filho determina que o direito à informação seja à base de confiança e da boa-fé nos negócios

⁵⁶ Apelação, Número do Processo: 0502626- 11.2016.8.05.0146, Relator (a): Roberto Maynard Frank, Quarta Câmara Cível, Publicado em: 21/03/2018 - TJ-BA - APL: 05026261120168050146 Relatores: Roberto Maynard Frank, Quarta Câmara Cível, Data de Publicação: 21/03/2018

jurídicos, sendo que também se correlaciona com os princípios da transparência e da vulnerabilidade, possuindo como objetivo principal a garantia do livre exercício de escolha aos consumidores.

No campo da responsabilidade civil nas relações de consumo, a omissão passou a ter um papel extremamente relevante em face do dever de informar que o Código do Consumidor impõe aos fornecedores de produtos e serviços. A informação tem por finalidade dotar o consumidor de elementos objetivos de realidade que lhe permitam conhecer produtos e serviços e exercer escolhas conscientes. Essa escolha consciente propicia ao consumidor diminuir os seus riscos e alcançar suas legítimas expectativas. Mas só há escolha válida quando o consumidor é bem informado e pode manifestar a sua vontade de maneira refletida. Daí a relevância do chamado consentimento informado.⁵⁷

Ademais, a respeito do princípio da boa-fé, muito se fala sobre essa característica que foi atribuída ao consumidor ao adquirir dívidas, com advento da Lei do Superendividamento. No entanto, nas relações negociais é também dever do fornecedor agir de boa-fé, sem se aproveitar da situação de fragilidade do consumidor.

Ainda sobre a matéria, mais recentemente decide o Tribunal de Justiça de Minas Gerais, a respeito do desconto mínimo na folha de pagamento e do dever de informação do fornecedor.

APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO REVISIONAL DE CONTRATO CUMULADA COM PEDIDO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS - PRELIMINAR SENTENÇA ULTRA PETITA - REJEITADA - CARTÃO DE CRÉDITO CONSIGNADO - EMPRÉSTIMO - CARTÃO DE CRÉDITO - DESCONTO MINIMO EM FOLHA DE PAGAMENTO - ABUSIVIDADE - OFENSA AO DEVER DE BOA-FÉ E DE INFORMAÇÃO - REVISÃO - POSSIBILIDADE - READEQUAÇÃO A MODALIDADE DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO - RESTITUIÇÃO SIMPLES DOS VALORES INDEVIDAMENTE DESCONTADOS - DANO MORAL - AUSÊNCIA - INDENIZAÇÃO INDEVIDA - RESTITUIÇÃO SIMPLES DOS VALORES INDEVIDAMENTE DESCONTADOS - REFORMA PARCIAL DA SENTENÇA.

Cabe ao Magistrado sentenciante decidir a lide nos limites em que foi proposta, não podendo conceder à parte providência além da requerida na inicial (sentença ultra petita), aquém do pedido (decisão citra petita) e, muito menos, fora do requerido pelas partes (sentença extra petita).

Se a sentença não dispôs sobre mais do que foi pedido, não há como falar em julgamento "ultra petita"

A responsabilidade contratual da instituição financeira é objetiva, nos termos do art. 14 do Código de Defesa do Consumidor, respondendo, independentemente de culpa, pela reparação dos danos causados a seus clientes por defeitos/falhas decorrentes dos serviços que lhes presta. Trata-se, portanto, de responsabilidade civil pelo fato do serviço fundada na teoria do risco do empreendimento.

⁵⁷ CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de Responsabilidade Civil. 15. ed. Barueri: Grupo Editorial Nacional, 2022. 635 p.

Comprovado nos autos que o consumidor, pretendendo fazer um empréstimo consignado, recebeu um cartão de crédito, com saque do valor que queria a título de empréstimo, com desconto de parcela mínima em sua folha de pagamento, que resulta em um débito eterno.

Os termos do contrato firmado entre as partes implicam em abusividade por parte da instituição financeira, pois inexistente uma limitação ou mesmo um número de parcelas para quitação do empréstimo, gerando lucros exorbitantes ao banco e, principalmente, desvantagem exagerada ao consumidor, o que é vedado expressa e categoricamente pelo Código de Defesa do Consumidor, nos termos do seu art. 51, IV.

Reconhecimento da nulidade da cláusula contratual, que implica no acolhimento do pedido de conversão do cartão de crédito consignado para empréstimo pessoal consignado.

Não havendo notícia de que o consumidor tenha sofrido violação a sua honra objetiva ou que tenha atuado efetiva e infrutiferamente na esfera extrajudicial para resolver o litígio, a condenação em danos morais não merece prosperar.

A restituição de valores cobrados a maior deverá ocorrer de forma simples, nos casos em que não for comprovado que a parte agiu de má-fé.⁵⁸

Ante o exposto, é evidente que a Lei do Superendividamento veio em resgate aos direitos fundamentais estabelecidos pela constituição, principalmente perante o contexto de crise financeira que vivenciamos no Brasil no pós pandemia.

A superveniência da pandemia mostrou a imprescindibilidade de combater a exclusão social causada pelo superendividamento, incorporando este novo “direito social” ao tratamento global das dívidas no Código de Defesa do Consumidor Brasileiro em reforço à sua dimensão ético-inclusiva e solidarista.⁵⁹

Portanto, a tutela do estado é essencial para preservar a dignidade dos consumidores, principalmente os que estão em situação de vulnerabilidade agravada, como é o caso do consumidor idoso.

⁵⁸ TJMG - Apelação Cível 1.0000.20.021182-9/001, Relator (a): Des.(a) Maurílio Gabriel , 15ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 21/01/2021, publicação da súmula em 01/02/2021

⁵⁹ MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; VIAL, Sophia. Superendividamento dos consumidores no pós-pandemia e a necessária atualização do Código de Defesa do Consumidor. 2020. Disponível em: <https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/105-dc.pdf?d=637581604679873754>. Acesso em: 20 dez. 2022.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do presente trabalho, foi possível analisar os principais fatores que levam a pessoa idosa ao superendividamento, dentre eles, a oferta negligente de crédito por parte das instituições financeiras e a falta de informação ou informação dificultada pelo fornecedor.

Além do mais, analisamos as consequências das táticas agressivas do mercado, a falta de educação financeira e omissão do estado em promover políticas sociais capazes de promover educação financeira e um planejamento econômico por parte da população.

Outro aspecto que ganhou destaque no foi à concessão de crédito sem critérios apropriados, que aliado à ausência de educação financeira levou a população brasileira a uma situação de endividamento, boa parte desses idosos e pessoas com baixa escolaridade.

Importante salientar que a Lei do Superendividamento, recentemente aprovada, veio em socorro à situação de crise que vive os consumidores brasileiros, visando uma redução da situação de inadimplência da população com intuito de servir como aquecedor para o mercado de consumo.

Importante salientar que o desenvolvimento econômico deve ter como um de seus principais objetivos a redução da desigualdade nas condições de vida, contando com a participação de todos os agentes sociais e consequentemente desencadeando uma melhoria na qualidade de vida das pessoas.

Além disso, a referida lei só será capaz de mudar o cenário de endividamento da população brasileira, quando houver, por parte do Poder Público, a formulação de políticas públicas destinadas a promover a educação financeira do consumidor e de incentivo à prevenção de situações que possam ocasionar o superendividamento.

Outro foco importante da lei foi à proteção ao “mínimo existencial”, necessário para garantir uma vida com dignidade aos consumidores endividados. Evitando que a pessoa perca sua dignidade ao tentar quitar dívidas com os mecanismos apresentados pelo mercado financeiro, sempre com propostas compostas por juros desproporcionais e abusivos, muitas vezes maiores que as dívidas e condições descabidas de pagamento.

Apesar da importante função regulatória do direito, é necessário que haja um trabalho coletivo entre a lei e sua correta aplicação para promover a preservação dos direitos dos cidadãos.

Ademais, a garantia integral dos direitos do consumidor só é possível a partir do diálogo entre a norma constitucional e o Código do Consumidor, a fim de promover igualdade e dignidade aos sujeitos envolvidos em uma relação de consumo, como ocorreu na Lei do Superendividamento.

Por fim, verificamos que o tema apresentado é de suma importância para que surjam mais políticas públicas com vistas a proteger a pessoa idosa. Importante destacar que a Lei n. 14.181, que trouxe melhorias significativas nesse aspecto e representa propostas tangíveis de recuperação dos consumidores superendividados.

A ideia central dessa norma é estabelecer uma cultura de efetiva cooperação, fortalecendo uma prática de não levar a parte mais frágil da relação contratual à ruína e promover iniciativas que estabeleçam limites à atividades comerciais que não levam em consideração a necessidade de proteção dos vulneráveis e a manutenção do seu mínimo existencial.

Portanto, é notório que a aprovação dessa lei foi motivada por interesses econômicos, mas não deixa de representar um grande avanço quando se trata da busca por instrumentos de prevenção e tratamento do superendividamento, constituindo um marco para a defesa do consumidor, principalmente dos que estão em situação de hipervulnerabilidade.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 e emendas constitucionais**. 1988. Brasília, 5 de outubro de 1988.

BRASIL. Lei n. 8.078, 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Brasília, 11 de setembro de 1990; 169° da Independência e 102° da República.

MORAES, Maria Celina Bodin de. “**A caminho de um direito civil constitucional**”. In: Revista de Direito Civil, n. 65 (1993).

TEIXEIRA, Sálvio de Figueiredo . A Proteção ao Consumidor no Sistema Jurídico Brasileiro. **Revista de Processo**, São Paulo, n. 108, ano 27, p. 185-211, out./dez. 2000.

MOREIRA, Filipa Ramos. O CONSUMO E O CRÉDITO NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA. **Gestão e Desenvolvimento**, Lisboa, v. 1, n. 19, p. 91-114, 2011. Disponível em: [https://revistas.ucp.pt/index.php/gestaoedesenvolvimento/article/view/138/129#:~:text=O%20CONSUMO%20E%20O%20CR%C3%89DITO%20NA%20SOCIEDADE%20CONTEMPOR%C3%82NEA,103&text=Como%20refere%20Bourdieu%20\(1979\)%2C,prest%C3%ADgio%20e%20de%20promo%C3%A7%C3%A3o%20social..](https://revistas.ucp.pt/index.php/gestaoedesenvolvimento/article/view/138/129#:~:text=O%20CONSUMO%20E%20O%20CR%C3%89DITO%20NA%20SOCIEDADE%20CONTEMPOR%C3%82NEA,103&text=Como%20refere%20Bourdieu%20(1979)%2C,prest%C3%ADgio%20e%20de%20promo%C3%A7%C3%A3o%20social..) Acesso em: 05 out. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.

FILOMENO, José Geraldo. **Manual de Direitos do Consumidor**, São Paulo: Atlas, 2001

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 1999.

ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinicius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, p. 533-558, out. 2016. Disponível em: <https://revistajuridica.presidencia.gov.br/index.php/saj/article/view/1281/1188>. Acesso em: 15 dez. 2022.

NERILIO, Lucíola Fabrete Lopes. As fraudes e abusividades contra o consumidor idoso nos empréstimos consignados e as medidas de proteção que devem ser adotadas para coibi-las. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 109. ano 26. p. 397-421. São Paulo: Ed. RT, jan.-fev. 2017.

GAUDENCIO, Aldo Cesar Filgueiras. (Hiper) Proteção Contratual do Consumidor: consolidação da defesa dos consumidores hipervulneráveis no

direito brasileiro. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, [S.L.], v. 2, n. 1, p. 149, 1 jun. 2016. Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito - CONPEDI. <http://dx.doi.org/10.26668/indexlawjournals/2526-0030/2016.v2i1.690>.

MARQUES, Claudia Lima. Solidariedade na doença e na morte: sobre a necessidade de “ações afirmativas” em contratos de planos de saúde e de planos funerários frente ao consumidor idoso. In: **Constituição, direitos fundamentais e direito privado**. Organização de Ingo Sarlet. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2003, p. 194.

MARQUES, Claudia Lima. Solidariedade na doença e na morte: sobre a necessidade de “ações afirmativas” em contratos de planos de saúde e de planos funerários frente ao consumidor idoso. In: **Constituição, direitos fundamentais e direito privado**. Organização de Ingo Sarlet. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2003, p. 194.

MARQUES, Claudia Lima, BENJAMIN, Antonio Herman V. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 2 ed. São Paulo: **Revista dos Tribunais**, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 4 ed. ver. e ampl. Incluindo mais de 1.000 decisões jurisprudenciais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

SILVA, Fernanda Duarte Lopes Lucas. Princípio Constitucional da Igualdade. 2ª edição. Rio de Janeiro: **Editores Lumen Juris**, 2003.

MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014.

MARQUES, Cláudia Lima. **Superendividamento dos consumidores no pós-pandemia e a necessária atualização do Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <https://www.tjsp.jus.br/download/EPM/Publicacoes/ObrasJuridicas/105-dc.pdf?d=637581604679873754>. Acesso em: 10 dezembro 2022.

COSTA, Geraldo de Faria Martins da. **Superendividamento: a proteção do consumidor de crédito em direito comparado brasileiro e francês**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 119.

AMPLONA, João Batista; SANTOS, Amanda Viviam dos. **A emergência de uma “nova classe média” no Brasil: a dissintonia de uma ideia**. Disponível em: . Acesso em: 13 set. 2014.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **A “hipervulnerabilidade” do consumidor idoso**. 2012. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/322641469>. Acesso em: 15 dez. 2022.

FERREIRA, Claudio Pires. **A hipervulnerabilidade do consumidor idoso no direito brasileiro**. 2015. 66 f. Monografia (Especialização) - Curso de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/148258>. Acesso em: 15 dez. 2022.

COSTA, Cora Cristina Ramos Barros. **A proteção jurídica da hipervulnerabilidade do idoso superendividado na sociedade de consumo**. 2017. 131 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/26041/1/DISSERTA%c3%87%c3%83O%20Cora%20Cristina%20Ramos%20Barros%20Costa.pdf>. Acesso em: 15 dez. 2022.

BET VIEGAS, João Ricardo. **A hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do código de defesa do consumidor**. Res Severa Verum Gaudium, v. 4, n. 1, Porto Alegre, p. 73-91, jun. 2019.

MOREIRA, F. R. O consumo e o crédito na sociedade contemporânea. **Gestão e Desenvolvimento**, n. 19, p. 91-114, 1 jan. 2011.

KAMINSKI, E. Consumo: uma construção identitária cultural na sociedade contemporânea. **Revista de Estudos da Comunicação**, [S. l.], v. 11, n. 24, 2010. DOI: 10.7213/rec.v11i24.22324. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/estudosdecomunicacao/article/view/22324>. Acesso em: 15 dez. 2022.

BARROS, Paula Carolina de. **A concessão de crédito ao idoso e o superendividamento**. 2019. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/77607/a-concessao-de-credito-ao-idoso-e-o-superendividamento>. Acesso em: 15 dez. 2022.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 15. ed. Barueri: Grupo Editorial Nacional, 2022. 635 p

BERGSTEIN, Laís; KRETZMANN, Renata P. **Noções Práticas de Prevenção e Tratamento do Superendividamento**. [Digite o Local da Editora]: Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786553620360. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553620360/>. Acesso em: 20 dez. 2022.

CARVALHO, José Alberto Magno; GARCIA, Ricardo Alexandrino. **O envelhecimento da população brasileira: um enfoque demográfico**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/wvqBNvKW9Y8YRqCcjNrL4zz/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 12 dez. 2022.

BERGSTEIN, Laís; KRETZMANN, Renata P. **Noções Práticas de Prevenção e Tratamento do Superendividamento**. Editora Saraiva, 2022. E-book. ISBN 9786553620360. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786553620360/>. Acesso em:
20 dez. 2022.