



SUPERENDIVIDAMENTO: ANÁLISE ACERCA DA HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR IDOSO

OVER-INDEBTEDNESS: ANALYSIS ABOUT ELDERLY CONSUMER HYPERVULNERABILITY

Larissa Maria Sieradzki¹
Vlademir Vilanova Moreira²

RESUMO

O presente artigo tem por finalidade a análise do superendividamento dos consumidores idosos através da sua hipervulnerabilidade nas relações de consumo, que nada mais é do que uma vulnerabilidade agravada devido às limitações trazidas pela idade avançada, baixo grau de instrução e pelas diferenças sociais e biológicas de cada sociedade. A relevância do tema escolhido baseia-se no aumento da população de pessoas idosas e conseqüentemente na necessidade de ampliar os direitos e proteção dos mesmos. Dessa forma, torna-se extremamente relevante evidenciar o problema do superendividamento enfrentado pelos consumidores idosos, visto que na sociedade atual muitos fornecedores de produtos e serviços agem de má-fé utilizando-se de propagandas enganosas e abusivas, com propostas dissimuladas que possuem valores extremamente elevados e acabam por enganar o consumidor idoso. Utiliza-se dos diversos conceitos doutrinários quanto ao consumidor, ao idoso e ao fenômeno do superendividamento. Para tanto, o estudo decorreu principalmente de pesquisa bibliográfica, doutrinária e artigos, por meio de pesquisa qualitativa, conforme o método dedutivo. Em princípio demonstra o conceito de consumidor, sob a ótica legislativa e doutrinária, realça o princípio base do direito do consumidor, a vulnerabilidade. Após, disserta-se sobre o conceito e a proteção do idoso nas relações de consumo, através do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto do Idoso e adiante, o conceito do superendividamento, a hipervulnerabilidade e as causas deste fenômeno. Como possível conclusão, destacam-se as medidas que o Estado, garantidor dos direitos, tem adotado para amenizar este problema social.

Palavras-Chave: Vulnerabilidade. Consumidor. Proteção. Idoso. Problema Social.

¹Graduanda em Direito, Universidade do Contestado. Campus Mafra. Santa Catarina. Brasil. E-mail: larissasieradzki1236@gmail.com

²Mestre em Ciência Jurídica pela Universidade do Vale do Itajaí. Docente da Universidade do Contestado (UnC). Campus Mafra. Santa Catarina. Brasil. E-mail: vvmr@uol.com.br

ABSTRACT

The present article has for purpose the analysis of over-indebtedness of elderly consumers through their hypervulnerability in the consumption relations, that is nothing but an aggravated vulnerability due to limitations brought by the elder ages, by the low instruction level and by the social and biological differences of each society. The relevance of the chosen theme is based on the increase in the population of elderly people and, consequently, in the necessity of amplifying the rights and protection for them. Thus, it becomes extremely relevant to evince the problem of over-indebtedness faced by the elder consumers, since in the current society many products and services providers act with bad faith using abuse and misleading advertisements, with dissimulated proposals that have extremely high values, end up fooling the elder consumers. It uses various doctrinal concepts regarding the consumer, the elder and the over-indebtedness phenomenon. Therefore, the study elapsed mainly of bibliographic research, doctrinaire research and articles, through qualitative research, according to deductive method. In principle, it demonstrates the concept of consumer from a legislative and doctrinaire perspective, highlighting the base principle of the consumers' law, the vulnerability. After that, an approach is made around the concept and the protection of the elder in the consumption relation through the consumers' defense code and through the elder statute, and ahead, the concept of over-indebtedness, the hypervulnerability and the causes of this phenomenon. Stands out, as a possible conclusion, the measures that the State, rights guarantor, has adopted to appease this social problem.

Keywords: Over- indebtedness. Consumer. Elder. Hypervulnerable. Protection.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como escopo analisar o superendividamento do consumidor idoso, sob a óptica da sua hipervulnerabilidade nas relações de consumo. Tal escolha justifica-se devido ao constante aumento da população idosa no Brasil, bem como a não existência de uma legislação específica para a proteção dos consumidores, principalmente aos hipervulneráveis, contra o fenômeno do superendividamento.

Destaca-se que tal instituto tornou-se um grande problema social em diversos países e pode-se conceituá-lo como sendo a impossibilidade do consumidor de adimplir as suas dívidas contraídas sem comprometer sua renda familiar, sendo por atos praticados pelo próprio consumidor ou por acontecimentos alheios a sua vontade.

O estudo apresentado inicia-se com a explanação sobre o direito do consumidor, sob o ponto de vista histórico e suas correntes doutrinárias, com ênfase ao princípio da hipervulnerabilidade, a qual é assim considerada devido ao

agravamento da vulnerabilidade do consumidor, prevista no art. 4º, inciso IV do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), através das limitações que determinados consumidores possuem, no caso dos idosos, tais limitações se devem ao baixo grau de instrução ou por algum tipo de necessidade especial, abandono, fatores que corroboram para que os ataques preenchidos de má-fé dos fornecedores de produtos ou serviços aumente significativamente.

Após, busca-se demonstrar os principais aspectos do Estatuto do Idoso, com ênfase na proteção destes nas relações de consumo, pois mesmo não havendo legislação específica contra o superendividamento, existem dois grandes institutos protetivos, além da Constituição Federal de 1988, sendo eles o Código de Defesa do Consumidor – Lei n. 8.078/1990 e a Lei n. 10.741/2003 – Estatuto do Idoso, cabe destacar que tais institutos reforçam proteções fundamentais previstas na Constituição Federal.

Adiante, aborda-se o fenômeno do superendividamento propriamente dito, na situação da hipervulnerabilidade, onde busca-se demonstrar quais são suas principais causas, bem como a necessidade e a obrigação que o Estado possui de tomar medidas preventivas para enfrentar e evitar este fenômeno, e ainda, sobre o Projeto de Lei em tramitação no Congresso Nacional, o qual propõe solucionar e tratar o qual tornou-se um dos mais novos problemas sociais da sociedade atualmente.

Destaca-se que para embasamento da presente pesquisa, foi utilizado o método de abordagem dedutivo, o qual parte de princípios considerados verdadeiros e indiscutíveis para chegar a conclusões de maneira puramente formal. Quanto ao método de procedimento, foi utilizado o método monográfico e quanto a técnica de pesquisa, buscou-se respaldo na pesquisa bibliográfica de fontes secundárias, artigos, revistas jurídicas, livros, códigos pertinentes ao assunto tratado.

2 DO DIREITO DO CONSUMIDOR

2.1 CONCEITO DE CONSUMIDOR

Preliminarmente, insta destacar que a defesa do consumidor encontra respaldo no art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal de 1988, que estabelece “a defesa do consumidor como direito fundamental”, bem como no art. 170, inciso V do mesmo

dispositivo legal e no art. 48 da ADCT (BRASIL, 1988). Dessa forma, temos que o Código de Defesa do Consumidor é uma norma principiológica que fixa os preceitos fundamentais das relações de consumo e é uma norma de interesse social que tem como objetivo a tutela dos consumidores.

Desse modo, em 11 de setembro de 1990 houve a promulgação da Lei n. 8.078, intitulada como Código de Defesa do Consumidor, conhecido pelas iniciais CDC, sendo tal instituto legal reconhecido como lei principiológica, ou seja, é prevalente sobre todas as demais normas especiais anteriores que com ela colidirem. Assim dispõe Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2018, p. 112):

[...] Com efeito, o que a lei consumerista faz é tornar explícitos, para as relações de consumo, os comandos constitucionais. Dentre estes destacam-se os Princípios Fundamentais da República, que norteiam todo o regime constitucional e os direitos e garantias fundamentais.

Nesse contexto, para que haja uma relação de consumo, precisam estar presentes três elementos: o elemento subjetivo que são os sujeitos da relação de consumo, ou seja, um consumidor e um fornecedor; elemento objetivo que engloba fornecimento de produto ou serviço e o elemento finalístico que refere-se a finalidade para qual o consumidor está adquirindo o produto ou contratando um serviço (TARTUCE; NEVES, 2018, p. 62-87).

Em virtude destas considerações, é imperioso dizer que o conceito de consumidor está disposto no art. 2º da Lei, que assim dispõe “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Rizzatto Nunes (2019, p.170), pondera acerca do assunto:

[...] Consumidor é a pessoa física, a pessoa natural e também a pessoa jurídica. Quanto a esta última, como a norma não faz distinção, trata-se de toda e qualquer pessoa jurídica, quer seja uma microempresa, quer seja uma multinacional, pessoa jurídica civil ou comercial, associação, fundação etc. A lei emprega o verbo ‘adquirir’, que tem de ser interpretado em seu sentido mais lato, de obter, seja a título oneroso ou gratuito. Porém, como se percebe, não se trata apenas de adquirir, mas também de utilizar o produto ou o serviço, ainda quando quem o utiliza não o tenha adquirido. Isto é, a norma define como consumidor tanto quem efetivamente adquire (obtem) o produto ou o serviço como aquele que, não o tendo adquirido, utiliza ou o consome. Assim, por exemplo, se uma pessoa compra cerveja para oferecer aos amigos numa festa, todos aqueles que a tomarem serão considerados consumidores.

Evidencia então, que a conceituação do consumidor baseou-se no caráter econômico, ou seja, o consumidor precisa adquirir um determinado produto ou serviço, visto que vivemos em uma sociedade de consumismo exacerbado e, dessa forma, o consumidor torna-se impossibilitado de negociar com os fornecedores e tende a aceitar o que lhe é apresentado. Neste sentido, o consumidor tem sua condição de vulnerabilidade evidenciada e conseqüentemente, justificada a proteção que o Código de Defesa do Consumidor lhe confere (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 5).

Diante disso, a doutrina traz à baila duas teorias acerca do conceito de consumidor e sua aplicabilidade acerca do termo “destinatário final”, uma delas é denominada finalista, considerada mais restritiva e a outra maximalista, considerada mais ampla, sendo que recentemente surgiu uma terceira teoria denominada finalismo aprofundado, a qual coloca-se em posição intermediária entre as duas citadas anteriormente (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 6).

A teoria finalista é considerada mais restritiva e é conhecida também como teoria subjetiva, pois ela limita a conceituação do termo consumidor, tanto a pessoa física ou a jurídica, conferindo à eles maior proteção, para os que defendem esta teoria, o destinatário final é aquele que retira o produto do mercado para a finalidade de consumo pessoal ou de sua família, sem qualquer interesse profissional, trata-se assim, de uma conceituação fática e econômica (ALMEIDA, 2020, p. 78).

A teoria maximalista é considerada mais ampla, haja vista que ela amplia a noção de consumidor, de modo que permita a aplicação do termo destinatário final de forma meramente fática, ou seja, é quem contrata um serviço ou retira um produto do mercado e o consome, não importando se a pessoa, seja ela física ou jurídica, tenha ou não lucro quando adquire o produto ou serviço (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 6).

Almeida (2020) destaca que esta teoria apenas exige que o produto seja retirado do mercado de consumo para que seja reconhecida a existência de um consumidor, sendo que desta forma, inclui tanto a pessoa física como a pessoa jurídica ou profissional como consumidora, ampliando assim o conceito.

Já a teoria do finalismo aprofundado, que é a posição do Supremo Tribunal de Justiça (STJ), faz com que a ideia de hipossuficiência e vulnerabilidade seja acrescentada ao termo destinatário final. Portanto, o que define esta teoria, é a

presunção de que a vulnerabilidade está presente nas relações de consumo, e assim, faz com que esta relação fique desequilibrada (THEODORO JÚNIOR, 2017, p.10).

Nessa perspectiva, conclui-se que consumidor é toda pessoa que retira o produto do mercado ou contrata o fornecimento de um serviço, para consumo pessoal e não visando fins lucrativos com essas aquisições. Ainda, tem-se que o consumidor deve ter proteção especial, haja vista que o CDC é uma norma principiológica que assegura os direitos constitucionais e, dessa forma, deve ter sua vulnerabilidade e hipossuficiência reconhecida perante o fornecedor, nas relações de consumo.

2.2 PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR: VULNERABILIDADE COMO PRINCÍPIO FUNDAMENTAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O direito do consumidor trata-se de uma área que visa proteger os direitos de todos os consumidores diante das relações de consumo frente ao fornecedor. Dessa forma, o CDC reconhece a vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor, o que justifica a proteção especial dada à eles, tal afirmação encontra-se baseada no principal princípio que rege a lei consumerista. Entretanto, essas duas características não se confundem.

Ressalta-se que muitos utilizam a vulnerabilidade e hipossuficiência como sinônimos, o que não é correto. A vulnerabilidade está ligada ao direito material e sua presunção é absoluta, é o princípio essencial da lei consumerista, pois demonstra que o consumidor é a parte mais fraca da relação de consumo, esta vulnerabilidade está prevista no art. 4º, inciso I da Lei n. 8.078/1990 (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 10).

Gilmar Mendes (2015, p.321-322), leciona que a vulnerabilidade traz a proteção do mais fraco, vejamos:

[...] vulnerabilidade é uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção. A vulnerabilidade do consumidor é sobretudo informacional e pode ser classificada como vulnerabilidade técnica, jurídica, fática. Esta vulnerabilidade é presumida se a pessoa física é destinatária final de produtos e serviços (art. 4º, I), consumidor final imediato, leigo e não profissional.

Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves (2018) lecionam sobre o assunto e assevera que o conceito de vulnerabilidade difere-se do de hipossuficiência, haja vista que assegura que todo consumidor deve sempre ser considerado vulnerável perante o fornecedor de produtos e serviços. Dessa forma, frisa-se que tal instituto visa a garantia dos benefícios previstos no Código de Defesa do Consumidor, pressupondo a fragilidade absoluta do consumidor e buscando pela igualdade nas relações de consumo.

Já a hipossuficiência, prevista no art. 6º, inciso VIII do mesmo código (BRASIL, 1990), verifica-se no momento processual, ou seja, quando o consumidor não tem condições de provar, utilizando-se dos seus próprios meios, as alegações feitas por ele, havendo assim, a aplicação da inversão do ônus da prova, tal modalidade deve ser feito sob a luz da situação socioeconômica do consumidor e é chamada de hipossuficiência técnica. Assim, todo consumidor é considerado vulnerável, porém nem todo consumidor é hipossuficiente e, conseqüentemente, não pode ser analisado de maneira restritiva ou literal.

Nesse sentido, os autores Flávio Tartuce e Daniel Amorim Assumpção Neves dispõem (2018, p. 28):

[...] Ao contrário do que ocorre com a vulnerabilidade, a hipossuficiência é um conceito fático e não jurídico, fundado em uma disparidade ou discrepância notada no caso concreto. Assim sendo, todo consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente. Logicamente, o significado de hipossuficiência não pode, de maneira alguma, ser analisado de maneira restrita, dentro apenas de um conceito de discrepância econômica, financeira ou política. [...] Desse modo, o conceito de hipossuficiência vai além do sentido literal das expressões pobre ou sem recursos, aplicáveis nos casos de concessão dos benefícios da justiça gratuita, no campo processual. O conceito de hipossuficiência consumerista é mais amplo, devendo ser apreciado pelo aplicador do direito caso a caso, no sentido de reconhecer a disparidade técnica ou informacional, diante de uma situação de desconhecimento, conforme reconhece a melhor doutrina e jurisprudência.

Ademais, destaca-se que existe consumidores considerados hipervulneráveis, ou seja, são pessoas que possuem uma vulnerabilidade agravada por uma condição particular que esteja enfrentando, dentre elas pode ser o grau de instrução, alguma deficiência, a idade, condições que dificultem a possibilidade de compreensão o que conseqüentemente, faz com que, a obrigação dos fornecedores para com os

consumidores de agir com boa-fé e prestar informações claras, aumente significativamente.

Diante disso, tem-se que os idosos são pessoas hipervulneráveis, pois já possuem idade avançada e em muitos casos, possuem baixo grau de instrução, tais características fazem com que sofram grandes abusos dos fornecedores de produtos e serviços, o que por conseguinte, acaba os levando ao superendividamento.

3 DO ESTATUTO DO IDOSO

3.1 CONCEITO DE IDOSO

Evidencia que apesar da Constituição Federal tratar de diversos direitos e deveres, ela é omissa no que tange ao estabelecer um conceito para o termo idoso. Em 1994, houve a promulgação da Lei n. 8.842/94 a qual tratava da Política Nacional do Idoso e, segundo o texto deste dispositivo legal, idoso seria apenas a pessoa maior de sessenta anos de idade, deixando assim, uma lacuna no conceito.

Somente em 2003 foi promulgada a Lei n. 10.741, intitulada Estatuto do Idoso, onde restou apresentado o conceito de idoso. De acordo com seu art.1º: “É instituído o Estatuto do Idoso, destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos” (BRASIL,2003).

Sabe-se que envelhecer é um processo natural da vida. A definição do entendimento acerca do termo idoso é diversa doutrinariamente, isso ocorre principalmente pelas diferentes condições sociais e biológicas que cada sociedade vive, assim, cada um envelhece de forma particular. Nesse sentido, Marcia Garcia (2015, p. 32) afirma:

[...] O envelhecimento deveria ter sido considerado pelo legislador como um processo tipicamente individual, existencial e subjetivo, afinal cada existência humana é única, cada ser humano envelhece de maneira particular. Haveria necessidade de levar em consideração que cada indivíduo tem um tempo próprio para se sentir velho. Não há velhice, e sim velhices. Portanto, para desenvolver um conceito preciso seria necessário considerar inúmeros fatores, uma vez que a velhice é um fenômeno complexo. A condição econômica dessas pessoas, seu grau de instrução, qual o tipo de alimento ingerido por elas e como são suas relações familiares, entre outros fatores.

Além disso, o legislador conceituou o termo idoso apenas com base na idade cronológica, restando assim insuficiente o conceito, pois com a existência da pessoa idosa, há um grupo de pessoas com necessidades específicas e que necessitam de proteção dirigida diretamente à elas em razão das limitações que possuem. Segundo disposto por Gilmar Ferreira Mendes (2017, p. 25):

[...] A questão é definir quando a pessoa começa a sofrer dessas limitações, de maneira a exigir do Estado e da sociedade uma atenção especial. O fato é que as balizas objetivas construídas a partir da idade cronológica se revelam deveras insuficientes para que se tenha a precisão necessária, já que condicionantes vinculadas ao estilo de vida, às regiões, à cultura, podem determinar momentos distintos do ingresso da pessoa nessa atmosfera de degradação da capacidade, com distintos impactos na idade biológica e psicológica.

A vista do até aqui exposto, consigna expressamente o quão importante é não ater-se somente ao conceito cronológico criado pelo legislador, mas sim levar em consideração toda a história de vida da pessoa, suas limitações, problemas de saúde, sua condição econômica, entre outras.

Dessa forma, muitas vezes, uma pessoa com pouca idade tem mais limitações que uma pessoa com idade avançada e as políticas públicas devem também ser adequadas para elas, não somente respeitar a idade cronológica, mas visar o bem estar, a saúde e a segurança de todas as pessoas que possuam algum tipo de limitação que as deixem mais vulneráveis e suscetíveis de má-fé.

3.2 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR IDOSO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Os idosos são pessoas vulneráveis e demandam maior proteção do Estado. A partir da análise deste núcleo de pensamento, constata-se que o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto do Idoso, são diplomas legais que atribuem à este grupo de pessoas proteção especial, principalmente nas relações de consumo.

Primeiramente, destaca-se que com a promulgação da Política Nacional de Proteção ao Idoso em 1994, através da Lei n. 8.842, veio a necessidade de assegurar e garantir os direitos sociais dos idosos, nessa conjuntura, o art. 3º da Lei 8.842/94 leciona:

A política nacional do idoso reger-se-á pelos seguintes princípios:
I - a família, a sociedade e o estado têm o dever de assegurar ao idoso todos os direitos da cidadania, garantindo sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade, bem-estar e o direito à vida;
II - o processo de envelhecimento diz respeito à sociedade em geral,
III - devendo ser objeto de conhecimento e informação para todos;
III -o idoso não deve sofrer discriminação de qualquer natureza;
IV - o idoso deve ser o principal agente e o destinatário das transformações a serem efetivadas através desta política; nas diferenças econômicas, sociais, regionais e, particularmente, as contradições entre o meio rural e o urbano do Brasil deverão ser observadas pelos poderes públicos e pela sociedade em geral, na aplicação desta lei.

Nesse cenário, o art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, ao tratar sobre a Política Nacional das Relações de Consumo, aborda implicitamente, o princípio da dignidade da pessoa humana, tal artigo traz à baila os princípios norteadores do Direito do Consumidor, dentre eles a inversão do ônus da prova (hipossuficiência); da vulnerabilidade; da boa-fé do fornecedor; da correta divulgação dos produtos e serviços; proteção contratual e cláusulas abusivas, dentre outros. Tais princípios tem o objetivo de harmonizar e equilibrar as relações de consumo, principalmente no que tange aos idosos (BRASIL, 1990).

Já o Estatuto do idoso (Lei n. 10.741/03), prevê em seu art. 2º: “O idoso tem direito à educação, cultura, esporte, lazer, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua peculiar condição de idade”. Nota-se que tais direitos são direitos fundamentais dirigidos para todas as pessoas da sociedade, porém, o Estatuto os repetiu justamente para reforçá-los, devido a proteção especial que as pessoas idosas necessitam. Convém destacar que o art. 10, parágrafo 3º do dispositivo legal, leciona que (BRASIL, 2003):

[...] Art. 10. É obrigação do Estado e da sociedade, assegurar à pessoa idosa a liberdade, o respeito e a dignidade, como pessoa humana e sujeito de direitos civis, políticos, individuais e sociais, garantidos na Constituição e nas leis.

[...]

§ 3º É dever de todos zelar pela dignidade do idoso, colocando-o a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor.

Desse modo, observa-se que incumbe a todas as pessoas terem zelo pela proteção do idoso, principalmente no que concerne ao tratamento desumano, violento e constrangedor. Ainda, o art. 42 do CDC estabelece exatamente o disposto no artigo

anteriormente citado: “Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça” (BRASIL, 1990).

Tendo em vista os aspectos observados, o consumidor idoso encontra respaldo de dupla proteção, garantida tanto pelo Código de Defesa do Consumidor, quanto pelo Estatuto do Idoso, além daquelas previstas na Constituição Federal. Ressalta que os dispositivos legais que visam a proteção do consumidor, tem como principal objetivo assegurar a aplicabilidade do princípio da boa-fé dos fornecedores, bem como o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor idoso, haja vista que que o mesmo já é naturalmente vulnerável.

4 O FENÔMENO DO SUPERENDIVIDAMENTO

4.1 CONCEITO DE SUPERENDIVIDAMENTO

O superendividamento pode ocorrer por diversos fatores, dentre eles está o consumo desenfreado e a má-fé dos fornecedores de produtos ou serviços. Este fenômeno, nada mais é do que uma forma de endividamento agravado devido a insuficiência de recursos financeiros da pessoa endividada para o adimplemento das dívidas contraídas. Assim, pode-se citar três principais características do superendividamento quais sejam: ser pessoa física; utilizar a boa-fé; impossibilidade de adimplemento.

Para Claudia Lima Marques, Clarissa Costa Lima e Káren Bertoncello (2010, p. 21), o superendividamento pode ser conceituado como:

[...] a impossibilidade global do devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio.

Isto posto, é possível vislumbrar o superendividamento como sendo um endividamento agravado, onde o consumidor, que age de boa-fé, por ter excesso de dívidas contraídas, não consegue adimpli-las com os rendimentos recebidos. Nesse sentido, destaca-se que existem duas modalidades de superendividamento, quais

sejam, o superendividamento ativo e o superendividamento passivo (MARQUES; LIMA; BERTONCELLO, 2010, p. 64-65):

São também admitidos os consumidores identificados como superendividado ativo inconsciente e o superendividado passivo, sendo excluído apenas o superendividado ativo consciente. A doutrina conceitua o superendividado ativo consciente como sendo o indivíduo que agiu com a intenção deliberada de não pagar, tencionando fraudar credores (é o consumidor de má-fé); o superendividado ativo inconsciente, como o devedor que agiu impulsivamente ou que deixou de formular o cálculo correto no momento em que contraíra as dívidas, também identificado como um devedor imprevidente e sem malícia; e, por fim, o superendividado passivo, indivíduo que por motivos exteriores e imprevistos sofreu uma redução brutal dos recursos devido a âleas da vida, a exemplo do desemprego, do divórcio, do acometimento de doenças, vistos como acidentes da vida.

Assim, pode-se reconhecer que o superendividamento ativo é ocasionado por um ato realizado por parte do próprio consumidor, já o superendividamento passivo é causado por circunstâncias alheias à vontade do consumidor, como por exemplo, o desemprego ou uma doença. Ademais, este fenômeno tem recebido atenção em diversos países, inclusive na Europa, como bem destaca Humberto Theodoro Júnior (2017, p. 29):

A preocupação com o superendividamento do consumidor não é apenas brasileira. O Parlamento Europeu, por exemplo, editou a Diretiva 2014/17/EU, relativa a contratos de crédito aos consumidores para imóveis de habitação, demonstrando, claramente, sua preocupação com a vulnerabilidade do consumidor e o seu superendividamento, ao determinar que, 'antes da celebração do contrato de crédito, o mutuante proceda a uma rigorosa avaliação da solvabilidade do consumidor' (art. 18º, 1).

Dessa forma, observa-se que o propósito deste trabalho é de grande relevância, visto que o legislador brasileiro não apresentou tamanha preocupação com tema, apesar de ser objeto de grande debate doutrinariamente, pois este fenômeno é o novo problema social enfrentado por muitos consumidores.

Ainda, como se verá à frente, é possível perceber que o superendividamento decorre, em muitos casos, devido a grande obscuridade nos contratos de consumo, pois grande parte dos fornecedores não cumprem o disposto no art. 4º, inciso IV do CDC, o qual prevê os princípios da informação clara sobre os produtos ou serviços oferecidos, ainda destaca-se também como causa, a grande abusividade nas

cláusulas contratuais, segundo o disposto no art. 51, inciso IV do CDC (BRASIL, 2003).

4.2 A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR IDOSO E O SUPERENDIVIDAMENTO

Atualmente, a preocupação com os cidadãos idosos torna-se cada vez mais perceptível, haja vista que esta parte da população encontra-se em constante crescimento. Corroborando com esta afirmação, a pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2018), onde refere-se que em 2042, a população brasileira será de 232 (duzentos e trinta e dois) milhões de habitantes, sendo 57 (cinquenta e sete) milhões de idosos (24,5%); e em 2060 o país terá 1 em cada 4 brasileiros com mais de 65 (sessenta e cinco) anos, o que demonstra que a proteção jurisdicional para esta parte da população seja maior. Nesse contexto, Luiz Fernando Afonso (2013, p.225) pondera:

O envelhecimento da população nos fez constatar a existência de um novo público consumidor: o consumidor idoso. Economicamente ativo e com mais qualidade de vida, o idoso se tornou um novo público consumidor que aos poucos vem sendo descoberto pelos fornecedores de produtos e serviços. Alguns produtos, no entanto, já são objeto de publicidades dirigidas a esse novo público, como os medicamentos, os planos de saúde, os alimentos funcionais e os empréstimos consignados. Ocorre que aquela vulnerabilidade que caracteriza o consumidor na relação de consumo ganha força no trato dos consumidores idosos. Isso porque, como dissemos, os idosos enfrentam as dificuldades decorrentes do natural processo de envelhecimento. Essas dificuldades, reveladas pelas perdas físicas e psíquicas, tornam o consumidor idoso extremamente fragilizado, hipervulnerável, o que lhe impõe um tratamento especial, especialmente quando as práticas comerciais acontecem em um ambiente pós-moderno, produtor de riscos incalculáveis e imprevisíveis.

Nesse sentido, pode-se notar que o idoso possui características físicas e psicológicas diminuídas, ou seja, como bem destacou o autor suso citado. A pessoa idosa não mais possui a saúde de um adolescente ou adulto saudável, e em muitos casos, precisa de ajuda até mesmo para se locomover, se alimentar, ir ao banco, possui dificuldades de comunicação, entre outras.

Dentre todas essas e outras limitações tornam a pessoa idosa frágil e vulnerável e é essa vulnerabilidade que faz com que necessite de tratamento

igualitário, especialmente no que tange a área jurídica, assim, há a imposição do reconhecimento da hipervulnerabilidade do consumidor idoso. Karla Cristine Nascimento Pinto (2017, p.31) discorre sobre o assunto:

O Código de Defesa do Consumidor conjuntamente com o Estatuto do Idoso verificaram a necessidade de reconhecer o idoso consumidor como a parte mais fraca da relação de consumo, devendo ser aplicadas as normas que regem essa relação e faz-se necessário a verificação dessa vulnerabilidade, buscando subsídios no Estatuto do Idoso a fim de que seja alcançada a realização final de justiça. O consumidor, em especial o idoso, é naturalmente vulnerável, pois está diariamente sofrendo influências externas pelos fornecedores em relação àqueles. Há diferentes tipos de consumidores nas relações de consumo, sendo assim, há diversos graus de vulnerabilidade a serem aplicadas conforme a igualdade jurídico-formal, na intenção de proteger de forma eficiente esses consumidores.

Dessa forma, é possível verificar que o consumidor idoso é vulnerável por natureza e que tal vulnerabilidade torna-se agravada devido às suas limitações que os efeitos da idade trazem, assim, a hipervulnerabilidade passa a ser presumida o que conseqüentemente prejudica o idoso nas atividades tanto corriqueiras, quanto as de trato civil, como por exemplo, a celebração de um contrato e, diante disso, os fornecedores aproveitam tais limitações para seduzir o consumidor idoso, e por conseqüência, acaba os levando a contratarem créditos, empréstimos sem saberem realmente o que estão contratando ou adquirindo.

Diante deste fato, cabe destacar que a hipervulnerabilidade está prevista implicitamente no art. 39, inciso IV do CDC, que dispõe que é vedado aos fornecedores “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” (BRASIL, 1990), ou seja, os fornecedores afrontam o disposto no dispositivo legal para terem uma margem lucrativa alta, diante da laicidade de tais consumidores.

Nesta conjuntura, o autor a Gilmar Mendes (2017, p. 319) conceitua o fenômeno do superendividamento através da visão da hipervulnerabilidade do consumidor idoso:

[...] superendividamento na terceira idade como um verdadeiro ‘drama social da velhice’ no Brasil. Efetivamente, o que se observa, por vezes, é um abuso na concessão de crédito, seja na forma irresponsável de angariar e conceder crédito para idosos (em especial os analfabetos, analfabetos funcionais,

surdos, pobres e com reduzida educação financeira), seja nas práticas do crédito consignado, deixando de preservar o mínimo existencial dos idosos.

Como colocado pelo autor, o superendividamento dos consumidores idosos ocorre por diversas formas, dentre elas, podemos citar as principais, com ênfase na abusividade de concessão desenfreada de crédito através dos empréstimos consignados, ausência de informações claras nas contratações. Na próxima seção serão abordadas tais formas do superendividamento e como vão contra ao disposto no Código de Defesa do Consumidor e no Estatuto do Idoso.

5 CAUSAS DO SUPERENDIVIDAMENTO

Diante dos argumentos supra apresentados, é possível verificar que a hipervulnerabilidade está relacionada com questões específicas do superendividamento, porém cabe destacar que estas causas são diversas, tornando o rol exemplificativo e não taxativo. O objetivo deste trabalho é abordar algumas das principais causas deste fenômeno, ciente da existência de outros fatores que podem influenciar o superendividamento.

Diante disso, o consumidor pode se tornar superendividado em virtude da facilitação de crédito, bem como com a ausência de informações claras e adequadas sobre produtos ou serviços fornecidos e, ainda, por propagandas enganosas e abusivas, as quais induzem o consumidor a contratar o empréstimo pessoal, o mais comum entre os consumidores idosos é o empréstimo consignado. Nesse contexto, abordaremos a primeira delas, a concessão de crédito para os consumidores idosos, Roberto Siquinel (2018, p. 30) assevera:

O estímulo à obtenção de crédito fácil e à aquisição de bens e produtos a que o consumidor é submetido a todo instante, por meio da propaganda, é uma das causas do superendividamento no Brasil. Isso porque, a facilidade com que se obtém crédito proporciona ao consumidor a sensação de que seu patrimônio aumenta da noite para o dia, sem este se dar conta de que criou um passivo que precisará ser honrado em alguns meses. A ausência de planejamento financeiro no momento da obtenção do crédito, acrescida das informações insuficientes e inadequadas que lhe são prestadas pelo fornecedor, impede que o consumidor tenha plena consciência de seu ato.

Sabe-se que a população está em gradativo processo de envelhecimento cada ano que passa e os fornecedores têm consciência deste fato, assim investem constantemente em produtos e propagandas persuasivas e exageradas, direcionadas para as pessoas idosas, haja vista que tornam-se os novos consumidores, e como já foi destacado, são frágeis e mais suscetíveis a abusividade dos fornecedores.

A concessão de crédito para esse grupo da sociedade torna-se a principal causa de superendividamento destes, visto que os empréstimos consignados, o qual é mensalmente descontado do valor que recebem, pode ser contratado por diversas vezes, mesmo possuindo o limite de que não possa comprometer mais que 30%(trinta por cento) da renda auferida.

Diante de tal alegação, o valor que o idoso recebe após todos os descontos dos empréstimos realizados, torna-se ínfimo e impossível de adimplir todas as suas contas, sejam elas básicas, como luz e água, aluguel ou para despesas com medicamentos e compra de mantimentos, sendo que em muitas vezes, o valor não é o suficiente para sobreviver o mês inteiro e esta situação, conseqüentemente, fere o preceito fundamental da dignidade humana, previsto no art. 1º, inciso III da Constituição Federal e a preservação do mínimo existencial vinculado aos direitos sociais elencados no art. 6º também da Constituição (BRASIL, 1988).

Nessa situação, a hipervulnerabilidade do idoso é extremamente agravada, pois além de não auferir renda adequada, possui dívidas que não consegue adimplir, seja por vontade própria ou por consequência alheia à sua vontade. Roberto Siquinel (2018, p.31), ainda dispõe que o que leva os consumidores idosos ao superendividamento pela contratação do empréstimo consignado é a ausência de planejamento financeiro do idoso, o qual contrata o crédito sem analisar danos futuros, bem como, as informações insuficientes e inadequadas que lhe são prestadas. No mesmo sentido, sobre a hipervulnerabilidade, Caroline Aparecida Mendes (2018, p.31) pondera:

Percebe-se, assim, que o déficit de educação financeira também é o grande vilão do superendividamento, o que torna os consumidores mais vulneráveis no momento de ponderação do impacto da dívida adquirida em seu orçamento familiar. Ademais, os contratos eletrônicos que são celebrados pela internet, também colocam os consumidores em posição de vulnerabilidade ao adquirem crédito online, assim, a facilidade de contratação deste, omite as conseqüências em longo prazo que o consumidor poderia experimentar

Dessa forma, em razão da concessão de crédito, temos outra modalidade de superendividamento, a falta de informações suficientes e adequadas por parte dos fornecedores, tais institutos são princípios elencados no art. 6º, inciso III e art. 31 da Lei n. 8.078 e são impostos aos fornecedores na fase de oferta, ou seja, na apresentação e na publicidade e essa informação obrigatória vai integrar o contrato (NUNES, 2017, p.687).

Destaca-se que tal consequência abrange a vulnerabilidade e a laicidade jurídica e científica do consumidor, dos termos técnicos próprios de um acordo ou de um contato, ou seja, há a ausência de compreensão frente à contratação do serviço, assim, o idoso não compreendendo adequadamente o que está contratando, acaba sendo enganado pelo fornecedor. Larissa dos Santos Zamboni (2018, p. 15), fundamenta:

Ocorre que a realidade que se vivencia especialmente na última década, de aumento de concessão de crédito de maneira geral, mas com ênfase aos idosos, devido a maior garantia de pagamento em função do chamado 'empréstimo consignado', agravou-se esse estado de vulnerabilidade. Percebe-se que os fornecedores de produtos e serviços aproveitam-se da situação de determinados consumidores para obterem vantagens, por meio de oferta de produtos e serviços com formas de pagamento aparentemente mais fáceis, mas que, na realidade, embutem uma série de encargos abusivos.

Nessa conjuntura, observa-se que os fornecedores aproveitam a fragilidade das pessoas idosas para aumentar sua margem lucrativa, através de contratos com encargos abusivos, dentre os quais não foram informados ao consumidor na hora da contratação, em vista disto, a conduta do fornecedor de ofertar de forma desenfreada crédito a estes consumidores hipervulneráveis, sem verificar se possuem recursos para adimplir todas as suas dívidas sem comprometer seu orçamento familiar, acaba colidindo diretamente com as normas dispostas no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), mais precisamente o disposto no art. 52, que traz o dever do fornecedor de informar previamente e com clareza o número de prestações, qual a taxa de juro; bem como o art. 39 que veda as práticas abusivas.

Eventualmente, tal prática dos fornecedores, é um dos fatores que leva à situação do superendividamento, haja vista que em todo tipo de contratação as informações claras e adequadas são fundamentais, principalmente quando trata-se dos consumidores idosos, pois sem isso, o consumidor não consegue discernir

corretamente sobre o que está contratando e chega ao ponto de que não consegue mais cumprir as obrigações do contrato, gerando o acúmulo das dívidas (MELO, 2015, p. 67).

Diante do exposto, constata-se que a concessão de crédito, através do crédito consignado oportuniza as pessoas de baixa renda a completarem suas rendas quando necessário, porém, o grande problema é a concessão de crédito desenfreada por parte dos fornecedores, apenas para alcançarem grande margem lucrativa, leva dos consumidores hipervulneráveis, os idosos, ao advento do superendividamento, comprometendo sua pequena renda auferida e ainda, ferindo o princípio da dignidade da pessoa humana e sua subsistência.

6 NECESSIDADE DO ENFRENTAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

Conforme visto no decorrer deste trabalho, os consumidores idosos, considerados hipervulneráveis devido às suas limitações, diariamente são alvos da abusividade dos fornecedores de produtos ou serviços, principalmente no que tange à concessão de crédito através do empréstimo consignado e a ausência de informações quando a contratação, fazendo com que tenham vários descontos em sua pequena renda auferida, facilitando assim o superendividamento e afetando sua dignidade e o princípio da preservação do mínimo existencial.

Desse modo, faz-se necessário analisar quais as possíveis formas de seu enfrentamento e como o Estado, garantidor dos direitos tem se posicionado em relação à este novo problema social, à vista disso, temos como possibilidade de enfrentamento o Projeto de Lei 3315/2015, ainda em tramitação e a educação financeira dos consumidores.

Neste contexto, salienta-se que no Brasil, desde o ano de 2012 está em tramitação no Congresso Nacional o Projeto de Lei da Câmara dos Deputados nº 3515/2015, originalmente Projeto de Lei do Senado de nº 283/2012, que pretende aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento, ainda não houve sua aprovação.

Porém, podemos citar, dentre as alterações previstas no projeto de lei, as feitas no Código de Defesa do Consumidor, mais precisamente no capítulo III, que trata dos direitos básicos do consumidor, uma vez que serão acrescentados os incisos XI e XII,

os quais passarão a garantir, respectivamente, a concessão do crédito de forma responsável o tratamento do superendividamento e a preservação do mínimo existencial. Cabe destacar que, embora este projeto traga diversas alterações, uma em especial chama a atenção, que é a inserção do art. 54-A, que ainda em um aspecto geral, trata especificamente sobre o superendividamento, no que tange a sua prevenção e tratamento, vejamos:

Art. 54-A. Este Capítulo tem a finalidade de prevenir o superendividamento da pessoa natural e de dispor sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor.

§ 1º 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.

§ 2º As dívidas de que trata o § 1º englobam quaisquer compromissos financeiros assumidos, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada (BRASIL, 2015).

Destaca-se que a aprovação do projeto de lei supramencionado seria um grande avanço tanto jurisdicional quanto uma garantia fundamental, visto que com sua implementação poderá solucionar e prevenir o problema do superendividamento, o qual já foi reconhecido mundialmente como o novo problema social enfrentado por muitos consumidores, principalmente, pelos idosos.

Ademais, outro fator importante para o enfrentamento deste fenômeno fundamenta-se no art. 4º, inciso IV do CDC (BRASIL, 1990), o qual pode auxiliar através da educação e da informação aos consumidores sobre consumo consciente, bem como sobre os seus direitos, visto que quando o consumidor tem conhecimento claro e correto sobre os seus direitos, ele instintivamente irá exigir que sejam cumpridos pelo fornecedor, tal fundamento também é mencionado no art. 54-A do Projeto de Lei nº 3314/2015.

Corroborando com o acima aludido, o posicionamento de Cláudia Lima Marques, Clarissa Costa Lima e Káren Bertoncello (2010, p. 29), que destacam que para a prevenção eficaz do superendividamento, o crédito só pode ser fornecido a partir de uma reflexão, ou seja, o consumidor deve possuir a informação, o esclarecimento, ter a educação necessária para refletir sobre aquela contratação, especialmente suas consequências e suas obrigações.

Essa educação seria o que hoje é conhecido como empoderamento do consumidor, especialmente o financeiro, o qual é essencial para que os consumidores tomem decisões corretas e conscientes, sempre tendo em vista sua condição econômica, pois a educação e avaliação financeira traz a possibilidade do consumidor de avaliar quais são os riscos que a contratação de um empréstimo consignado pode trazer à sua renda familiar, tal hipótese certamente minimizaria os efeitos de um possível superendividamento (MELO, 2015, p.81).

Destaca-se ainda que tal medida pode ser tomada através de campanhas de conscientização, palestras, divulgação dos efeitos deste fenômeno, que venham a auxiliar o consumidor no conhecimento dos seus direitos e deveres e, dessa forma, possam exigir o cumprimento destes nas relações de consumo e possa adquirir ou contratar produtos ou serviços da maneira mais consciente possível, mesmo possuindo limitações.

Em virtude dos aspectos mencionados, resta evidente que a aprovação do projeto de lei ainda em tramitação no Congresso Nacional, será um dos meios mais eficazes contra o superendividamento, pois trará maior proteção aos consumidores hipervulneráveis, bem como, a educação dos consumidores, especialmente ao que tange aos idosos, é o meio mais eficaz a ser utilizado para a prevenção até a implementação de uma lei específica sobre o tema.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todos os aspectos abordados no presente trabalho, buscou-se apresentar os principais pontos do Direito do Consumidor e do Estatuto do Idoso, com ênfase na análise do novo fenômeno social que vem afetando grande parte da população, principalmente os idosos, o superendividamento. Esta análise foi realizada através da hipervulnerabilidade das pessoas idosas, ou seja, a hipervulnerabilidade nada mais é do que a vulnerabilidade prevista no art. 4º, inciso IV do Código de Defesa do Consumidor agravada, a qual ocorre principalmente por algum tipo de limitação como por exemplo, a idade avançada e o baixo grau de instrução.

Na primeira seção, buscou-se demonstrar os principais conceitos das duas figuras mais relevantes para a abordagem desta temática, quais sejam o consumidor e o idoso. Inicialmente, para o consumidor, seu conceito restou demonstrado pelo art.

2º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), que consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire produtos ou serviços como destinatário final para uma necessidade pessoal ou familiar, já o idoso foi conceituado apenas em 2003, com a promulgação do Estatuto do Idoso pela Lei n. 10.741/2003 que disciplina que é considerado pessoa idosa todas aquelas pessoas com idade igual ou acima de 60 (sessenta) anos de idade.

Adiante, restou demonstrado que a vulnerabilidade e a hipossuficiência são institutos que não se confundem, bem como que a vulnerabilidade é o princípio básico de aplicação da lei consumerista, e que todos os consumidores são vulneráveis, mas nem todos são hipossuficientes, neste contexto, buscou-se apontar as formas de proteção do consumidor idoso frente ao fornecedor e percebeu-se que tanto a Lei 8.090/1990 quanto a Lei n. 10.741/2003 reforçaram o disposto na Constituição Federal de 1988 no que tange aos direitos fundamentais de proteção ao consumidor.

Ainda, ressalta que os dispositivos legais que visam a proteção do consumidor, tem como principal objetivo assegurar a aplicabilidade do princípio da boa-fé dos fornecedores, bem como o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor idoso, haja vista que o mesmo já é naturalmente vulnerável.

Por conseguinte, foi trazido à baila alguns conceitos doutrinários do superendividamento, que basicamente referem-se à impossibilidade da pessoa física de adimplir todas suas dívidas contraídas, ainda, houve a menção do superendividamento ativo e passivo, onde aquele seria a ocorrência do endividamento por ato praticado por vontade própria do consumidor e este seria o endividamento ocorrido por ato alheio à sua vontade, como problemas de saúde, por exemplo.

Em seguida, foi realizada a análise do superendividamento através da hipervulnerabilidade do consumidor idoso, nesta seção, restou demonstrado como a vulnerabilidade agravada afeta os consumidores nas relações de consumo, visto que por possuírem algum tipo de limitação, principalmente a idade avançada, são alvos constantes da abusividade dos fornecedores de produtos ou serviços, os quais seduzem o consumidor a contratarem créditos, empréstimos sem saberem realmente o que estão contratando ou adquirindo.

Analizamos também as causas do superendividamento, as quais temos conhecimento de que são diversas, ou seja, não existe um rol taxativo elencando-as, desse modo, foi enfatizado como principais causas, a concessão desenfreada de

crédito, através dos empréstimos consignados e a falta de informação clara e objetiva por parte dos fornecedores.

Nesta conjuntura, foi observado que os fornecedores aproveitam-se e utilizam a publicidade abusiva e enganosa para prevalecer-se diante da hipervulnerabilidade do consumidor e assim, aumentar sua margem lucrativa através da concessão de crédito, na modalidade de crédito consignado, sem a análise adequada da condição socioeconômica do consumidor idoso.

Destaca-se ainda que foi abordado como a falta de clareza ou omissão das informações nas contratações afeta os consumidores idosos, pois em muitos casos o consumidor não sabe realmente o que está contratando e com o passar do tempo, não consegue cumprir com todos os encargos financeiros destas contratações e por consequência, tornam-se superendividados.

Tal consequência agrava a situação econômica do consumidor idoso, que conseqüentemente agrava sua sobrevivência e dessa forma, este fenômeno acaba ferindo o preceito fundamental da dignidade humana, previsto no art. 1º, inciso III da Constituição Federal e a preservação do mínimo existencial vinculado aos direitos sociais elencados no art. 6º também da Constituição (BRASIL, 1988).

Por fim, foram demonstradas algumas das formas de enfrentamento do superendividamento, dentre elas, foi abordado sobre o Projeto de Lei 3315/2015, ainda em tramitação, que tem por objetivo principal trazer maior proteção aos consumidores contra este fenômeno, sendo que de forma geral, o art. 54-A é o mais importante em relação ao tema deste trabalho, tal artigo trata sobre as formas de prevenção e tratamento do superendividamento, ainda, no próprio caput o artigo traz à baila outra forma de prevenção abordada, qual seja a educação dos consumidores.

Foi destacado a importância deste projeto ser aprovado, pois com sua implementação, serão impostas novas medidas aos fornecedores que utilizam-se da má-fé, de forma que evitem o superendividamento. Ademais, enquanto o projeto não é aprovado, temos que a educação e a informação é a melhor forma de minimizar os efeitos do superendividamento, tal fato é medida que se impõem ao Estado, pois é ele o garantidor dos nossos direitos, principalmente no que tange à dignidade da pessoa humana e ao mínimo existencial.

Por conseguinte, frisou-se que o superendividamento é o novo grande problema social da sociedade, reconhecido mundialmente, bem como no que

concerne a educação, poderiam ser tomadas medidas como palestras informativas que destaquem os direitos das pessoas hipervulneráveis, principalmente no que se refere às pessoas idosas, trazendo assim, maior proteção a esta parte da população que encontra-se em constante crescimento, bem como maior amparo à elas, respeitando assim sua hipervulnerabilidade e sua dignidade.

REFERÊNCIAS

AFONSO, Luiz Fernando. **Publicidade abusiva e proteção do consumidor idoso**. São Paulo: Atlas, 2013. [1 recurso online].

ALMEIDA, Fabricio Bolzan de. **Direito do consumidor esquematizado**. 8. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. [1 recurso online].

BOLADE, Geisianne Aparecida. O superendividamento do consumidor como um problema jurídico-social. **ANIMA: Revista Eletrônica do Curso de Direito das Faculdades OPET**. Curitiba, a. 3, n. 8, p. 180-209, jul/dez. 2012. Disponível em: <<http://www.anima-opet.com.br/pdf/anima8/9-O-Superendividamentodo-Consumidor-como-um-Problema-Juridico-Social.pdf>> Acesso em: 21 maio 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 25 fev. 2020.

BRASIL. **Lei n. 8.078, 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, 11 set. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/l8078.htm> Acesso em: 25 fev. 2020.

BRASIL. **Lei n. 8.842, 4 de janeiro de 1994**. Dispõe sobre a política nacional do idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências. Brasília, 4 jan. 1994. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8842.htm>. Acesso em: 20 maio 2020.

BRASIL. **Lei n. 10.741, 01 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Brasília, 1º de outubro de 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2003/l10.741.htm> Acesso em: 25 fev. 2020.

BRASIL, **PL n. 3.515, 04 de novembro de 2015**. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=EAF98FD39CD2D53EB0AAE2CB963CD0DE.proposicoesWebExterno1?codteor=1408277&filena=me=PL+3515/2015>. Acesso em: 07 jun. 2020.

GARCIA, Maria. **Comentários ao Estatuto do Idoso**. São Paulo: Saraiva, 2015. [1 recurso online].

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/21837-projecao-da-populacao-2018-numero-de-habitantes-do-pais-deve-parar-de-crescer-em-2047>>. Acesso em: 09 mar. 2020.

MARQUES, Cláudia Lima, LIMA, Clarissa Costa; BERTONCELLO, Káren (org.). **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, 2010. Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/manual-tratamento-do-super%20endividamento.pdf>> Acesso em: 21 maio 2020

MELO, Louise Gabrielle Esteves Soares de. **O superendividamento do consumidor idoso**: uma análise da hipervulnerabilidade, do direito à informação e do consumo de crédito. 2015. Monografia (Especialização em Direito) – Centro Universitário de Brasília. Brasília, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11617/1/51400044.pdf>>. Acesso em: 07 jun. 2020.

MENDES, Caroline Aparecida. **O superendividamento do consumidor brasileiro relacionado aos contratos bancários**: análise do projeto de lei do senado nº 283/2012. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, MG, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/23525/3/SuperEndividamentoConsumidor.pdf>> Acesso em: 23 maio 2020.

MENDES, Gilmar Ferreira. **Manual dos direitos da pessoa idosa**. São Paulo: Saraiva, 2017. [1 recurso online].

NUNES, Rizzatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. 13. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019, [1 recurso online].

PINTO, Karla Cristine Nascimento. **A vulnerabilidade do idoso nas relações de consumo**: análise do crédito consignado e o superendividamento. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Faculdade de Sabará. Sabará, 2017. Disponível em: <<https://www.faculdadesabara.com.br/media/attachments/monografias/MONOGRAFIA-KARLA-2017-CORRIGIDA-E-COMPLETA.pdf>>. Acesso em: 21 maio 2020.

SIQUINEL, Roberto. **Tratamento jurídico do superendividamento do consumidor brasileiro no resgate da sua cidadania**. 2018. Dissertação (Mestrado em Direito) – Centro Universitário Curitiba. Curitiba, 2018. Disponível em: <<https://www.unicuritiba.edu.br/images/mestrado/dissertacoes/2018/ROBERTO-SIQUINEL.pdf>>. Acesso em: 23 maio 2020.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 7. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2018 [1 recurso online].

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017. [1 recurso online].

ZAMBONI, Larissa dos Santos. **A hipervulnerabilidade do consumidor idoso e o superendividamento**: uma realidade a ser enfrentada. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Santa Rosa, RS, 2018. Disponível em: <<https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/handle/123456789/2/browse?value=Zamboni%2C+Larissa+dos+Santos&type=author>> Acesso em: 23 maio 2020.

Artigo recebido em: 01/09/2020

Artigo aceito em: 22/10/2020

Artigo publicado em: 10/02/2021