

## IDOSO VULNERÁVEL E O RISCO DE ENDIVIDAMENTO

José Julião Junior Leite Santos<sup>1</sup>  
Maria Emilia Camargo<sup>2</sup>

**RESUMO:** O artigo investiga a hipervulnerabilidade do consumidor idoso no Brasil, analisando fatores jurídicos, sociais e econômicos que contribuem para seu endividamento. A pesquisa revela que a população idosa tem crescido significativamente, conforme apontado pelo Censo Demográfico 2022, o que acentua desafios relacionados ao consumo e à proteção financeira desse grupo. Um dos principais resultados do estudo aponta para a abordagem agressiva de instituições financeiras na oferta de crédito consignado, explorando a vulnerabilidade dos idosos e, muitas vezes, levando-os ao superendividamento. O estudo demonstra que a publicidade abusiva e a pressão comercial são fatores determinantes no endividamento da população idosa, que frequentemente contrai empréstimos sem plena consciência dos impactos financeiros a longo prazo. A análise do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto do Idoso reforça a necessidade de regulamentação mais rigorosa para coibir práticas lesivas contra esse público. Por meio de pesquisa bibliográfica e análise documental, o trabalho destaca a importância da hipervulnerabilidade da população idosa e da prevenção ao endividamento excessivo. Além disso, o estudo destaca o papel fundamental da educação financeira como instrumento de prevenção ao endividamento excessivo, enfatizando a urgência de políticas públicas voltadas para a conscientização do consumidor idoso. Como conclusão, o artigo evidencia que o superendividamento não é apenas um problema financeiro, mas também social, afetando diretamente a qualidade de vida e a dignidade dos idosos. Assim, reforça a necessidade de medidas legislativas, educativas e de fiscalização para garantir maior proteção aos consumidores hipervulneráveis, promovendo um mercado de consumo mais equilibrado e justo.

2295

**Palavras-chave:** Hipervulnerabilidade. Crédito consignado. Superendividamento. Educação financeira.

<sup>1</sup>Mestre em Ciências Jurídicas pela Veni Creator Christian University (2024). Especialista em Direito Civil e Processual Civil pelo FEAD - Centro de Gestão Empreendedora - Instituto Elpídio Donizetti (2015). Graduado em Direito pela Faculdade de Ciências Humanas e Exatas do Sertão do São Francisco (2013).

<sup>2</sup> Estágio Senior em Georreferenciamento aplicado ao Fluxo do Conhecimento pelo Instituto Superior Técnico de Lisboa (2014), Pós-Doutorado em Métodos Quantitativos Aplicados à Gestão pela Universidade de Algarve em Faro/Portugal (2005), Pós-Doutorado em Controle Estatístico de Processo pela Universidade Estatal Técnica de Kazan (Rússia) (2000). Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Administração na Universidade de Caxias do Sul (2012-2017). Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção na Universidade de Caxias do Sul (2019-2021). Gestora do Polo de Inovação Tecnológica dos Campos de Cima da Serra (2012-2020). Bolsista de Produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Membro da Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP), do Grupo de Investigação em Competitividade, Inovação e Sustentabilidade (CIS), da Universidade de Aveiro, Portugal, desde 2019. Membro do Conselho Executivo da FATER Academy of India (FAI), desde 2020. Investigadora Spinner Innovation Centre, desde 2021. Professora visitante no Programa de Pós-graduação em Administração UFSM (início 2021). Professora da VENI Creator Christian University. Pesquisadora Destaque da área Ciências Humanas e Sociais, FAPERGS (2020). Temas de pesquisa: Inovação, Gestão do Conhecimento; Séries Temporais; Prospecção Tecnológica, Neurociências Organizacionais.

**ABSTRACT:** The article investigates the hypervulnerability of elderly consumers in Brazil, analyzing legal, social, and economic factors that contribute to their indebtedness. The research reveals that the elderly population has grown significantly, as indicated by the 2022 Demographic Census, which accentuates challenges related to consumption and financial protection of this group. One of the main results of the study points to the aggressive approach of financial institutions in offering payroll loans, exploiting the vulnerability of elderly people and often leading them to over-indebtedness. The study shows that abusive advertising and commercial pressure are determining factors in the indebtedness of the elderly population, who often take out loans without fully knowing the long-term financial impacts. The analysis of the Consumer Defense Code and the Elderly Statute reinforces the need for stricter regulations to curb harmful practices against this group. Through bibliographic research and documentary analysis, the work highlights the importance of the hypervulnerability of the elderly population and the prevention of excessive indebtedness. Furthermore, the study highlights the fundamental role of financial education as a tool for preventing excessive debt, emphasizing the urgency of public policies aimed at raising awareness among elderly consumers. In conclusion, the article shows that over-indebtedness is not only a financial problem, but also a social one, directly affecting the quality of life and dignity of the elderly. Thus, it reinforces the need for legislative, educational and supervisory measures to ensure greater protection for hypervulnerable consumers, promoting a more balanced and fair consumer market.

**Keywords:** Hypervulnerability. Consigned credit. Over-indebtedness. Financial education.

## I. INTRODUÇÃO

O envelhecimento da população brasileira tem se intensificado nas últimas décadas, evidenciado pelo crescimento expressivo da faixa etária acima dos 60 anos, conforme apontado pelo Censo Demográfico 2022. Com essa mudança demográfica, surgem desafios que afetam diretamente a qualidade de vida dos idosos, entre eles a vulnerabilidade econômica e o risco de endividamento. O presente estudo busca compreender a hipervulnerabilidade do consumidor idoso diante da crescente oferta de crédito consignado, frequentemente marcada por práticas abusivas e publicidade agressiva por parte de instituições financeiras. 2296

O problema de pesquisa centra-se na análise das causas e consequências do superendividamento da população idosa, investigando como a fragilidade desse grupo – muitas vezes caracterizada por renda fixa, baixo nível de escolaridade e desconhecimento das implicações financeiras – contribui para sua exposição a contratos de crédito desvantajosos. Dessa forma, os objetivos do estudo incluem identificar os principais fatores que levam ao endividamento excessivo dos idosos, avaliar a vulnerabilidade excessiva dos idosos no contexto de tomadores de crédito consignado, e discutir estratégias de educação financeira como ferramenta de prevenção.

A justificativa para a realização deste estudo reside na urgência de políticas públicas e medidas legislativas que assegurem maior proteção aos consumidores hipervulneráveis, evitando que o endividamento comprometa seu mínimo existencial e sua dignidade. Ao contextualizar essa problemática, busca-se fornecer uma visão crítica e aprofundada sobre o tema, contribuindo para a formulação de soluções que promovam um mercado de consumo mais justo e equilibrado para a população idosa.

## 2. IDOSO VULNERÁVEL E O RISCO DE ENDIVIDAMENTO

### 2.1 A hipervulnerabilidade do consumidor idoso

Idoso é toda pessoa que possua idade igual ou superior a 60 anos nos termos do Estatuto do Idoso (Lei 10.741, de 1º de outubro de 2003).

A princípio é importante conhecer o conceito do grupo denominado “idoso” a quem são direcionados os conceitos e direitos deste trabalho, conforme artigo 1º do Estatuto do Idoso (Lei n. 10.741/2003) idosos são “[...] pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos” (COSTA; NETO, 2022).

No Brasil, a idade inicial para compor o grupo dos idosos é a de 60 (sessenta) anos, nos termos da Lei nº 10.741/03, referência que serve como termo para regular os direitos destas pessoas que possuem necessidades específicas, merecendo maior atenção, portanto, tanto da sociedade quanto do Poder Público (CHAVES, 2021).

De acordo com dados do Censo Demográfico 2022, divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a tendência de envelhecimento da população brasileira nos últimos anos foi mantida.

Os dados revelam que no ano de 2022, o total de pessoas com 65 anos ou mais de idade no país (22.169.101) chegou a 10,9% da população, com alta de 57,4% frente a 2010, quando esse contingente era de 14.081.477, ou 7,4% da população. Já a população idosa de 60 anos ou mais é de 32.113.490 (15,6%), um aumento de 56 % em relação a 2010, quando era de 20.590.597 (10,8%). A apuração identificou que o Brasil possui uma população de 203.080.756 habitantes.<sup>3</sup>

Izabel Marri, gerente de estudos e análises da dinâmica demográfica do IBGE, explica que o Estatuto do Idoso define como idoso a pessoa de 60 anos ou mais e que o corte de 65 anos

2297

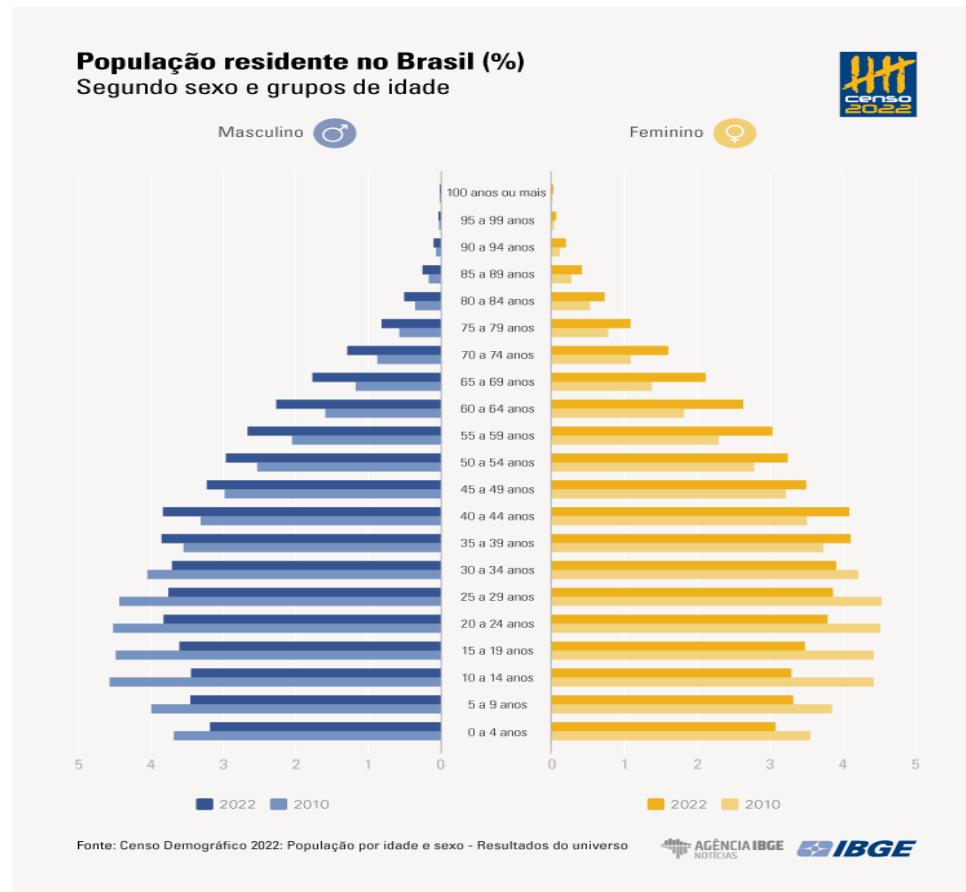
<sup>3</sup> “Censo 2022: número de pessoas com 65 anos ou mais de idade cresceu 57,4% em 12 anos”. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38186-censo-2022-numero-de-pessoas-com-65-anos-ou-mais-de-idade-cresceu-57-4-em-12-anos>. Acesso em: 07 mai. 2024.

ou mais foi utilizado na análise dos dados do Censo para manter comparabilidade internacional e com outras pesquisas que utilizam referida faixa etária, como de mercado de trabalho.

Ainda segundo o Censo Demográfico 2022, o aumento da população de 65 anos ou mais em conjunto com a diminuição da parcela da população de até 14 anos no mesmo período, que passou de 24,1% para 19,8%, evidenciam o franco envelhecimento da população brasileira.

Ao longo do tempo a base da pirâmide etária foi se estreitando devido à redução da fecundidade e dos nascimentos que ocorrem no Brasil. Essa mudança no formato da pirâmide etária passa a ser visível a partir dos anos 1990 e a pirâmide etária do Brasil perde, claramente, seu formato piramidal a partir de 2000. O que se observa ao longo dos anos, é redução da população jovem, com aumento da população em idade adulta e também do topo da pirâmide até 2022 (MARRI, 2023, pág.2).<sup>4</sup>

Na Figura 1, apresenta-se o percentual da população residente no Brasil segundo o sexo e grupo de idades.



Fonte: IBGE, 2022.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38186-censo-2022-numero-de-pessoas-com-65-anos-ou-mais-de-idade-cresceu-57-4-em-12-anos>. Acesso em: 07 mai. 2024.

## A vulnerabilidade do consumidor é reconhecida expressamente pelo Código de Defesa do Consumidor, a saber:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo; II ao X (omissos) (BRASIL, 1990).

Segundo Morey, Aguiar, Gomes (2022):

O CDC, em seu Artº 4, inciso I, reconhece a vulnerabilidade dos consumidores no mercado de consumo. Assim como, em seu Artº 39, inciso IV, que é vedada a prática abusiva de algumas instituições em 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 (MOREY, AGUIAR, GOMES, 2022, p. 5):

No entendimento de Silvia Regina Ali Zeiltoun Revi, a vulnerabilidade, na qualidade de princípio, caracteriza-se na ideia que o consumidor se encontra em uma posição de inferioridade em relação ao fornecedor. Possui fundamento na Constituição Federal, considerando que a defesa do consumidor é um direito fundamental, bem como um princípio que rege a ordem econômica, encontrando-se previsto de forma expressa no art. 4º. Inc. I, do CDC (REVI, 2021).

Porto (2014, p. 88) entende que: “(...) todo consumidor é vulnerável, embora, nem todo vulnerável seja hipossuficiente. A vulnerabilidade é universal, a hipossuficiência é local, específica aos consumidores que demonstrem uma fraqueza especial em relação aos fornecedores”. 2299

Esse reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor idoso traduz a ideia de ser ele a parte fraca e de menor poder decisório em uma relação consumerista.

Com propriedade peculiar, Porto (2014, p. 88) esclarece: “A vulnerabilidade torna-se, então, um traço da própria natureza das relações de consumo, emergindo da desigualdade entre as partes, em razão da menor capacidade de uma delas”.

O reconhecimento da vulnerabilidade advém do princípio constitucional da isonomia que confere tratamento desigual aos desiguais. O fundamento é exatamente tratar de forma desigual duas pessoas que no momento da contratação estão em situações diferentes, visando equipará-las e, consequentemente, equilibrando a relação jurídica (REVI, 2021).

Nesse sentido, a conceituação da vulnerabilidade do consumidor idoso é tratada por Nunes (2018, p.122-123):

O inciso I do art. 4º reconhece: o consumidor é vulnerável. Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de

cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido. É por isso que, quando se fala em “escolha” do consumidor, ela já nasce reduzida. O consumidor só pode optar por aquilo que existe e foi oferecido no mercado. E essa oferta foi decidida unilateralmente seus interesses empresariais, que são, por evidente, os da obtenção de lucro. O segundo aspecto, o econômico, diz respeito à maior capacidade econômica que, por via de regra, o fornecedor tem em relação ao consumidor. É fato que haverá consumidores individuais com boa capacidade econômica e às vezes até superior à de pequenos fornecedores. Mas essa é a exceção da regra geral (NUNES, 2018, p.122-123).

Em seção própria, o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 39, traz as vedações ao fornecedor de produtos ou serviços, de práticas consideradas abusivas.

Nesses termos, tendo em vista a patente vulnerabilidade do consumidor idoso, aduz Nunes (2018, p.411): “Excepcional vulnerabilidade. A lei consumerista proíbe ao fornecedor: “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”.

A regra contida no inciso IV, art. 39 do CDC, dirige-se especificamente para a situação concreta da relação existente entre fornecedor e consumidor.

Acrescenta Nunes (2018):

2300

E isso decorre do simples fato de que a constatação primeira da capacidade do consumidor nas relações de consumo é a de que o consumidor é vulnerável e hipossuficiente. A característica mais marcante do consumidor, como vimos, é a de que no mercado de consumo ele representa o elo fraco da relação, especialmente pelo fato de que não tem acesso às informações que compõem o processo produtivo, que gera os produtos e os serviços. A norma do inciso IV vai além: diz que a prática será abusiva quando na hipótese do caso concreto o fornecedor se deparar com consumidor especialmente frágil e ignorante e prevalecer-se dessa desvantagem para impingir-lhe seus produtos e serviços. E não há dúvida de que tal norma depende de efetiva implementação e tem de ser levada em conta na avaliação dos abusos que se praticam na realidade do mercado (NUNES, 2018, p.411).

O princípio da vulnerabilidade previsto no art. 4º, inc. I, do CDC, segundo Tartuce e Neves (2015):

(...) emergiu em decorrência da mitigação do modelo liberal da autonomia da vontade e a massificação dos contratos, ocasionando uma discrepância na discussão a aplicação das regras comerciais, o que justifica a presunção de vulnerabilidade, reconhecida como uma condição jurídica pelo tratamento legal de proteção (TARTUCE; NEVES, 2015, p. 33).

O princípio da vulnerabilidade é o reconhecimento do legislador da fragilidade do consumidor na relação de consumo, garantindo a posição do consumidor como vulnerável, independentemente de outra necessidade, ressaltando que a presunção de vulnerabilidade é uma regra legal (COSTA; NETO, 2022).

A vulnerabilidade do idoso no contexto de consumidor frente ao poderio econômico das instituições bancárias é tida como hipervulnerabilidade.

A pesquisa mostra que o consumidor idoso é hipervulnerável no mercado de consumo, especialmente frente às instituições financeiras que o pressionam com ofertas de crédito consignado, para se beneficiar dessa vulnerabilidade. O Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto do Idoso são capazes de retratar a vulnerabilidade acentuada do público idoso (COSTA; NETO, 2022).

Na mesma linha desse raciocínio:

Todavia, os idosos são hipervulneráveis aos golpes por serem desprovidos de informações técnicas (especificamente do produto adquirido); jurídicas (o legislador reconhece a ignorância em relação aos conteúdos jurídicos, contábeis ou de economia) e fática (por ser o elo fraco) (MOREY; AGUIAR; GOMES, 2022, p. 3).

No entendimento de Sieradzki e Moreira (2021), a hipervulnerabilidade dos idosos está relacionada a condições peculiares, a exemplo do grau de instrução e da idade avançada:

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 consequentemente, faz com que, a obrigação dos fornecedores para com os consumidores de agir com boa-fé e prestar informações claras, aumente significativamente (SIERADZKI; MOREIRA, 2021, pp. 7-8).

2301

Em seguida, continuam a explanação com destaque para a preocupação do superendividamento, que será abordado em momento oportuno:

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 (SIERADZKI; MOREIRA, 2021, p. 8).

Diante das circunstâncias da classe idosa, em que a vulnerabilidade é acentuada, com parcela significativa detentora de renda mínima e baixo nível de escolaridade, os idosos são alvos fáceis do mercado agressivo de empréstimo consignado (EVANGELISTA, 2024), podendo esses fatores (baixa renda/baixa escolaridade), alinhados a outras causas conduzirem ao superendividamento.

O fator idade no que tange ao idoso o coloca em uma situação de desvantagem excessiva com relação aos bancos, característica típica de vulnerabilidade, razão pela qual é necessária uma constante vigilância quanto às práticas abusivas nessa seara. Nesse sentido, Nunes (2018) entende que:

No que se refere às situações concretas que a norma entende qualificadoras da abusividade, são evidentemente exemplificativas. A idade é importante, quer se trate

de criança ou de idoso; a saúde pode colocar o consumidor em desvantagem exagerada, na medida em que, por estar precisando de ajuda, dele se pode abusar. É conhecida a prática abusiva dos hospitais que exigem toda sorte de garantias da família do doente que está para ser internado. Da mesma maneira, o consumidor analfabeto ou sem um mínimo de conhecimento de transações e negócios pode ser vítima dos maus fornecedores (NUNES, 2018, p.411).

Destarte, resta claro que a vulnerabilidade do consumidor idoso decorre de hipossuficiência técnica, tendo em vista que as instituições bancárias são quem detêm o domínio da informação e do conhecimento técnico. Nestes termos, Porto (2014) afirma que:

Sucintamente, é técnica a vulnerabilidade do consumidor que não conhece ou que não tem acesso aos meios de produção, devendo simplesmente acreditar na boa fé do fornecedor que informa – ou não – dados sobre a quantidade e qualidade do produto, entre outros. O consumidor é ainda vulnerável economicamente, pois não detém riqueza equivalente à do fornecedor, sendo-lhe mais penoso arcar com os prejuízos causados por vícios ou fato do produto (PORTO, 2014, p. 88).

Igual entendimento é partilhado por Canto (2015):

A vulnerabilidade técnica é a determinada pela ausência de conhecimento especializado do consumidor acerca dos produtos e serviços que está a contratar. Por não deter tais informações específicas, o consumidor fica subordinado aos caprichos daqueles que dominam determinada técnica ininteligível aos olhos de um leigo (CANTO, 2015, p.67).

É fato incontestável que atualmente no Brasil, grandes conglomerados bancários, de forma ardilosa e abusiva, concedem empréstimos consignados a idosos, sem qualquer solicitação, gerando prejuízo a referidos consumidores, de patente vulnerabilidade. 2302

Nesse aspecto, Costa e Neto (2022) pontuam de forma incisiva:

Algumas instituições financeiras se aproveitam da falta de informação e vulnerabilidade do idoso para usarem de má-fé e fazerem anuir em aderir empréstimos e cartões consignados, mesmo sem que tenham interesse de fato. Em outros casos, instituições financeiras têm realizado empréstimos e creditado os valores nas contas bancárias dos consumidores idosos, mesmo sem qualquer tipo solicitação ou autorização por parte do mesmo, surpreendendo-os com valores de origem desconhecida em conta. Não obstante, os idosos são consumidores hipervulneráveis, no que tange a contratação de empréstimos ou cartão de crédito consignados (COSTA E NETO, 2022, pp. 14-15).

## **2.2 O perigo de endividamento do idoso na qualidade de tomador de crédito consignado**

O endividamento é o comprometimento da renda de uma pessoa após contrair uma dívida. No caso dos aposentados, esta dívida surge quando ele contrai um empréstimo consignado junto a uma instituição financeira, porém com o passar do tempo e com o acúmulo de despesas diversas, sua renda de aposentadoria fica comprometida, porta de entrada para o endividamento.

Endividamento consiste em antecipar certa quantia, assumindo um compromisso financeiro para pagamento no futuro, e pode ocorrer quando se contrata crédito de diversas formas: cartão de crédito, cheque especial, crédito consignado, dentre outros. Quando o indivíduo assume dívidas em montante superior à sua capacidade financeira de pagá-las, caracteriza-se em uma situação de sobre-endividamento (GONÇALVES, 2021).

Partindo do entendimento comum, sempre que uma pessoa, física ou jurídica, compra algo e não paga de imediato ou adquire um empréstimo, estará assumido uma dívida, ou seja, dívida significa um compromisso, pecuniário ou patrimonial, que se assume com outra pessoa física ou jurídica. Tratando-se de ativo, dívida representa a maneira de se usar um futuro poder de aquisição no presente antes que uma soma tenha sido ganha (COLLARES, 2019).

O crédito é de singular notoriedade para alavancar a economia do Brasil. Entretanto, a farta oferta de crédito do sistema bancário nacional possui como uma de suas consequências o endividamento do contratante de empréstimo.

Apesar de importante instrumento da política econômica do país, o crédito tem como fator negativo o endividamento, na medida em que proporciona o aumento do consumo além da capacidade financeira do indivíduo. Nesse sentido, o crédito passa a comprometer a renda presente e futura, limitando o orçamento do consumidor (GONÇALVES, 2021).

2303

É certo que o crédito vem cumprindo um papel de extrema importância tanto do ponto de vista social como econômico. Trata-se de um instrumento importante para quem pretende adquirir bens e serviços, uma vez que melhora o conforto e a qualidade de vida das pessoas. No entanto, a sua utilização além de suas condições financeiras tem levado as pessoas ao endividamento (VIANA, 2020).

Inobstante os impactos positivos gerados pela política de cessão de crédito para a economia brasileira, uma década depois os brasileiros entraram em um processo de aumento do endividamento geral. O endividamento das famílias ocasiona, principalmente, duas consequências: ou um maior endividamento, para manter o padrão de vida e consumo da família, ou uma diminuição do consumo. Ambas consequências apresentam grandes impactos no mercado de consumo do país, podendo levar à recessão e ao afastamento de investimentos internacionais (BASTOS, 2022).

O sistema bancário nacional objetivando dinamizar o seu portfólio de produtos tem investido em larga escala em marketing na tentativa de angariar clientela, ofertando crédito nas

mais diversas modalidades, o que acaba por contribuir de forma decisiva para o endividamento da população idosa. Nessa toada, Viana (2020) esclarece que:

O excesso de oferta de crédito a pessoa física combinado com um marketing agressivo que incentiva as pessoas a consumirem cada vez mais bens e serviços, tem levado uma grande parte da população ao endividamento. A recessão econômica que teve início no ano de 2014 onde o PIB nacional foi praticamente nulo se prolongou até 2016 colaborando assim para que uma grande parte da população saísse da condição de endividamento para sobre-endividamento (VIANA, 2020, p. 32).

O mercado capitalista, na busca de atingir o maior número de consumidores, utiliza-se do marketing e da publicidade, ciências que analisam o comportamento humano, perscrutam necessidades e estimulam a sociedade a criar demandas quando exploram as fraquezas dos consumidores, hipnotizando-os através com formas, imagens, linguagens, conteúdos, mensagens e apelos específicos de cada técnica aplicada, notadamente a um determinado grupo que se pretende atingir (CAS, 2019).

A propaganda agressiva, às vezes abusiva e também enganosa, ocorre no contexto de uma sociedade de consumo onde os mecanismos de convencimento enaltecem as facilidades ao se adquirir o crédito consignado, aqui um produto tal qual um bem de consumo, sem a contrapartida da prevenção ou informação acerca da importância e cuidado no uso sem limite do dinheiro (LIRA, 2014).

2304

Caetano Correia Lira (2014) enumera algumas formas de marketing agressivo das instituições financeiras, a saber:

O marketing do crédito consignado é desenvolvido de diversas formas pelos agentes financeiros, a começar pela oferta do produto dentro das agências bancárias. Outras formas de assédio, não são menos agressivas: folders; panfletos; abordagens (abruptas) nas ruas realizadas por funcionários das instituições financeiras; telemarketing realizado a partir de call center; internet, via e-mail e uso de banners hospedados em sites visitados pelos consumidores; propaganda televisiva, com o uso de figuras publicitárias (atores e atrizes de sucesso, atletas, etc.), especialistas na arte do convencimento (LIRA, 2014, p. 44).

Luiz Otávio Amaral, citado por Gilmar Rezende Júnior (2018), ao elencar alguns motivos pelos quais o consumidor é o polo mais fraco de uma relação consumerista, traz importantes reflexões sobre publicidade dos fornecedores de crédito bancário:

Ele não detém as informações acerca do produto ou serviço que adquire, não conhece as implicações econômico-financeiras nem as técnico-jurídicas de um contrato e está exposto à ação da publicidade enganosa e abusiva, não tem como repassar eventuais prejuízos, pois é o elo final da cadeia. Por tudo isso é de presumir a vulnerabilidade do consumidor, assim ele não carece provar essa debilidade posto que atributo natural e universal dele (AMARAL, 2010, *Apud* REZENDE JÚNIOR, 2018).

A publicidade escancarada e aguerrida, com forte poder apelativo ao consumidor, tornou-se marca registrada do sistema bancário no Brasil.

A publicidade de crédito, seja de concessão direta de crédito ao consumidor, seja de financiamento de produtos ou serviços, é bastante agressiva no Brasil. Diuturnamente, se observa um verdadeiro bombardeio de oferta de crédito pelos mais variados veículos de comunicação. Os consumidores são comumente assediados nas ruas com entregas de panfletos que possuem propostas de contratos de concessão de crédito, por agentes de bancos, financeiras e operadoras de cartão de crédito. Até mesmo na televisão é trivial a oferta de crédito de modo fácil e rápido, mesmo para quem já teve seu nome negativado nos serviços de proteção ao crédito (CAS, 2019).

A publicidade abusiva combinado com o perfil suscetível dos idosos a sofrer influências e a não resistir aos fortes apelos externos, tem os levado a gastar um valor superior à própria renda que recebem (OLIVEIRA, 2020).

Os agentes econômicos enxergam no marketing estratégico uma oportunidade fundamental para ampliar a comercialização dos seus produtos e serviços, gerando consequências para os consumidores, notadamente para os idosos, por sua vulnerabilidade agravada. A publicidade agressiva, que interfere no comportamento, estimulando o consumo, também pode causar o superendividamento, reclamando uma intervenção a título de regulamentação dos Estados (DAURA, 2018).

2305

O endividamento do idoso ao contrair empréstimo consignado atualmente é um problema social recorrente e que demanda preocupação em virtude das consequências negativas que ele pode gerar para famílias que já possuem um orçamento familiar limitado, tendo em vista que atinge a dignidade da pessoa humana.

O endividamento do consumidor é um fenômeno causador de extremo impacto na vida das pessoas, especialmente porque afeta a sua dignidade humana, fundamento da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1990), provocando sua exclusão do mercado consumo e consequentemente a exclusão social, uma vez que o endividado se encontra impossibilitado de continuar a consumir, de continuar a adquirir produtos ou serviços que a sociedade de massa impõe para aceitação dos indivíduos. A literatura relata a existência casos em que o consumidor endividado compromete até o seu mínimo vital para poder continuar no mercado de consumo, tornando-se cada vez mais endividado (BASTOS, 2022).

Embora o fato de que o acesso ao crédito oferece subsídio para fomentar a economia, por outro lado, a complexidade que envolve a forma de oferta e contratação atrelados ao conjunto de riscos e responsabilidades advindas desta relação negocial, acaba por afetar e potencializar a

vulnerabilidade destes indivíduos, conduzindo-os a caminhos tortuosos, que atinge muito além de seu patrimônio, interferindo também em sua dignidade e qualidade de vida (SILVA, 2023).

A todo cidadão, com mais ênfase aos hipervulneráveis idosos, deve ser garantido uma vida digna. Na contramão do princípio da dignidade da pessoa humana e da cidadania, está, a segregação, a humilhação e a discriminação, advindos do superendividamento, a que estão sujeitos os idosos, que passam a ficar desprovidos de condições mínimas de bem-estar, se convertendo num entrave à realização das mais básicas necessidades diárias (CAS, 2019).

No Brasil o número de idosos vem crescendo ao longo dos últimos anos e é nesta fase da vida que eles estão mais sujeitos a despesas com necessidades básicas, contudo, também é neste período em que boa parte, ou quase a totalidade, já estão aposentados, ou seja, é quando necessitam de um rendimento pecuniário maior, que os seus vencimentos diminuem, razão pela qual o contrato de crédito passa a ser ofertado como solução aos seus problemas, estando este grupo de consumidores mais suscetíveis a pactuação destes contratos, que podem levar ao superendividamento (CAS, 2019, p. 78).

O endividamento do idoso pode se tornar caótico e excessivo, dando lugar ao fenômeno do superendividamento que ocorre quando o devedor não consegue honrar os seus débitos com o seu salário ou benefício previdenciário, por um longo intervalo de tempo, o que acaba por afetar a chamada renda mínima existencial.

“O superendividamento consiste no fato de que o consumidor não consegue saldar as obrigações financeiras contraídas sem que essa situação influencie decisivamente na sua subsistência” (QUEIROZ, 2016, p.78).

2306

No caso brasileiro, o estabelecimento do conceito legal do superendividamento, regulamentação e prevenção foram recentemente introduzidos no cenário legislativo brasileiro com a publicação da Lei nº 14.181 (BRASIL, 2021), que introduziu o Capítulo VI-A, no Código de Defesa do Consumidor (CHAVES, 2021, pág.132).

Considerando todos os riscos que o contrato de crédito consignado traz para os idosos, conduzindo-os ao seu superendividamento e, em diversas ocasiões, privando-os do mínimo existencial, não se mostra razoável que se tolere publicidade persuasiva e enganosa, considerando que induz o consumidor a ter comportamento prejudicial ou perigoso à sua saúde ou segurança (OLIVEIRA, 2020).

A diminuição da renda combinado com o aumento de gastos com a saúde contribuem para o superendividamento da população idosa. Não é à toa que a porcentagem de endividamento de pessoas com idade superior a 60 anos elevou 9% entre junho de 2018 e junho de 2019, tornando-se realidade de 35,5% da população com mais de 61 anos (OLIVEIRA, 2020).

O superendividamento é um grave problema social que afeta o consumidor de forma excessiva, inclusive, atrapalhando, em algumas situações, a sua reintegração no mercado de

trabalho, o que pode gerar o comprometimento do sustento da família do idoso. Revela-se, por vezes, tão devastador, que se faz necessário tratamento interdisciplinar (PORTO, 2014).

A doutrina de Claudia de Lima Marques define o superendividamento como sendo: “a impossibilidade global de o devedor pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo, excluídas as dívidas como fisco, oriundas de delitos e de alimentos” (MARQUES, 2016, p. 615).

O doutrinador Bruno Miragem enfatiza a preocupação do direito consumerista com a gravidade da problemática social e econômica criada com o fenômeno do superendividamento:

Por superendividamento entenda-se a incapacidade do consumidor de pagamento de suas dívidas exigíveis, em face de descontrole financeiro decorrente de abuso de crédito ou situações imprevistas em sua vida pessoal. Trata-se de realidade social e econômica de destaque no sistema econômico contemporâneo, que vem crescentemente desafiando soluções a serem construídas pelo direito do consumidor (MIRAGEM, 2016, pp. 440-441).

Oliveira (2020) aponta em sua pesquisa que o superendividamento possui como uma de suas causas, o consumismo excessivo:

No entanto, o crescimento do consumismo – que tem se tornado desenfreado – muitas vezes não vem acompanhado de um aumento dos recursos financeiros dos consumidores, o que acarreta o inadimplemento de suas dívidas, dando azo ao fenômeno social do superendividamento. E os devedores ainda veem as dívidas aumentarem com o ingresso de outro personagem no ciclo vicioso do consumo: a instituição bancária. Em estado crítico de fôlego financeiro, o consumidor se vê obrigado a obter crédito por meio de empréstimo, ficando subjugado às condições impostas pela instituição por meio de um contrato de adesão (OLIVEIRA, 2020, pp. 16 - 17).

2307

No caso de consumidor aposentado ou pensionista do Instituto Nacional do Seguro Social, a situação ainda conta com um agravante: a possibilidade de o pagamento do débito ser feito mediante consignação mensal em sua folha de benefício previdenciário, aumentando a facilidade de contratação de crédito pelo consumidor, porém comprometendo parte da renda que provavelmente seria destinada a sua subsistência (OLIVEIRA, 2020).

A chamada Lei do Superendividamento (Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021), alterou a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), visando aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

Trinta anos após a aprovação do CDC, fora bastante natural a atualização do Código de Defesa do Consumidor implementada pela Lei nº 14.181/2021, notadamente quanto à proteção de um dos mais danosos efeitos colaterais do aumento da oferta de crédito, o chamado superendividamento (CHAVES, 2021).

## O Código de Defesa do Consumidor sofreu importante modificação para disciplinar o superendividamento, criando um capítulo próprio intitulado “DA PREVENÇÃO E DO TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO”:

Art. 54-A. Este Capítulo dispõe sobre a prevenção do superendividamento da pessoa natural, sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

§ 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. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

§ 2º As dívidas referidas no § 1º deste artigo englobam quaisquer compromissos financeiros assumidos decorrentes de relação de consumo, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

§ 3º O disposto neste Capítulo não se aplica ao consumidor cujas dívidas tenham sido contraídas mediante fraude ou má-fé, sejam oriundas de contratos celebrados dolosamente com o propósito de não realizar o pagamento ou decorram da aquisição ou contratação de produtos e serviços de luxo de alto valor. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021).

Através da promulgação da Lei 14.181/21, o ordenamento jurídico brasileiro prever um conceito formal para o superendividamento. Conforme o art. 54-A, § 1º do CDC, superendividamento significa 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 (MACHADO; MILANEZ, 2022).<sup>5</sup>

Ressalte-se que uma das alterações levadas a efeito no CDC com a entrada em vigor da Lei do Superendividamento, elenca as vedações na oferta de crédito consumerista, a saber:

Art. 54-C. É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não: (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

I - (VETADO); (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

II - indicar que a operação de crédito poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

III - ocultar ou dificultar a compreensão sobre os ônus e os riscos da contratação do crédito ou da venda a prazo; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

IV - assediar ou pressionar o consumidor para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, principalmente se se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada ou se a contratação envolver prêmio; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

<sup>5</sup> BRASIL. Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021. Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), e a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

V - condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência de demandas judiciais, ao pagamento de honorários advocatícios ou a depósitos judiciais. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

Parágrafo único. (VETADO). (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

No inciso IV do art. 54C, o CDC veda o assédio de consumo, ao citar notadamente alguns grupos de consumidores hipervulneráveis, dentre eles o idoso, fazendo referência ao assédio por meio eletrônico e também por telefone. Referida norma acaba por positivar o reconhecimento de alguns grupos de consumidores (MACHADO; MILANEZ, 2022).

Recentemente foi aprovada a Lei nº 14.181/2021, alterando o Código de Defesa do Consumidor para incluir, dentre outros, o art. 54-C, IV, que visa reprimir o assédio relacionado à oferta de crédito (CHAVES, 2021).

Ademais, o fornecedor de crédito bancário, antes da formalização da contratação, possui o dever de informar e esclarecer ao consumidor idoso a respeito da natureza e tipo do crédito ofertado, com ressalva dos custos inerentes ao contrato, bem como sobre todas as consequenciais ao se tornar inadimplente:

Art. 54-D do CDC. Na oferta de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou o intermediário deverá, entre outras condutas: (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

I - Informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerada sua idade, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, sobre todos os custos incidentes, observado o disposto nos arts. 52 e 54-B deste Código, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

2309

II e III (omissos)

No ano de 2021, a Lei nº 14.181 alterou o Código de Defesa do Consumidor ao adicionar um capítulo abrangendo a prevenção e o tratamento ao superendividamento, e em seu art. 54-D, inciso I, confere proteção ao idoso, no que se refere aos termos tratados nos contratos de teor oneroso (PROCÓPIO, 2023).

Por sua vez, o Estatuto do Idoso, em seu art. 96 tipifica como crime: “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”.

Com a entrada em vigor da Lei nº 14.181/2021, foi dada nova redação ao § 3º do art. 96 do Estatuto do idoso, nos termos seguintes: “§ 3º Não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso.”

**Registre-se, outrossim, que o § 3º** do art. 96 do Estatuto do idoso sofreu nova alteração em 2022 apenas para substituir o termo “do idoso” por “da pessoa idosa”: “§ 3º Não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento da pessoa idosa”.<sup>6</sup>

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor(IDE) estuda o assunto do superendividamento desde 2005, acompanhando com preocupação o assédio comercial que sofrem os aposentados, tendo, inclusive, lançado o documentário intitulado “No caminho do Superendividamento”, que tem por objetivo expor o cenário caótico do crédito no Brasil e demonstrar como os bancos colaboram para o superendividamento(IDE, 2021)<sup>7</sup>.

O documentário “No caminho do Superendividamento”<sup>8</sup> relata que:

Segundo pesquisas de 2018 da Confederação Nacional dos Dirigentes Lojistas e do SPC (Serviço de Proteção ao Crédito), cerca de 60 milhões de brasileiros estão endividados. E 30 milhões desses estão superendividados. Aponta ainda que existem dois perfis de superendividados: o ativo e o passivo. O primeiro é aquele consumidor que consome além das possibilidades de seu orçamento. Já no segundo caso, seu endividamento excessivo costuma acontecer por imprevistos da vida, como desemprego, redução de salários, separação, doenças, nascimento de filhos etc. Não é preciso estar com o “nome sujo” para ser considerado um superendividado. Na verdade, muitos que se encontram nessa situação são bons pagadores, mesmo possuindo sua renda mensal quase ou totalmente comprometida. Isso porque pedem empréstimos e usufruem de outras linhas de créditos para não ficar inadimplentes (IDE, 2018).

Outro ponto relevante nessa conjuntura de endividamento é o contexto em que a pessoa idosa contrai empréstimos para ajudar familiares e acaba se endividando.

2310

“Há ainda o assédio de familiares que veem o idoso como uma fonte provedora de dinheiro fácil e renovável sem a devida contra obrigação de devolução, deixando-o à própria sorte quando surge o endividamento” (PORTO, 2014, p. 16).

Observa-se que idosos, seja por necessidade reais ou criadas por terceiros, interferência familiar de parentes, firmam contratos bancários de empréstimos, caracterizados por serem de adesão e de consumo, sendo de suma importância a intervenção estatal para alcançar o equilíbrio econômico e garantir a preservação da igualdade e da dignidade (SILVA, 2021).

<sup>6</sup> Redação dada pela Lei nº 14.423, de 22 de julho de 2022 – Altera a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, para substituir, em toda a Lei, as expressões “idoso” e “idosos” pelas expressões “pessoa idosa” e “pessoas idosas”, respectivamente. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10.741.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm). Acesso em: 12 maio 2024.

<sup>7</sup> “O que muda para os consumidores com a lei que protege os superendividados”. Disponível em: <https://idec.org.br/noticia/o-que-muda-para-os-consumidores-com-lei-do-superendividamento>. Acesso em: 16 maio 2024.

<sup>8</sup> “No Caminho do Superendividamento”. Disponível em: <https://guiadosbancosresponsaveis.org.br/superendividamento/>. Acesso em: 16 maio 2024.

## 2.3 Educação financeira do idoso

A educação financeira do idoso é ponto crucial para o enfrentamento do grave problema social do superendividamento, uma vez que ao adquirir conhecimento, habilidade, noção de planejamento financeiro, de uso racional do seu dinheiro com hábito de economia, o idoso evitará gastos desordenados que podem conduzi-lo ao endividamento excessivo.

O problema se torna ainda mais grave quando se tem em vista o surgimento de novos nichos de consumidores, a exemplo dos idosos, bem dotados de poder de compra, ávidos por inserção social, porém desprovidos de educação financeira, com pouca instrução e sem experiência no mercado de consumo. Mostra-se mais preocupante ainda considerar que técnicas manipulativas ilícitas de publicidade influenciam referidos consumidores a tomarem decisões no mercado de consumo com potencial de conduzir-lhes ao superendividamento insolúvel, como em casos de aquisição de crédito de forma irresponsável (CHAVES, 2021).

“Outro aspecto que contribui para o superendividamento é a falta de planejamento orçamentário pessoal e familiar” (LUZ, 2022, p. 21).

O planejamento financeiro é necessário e deve fazer parte da rotina da pessoa idosa, com racionalidade dos gastos, afastando-se do consumismo exacerbado e atento às tentativas de manipulação inseridas em publicidade abusiva para uso desmedido do crédito visando a prevenção do endividamento.

2311

O consumo excessivo desatrelado de planejamento racional para o futuro é consequência dos estímulos sofridos, a todo momento, pelos sujeitos. Considerando a reflexão “consumo, logo existo”, os cidadãos adquirem cada vez mais produtos e serviços fomentando a elevação do número de superendividados (COSTA, 2017).

Existem muitas situações propensas a gerar endividamento de pessoas. A ausência de planejamento financeiro e atitudes tomadas por impulso levam a consequências financeiras por longo período, por isso se faz necessário cautela ao se adquirir bens e serviços. Daí a importância de não se deixar levar por anúncios convincentes aplicados de forma maciça pelas empresas de marketing (VIANA, 2020).

A facilidade de acesso ao crédito, característico da economia atual, quando aliado à falta de um bom planejamento financeiro, leva os indivíduos ao endividamento e à inadimplência, o que pode gerar transtornos tanto do ponto de vista individual como social. Por essa razão, faz-se necessário estudar o crédito também sob a ótica do endividamento (GONÇALVES, 2021).

O crescimento do endividamento de famílias nos últimos anos no Brasil guarda estreita relação com a carência de políticas públicas efetivas sobre educação financeira.

Educação financeira e superendividamento são temáticas que se relacionam em quase todos os países em que ocorreu a democratização do acesso ao crédito. No Brasil, são deficitárias as políticas públicas de educação financeira e educação direcionadas ao consumo, o que para alguns estudiosos, traduz-se como uma das explicações para a elevação do endividamento das famílias nos últimos anos (DAURA, 2018).

Dentre as novidades implementadas pela Lei nº 14.181, de 1º de julho de 2021 (Lei do Superendividamento) no Código de Defesa do Consumidor, merece destaque a atenção reservada às ações de educação financeira como forma de se evitar e tratar o superendividamento, a saber:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art.4º.....

IX - fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores;

X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor.” (NR)

No que tange às principais mudanças legislativas referentes ao superendividamento, fora acrescentado ao art. 4º, do CDC, os incisos IX e X, estipulando como princípios da Política Nacional das Relações de Consumo, o “fomento de ações visando à educação financeira e ambiental dos consumidores” (inciso IX) e a “prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor” (CHAVES, 2021).

Nessa mesma linha, o art. 6º, do CDC, sofreu alteração através da Lei nº 14.181/2021, para acrescentar o inciso XI, estabelecendo ser direito básico do consumidor a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento.<sup>9</sup>

O art. 54-A do CDC, estabelece como uma de suas diretrizes a educação financeira do consumidor idoso além da prevenção ao superendividamento e crédito responsável.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Art. 6º do CDC. São direitos básicos do consumidor: XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021).

<sup>10</sup> Art. 54-A do CDC. Este Capítulo dispõe sobre a prevenção do superendividamento da pessoa natural, sobre o crédito responsável e sobre a educação financeira do consumidor.

Há quem defende a utilização de campanhas educativas visando conscientizar os idosos sobre a contratação irracional do crédito consignado, bem como a inclusão como matéria escolar obrigatória, a educação para consumo.

É necessário fazer campanhas de conscientização da população idosa, com a finalidade de que consigam entender o caráter danoso desse tipo de contratação e utilizem-no somente quando houver real necessidade. Da mesma forma, considerando o consumo excessivo, não apenas por parte de idosos, faz-se necessário promover a educação para o consumo, incluindo-a como matéria obrigatória no meio escolar (OLIVEIRA, 2020).

O documentário “No caminho do Superendividamento”, elaborado pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), aponta que a educação financeira é uma importante alternativa para se diminuir o número de superendividados:

Especialistas no tema consideram duas alternativas para reduzir o superendividamento no Brasil. A primeira é a promoção de **educação financeira**. Essa iniciativa pode gerar a conscientização da população sobre suas economias para, assim, poder gerir da melhor forma suas vidas financeiras. Há seis anos, o Comitê Nacional de Educação Financeira vem tentando mudar o cenário de endividamento realizando em todo o País ações como a Semana Nacional de Educação Financeira. O evento é composto por palestras e oficinas sobre orçamento doméstico, uso de crédito, renegociação de dívidas, formas de investimento, direitos do consumidor em serviços bancários, entre outros temas. A recuperação econômica destas pessoas – a maioria, mulheres que chefiam mais de 45% dos lares brasileiros – pode ser impulsionada pela lei do Superendividamento. Sancionada em junho de 2021, ela pode ser considerada a mudança mais relevante e positiva em 31 anos de existência do Código de Defesa do Consumidor. Consumidores agora têm o prazo máximo de 5 anos para pagar suas dívidas, além do direito de negociar com todos os credores ao mesmo tempo com a garantia de mínimo existencial para despesas básicas; as instituições financeiras também estão proibidas de assediar ou pressionar consumidores para contratação de empréstimos (IDEC, 2018) <sup>11</sup>.

2313

A cartilha do superendividamento, nominada de “(SUPER) ENDIVIDAMENTO DA PESSOA IDOSA VAMOS FALAR SOBRE ISSO?”, lançada em 2021 pela Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos da Pessoa Idosa do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos do Governo Federal, enumera as principais causas do superendividamento, com destaque para educação financeira:

Inúmeras são as causas que promovem o superendividamento, dentre as quais podemos citar: a falta de educação e de planejamento financeiros, má administração do orçamento familiar, exposição à publicidade e ao marketing ostensivos praticados pelo mercado de consumo, práticas comerciais abusivas, facilidade na concessão de crédito (inclusive com a concessão de créditos para pessoas inscritas em cadastros de inadimplentes), acidentes da vida (por ex.: doença, desemprego, divórcio), perda de emprego ou redução de salário), consumo irresponsável, várias linhas de créditos para

<sup>11</sup> “No caminho do Superendividamento”

Disponível em: <https://guiadosbancosresponsaveis.org.br/superendividamento/>. Acesso em: 16 maio 2024.

pessoas que já estão comprometidas com outros empréstimos, abusos financeiros, entre outras causas.<sup>12</sup>

O Banco Central do Brasil, de forma bastante elucidativa, elaborou a cartilha “É possível sair do Superendividamento”<sup>13</sup>, enumerando dicas para se evitar o superendividamento, nos termos seguintes:

1. Reserve parte de sua renda para imprevistos (ninguém está a salvo deles).
2. Cultive o hábito de poupar (guarde todo mês uma parte da sua renda, regularmente).
3. Priorize os gastos e defina o que é essencial, o que é desejável e o que é gasto inútil.
4. Elimine o desperdício e os gastos inúteis, como comprar coisas que não usa, jogar comida fora, pagar multas e juros de contas com atraso, entre outros.
5. Reduza os supérfluos (aquilo que você deseja, mas não é essencial e necessário).
6. Controle o seu orçamento, anotando gastos e receitas diariamente.
7. Envolve toda a família na discussão sobre o orçamento familiar.
8. Evite financiamentos ou empréstimos muito longos, a menos que sejam estritamente necessários. Normalmente, quanto maior o prazo, mais juros você pagará, além de comprometer sua renda com as parcelas por longo período.
9. Tome cuidado com armadilhas do tipo “compre agora e pague depois do carnaval”. Pode ser que, quando todas as contas chegarem, você não tenha como pagá-las.
10. Reserve parte do 13º salário para ajudar nas despesas sazonais, aquelas que acontecem em determinada época do ano. Lembre-se de que as despesas com material escolar, IPTU, IPVA e férias podem desequilibrar o seu orçamento.
11. Use o cartão de crédito de forma consciente, não extrapole sua capacidade de pagamento. Busque pagar sua fatura sempre integralmente. Rolar a dívida do cartão de crédito, pagando o mínimo, ou mesmo não pagando a fatura, é um procedimento que deve ser evitado a todo custo.
12. Pague as contas em dia. Atrasos no pagamento levam a juros e multas.
13. Não gaste mais do que ganha.
14. Cheque especial não é salário. Na verdade, o cheque especial é um crédito pré-aprovado pelo qual o banco cobrará juros. Evite o seu uso e, se o fizer, faça com muita cautela.
15. Evite contar com ganhos ainda não confirmados. Espere até o dinheiro entrar em sua conta antes de começar a gastá-lo.
16. Tenha cuidado com as ofertas de crédito “fácil”. Lembre-se de que não existe “dinheiro de graça”.
17. Quando contratar empréstimo ou financiamento, verifique o Custo Efetivo Total (CET) e compare com o de outras instituições. Quanto menor o CET, mais barato o empréstimo e melhor pra você. Solicite uma planilha com as prestações e verifique se elas cabem em seu orçamento, considerando ainda todas as suas outras despesas.
18. Não assuma dívidas em benefício de terceiros, não empreste seu cartão de crédito ou seu nome.
19. Não forneça seus dados por telefone, pois pode ser golpe. 20. Ao comprar pela internet, verifique se a empresa é idônea e se o sítio, o computador que você está utilizando e a conexão com a internet são seguros.

2314

<sup>12</sup> “(SUPER)ENDIVIDAMENTO DA PESSOA IDOSA - VAMOS FALAR SOBRE ISSO?”

Disponível em: <[https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/pessoa-idosa/CARTILHA\\_SUPERENDIVIDAMENTO.pdf](https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/pessoa-idosa/CARTILHA_SUPERENDIVIDAMENTO.pdf)>. Acesso em: 16 maio 2024.

<sup>13</sup> “É possível sair do Superendividamento”. Disponível em: [https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/folder\\_serie\\_II\\_%E9\\_posivel\\_sair\\_do\\_superendividamento.pdf](https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/folder_serie_II_%E9_posivel_sair_do_superendividamento.pdf). Acesso em: 18 maio 2024.

Por sua vez, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ), lançou em 2022 uma cartilha sobre o tratamento do superendividamento do consumidor, em que se pontua a necessidade de prevenção e tratamento do superendividamento, inclusive com o uso da educação financeira:

[...] as questões relacionadas ao superendividamento não se restringem a aspecto meramente técnico-jurídico, mas pressupõem programas de prevenção e tratamento, calcados em eixos de atuação diversos, a saber: jurídico, pedagógico (educação financeira), psicológico e econômico-social.<sup>14</sup>

A educação financeira, portanto, possui singular importância na atual conjuntura de contratação de crédito consignado no Brasil e visa mitigar os efeitos deletérios do superendividamento, contribuindo para a formação de cidadãos e trazendo acalento à tão frágil população idosa.

A educação financeira é um fator importantíssimo para a formação de cidadãos, ainda que muitos tenham aversão com relação a esse assunto e, também, a administração das finanças é algo que está presente no dia a dia e sua falta pode acarretar o endividamento (SANTOS, 2019).

### 3. METODOLOGIA

Utilizou-se na metodologia a pesquisa qualitativa, no que se refere à abordagem. No que tange ao método, adotou-se o método dedutivo, amparado em pesquisa bibliográfica e também documental.

2315

Para tanto, foram analisadas dissertações, artigos científicos, livros, legislações, jurisprudências, doutrinas e fontes digitais, entre outros materiais relevantes.

### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estudo sobre a hipervulnerabilidade do consumidor idoso e o risco de endividamento revelou dados preocupantes sobre a realidade desse grupo no mercado de consumo.

Os resultados evidenciam que a população idosa tem aumentado significativamente, conforme apontado pelo Censo Demográfico 2022, o que reforça a necessidade de maior atenção às suas condições financeiras e aos desafios impostos pelo crédito consignado. A pesquisa demonstrou que muitos idosos contratam empréstimos sem plena compreensão dos impactos a longo prazo, tornando-se vítimas de práticas abusivas promovidas por instituições financeiras.

<sup>14</sup> “cartilha sobre o tratamento do superendividamento do consumidor”

Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/2022/08/cartilha-superendividamento.pdf>. Acesso em: 18 maio 2024.

A análise dos dados revelou que a publicidade agressiva e a pressão comercial exercem papel decisivo no endividamento dessa parcela da população, levando muitos ao superendividamento. Segundo os princípios do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto do Idoso, o reconhecimento da vulnerabilidade é um fator essencial para garantir proteção jurídica ao idoso, especialmente frente à massificação do crédito. No entanto, os resultados indicam que as salvaguardas legais, embora relevantes, ainda são insuficientes para coibir práticas abusivas, reforçando a necessidade de regulamentações mais rigorosas.

A pesquisa apontou a educação financeira como uma das principais soluções para mitigar o impacto do superendividamento entre idosos. A análise dos documentos legislativos e doutrinários demonstrou que a inclusão de programas de educação financeira pode equipar os idosos com conhecimentos básicos sobre gestão financeira, evitando o comprometimento de sua renda futura. Além disso, observou-se que campanhas de conscientização poderiam reduzir os impactos negativos da publicidade voltada para o crédito, fortalecendo a autonomia dos consumidores idosos na tomada de decisões.

Dessa forma, os resultados e a discussão do estudo evidenciam que o superendividamento da população idosa transcende a questão financeira, assumindo também uma dimensão social e jurídica. Para enfrentar esse problema, torna-se essencial aprimorar as políticas públicas de proteção ao consumidor, fortalecer a regulamentação sobre a oferta de crédito e fomentar iniciativas de educação financeira como meio de empoderamento da população idosa no mercado de consumo.

2316

## 5. CONCLUSÃO

O presente estudo analisou a hipervulnerabilidade do consumidor idoso no Brasil, com ênfase na relação entre essa fragilidade e o risco de endividamento excessivo. Diante do crescimento da população idosa e da oferta agressiva de crédito consignado por instituições financeiras, verificou-se que essa parcela da sociedade enfrenta desafios estruturais no mercado de consumo. Os resultados revelam que práticas abusivas, publicidade enganosa e assédio comercial são fatores determinantes na contratação de empréstimos, muitas vezes sem plena compreensão das consequências financeiras envolvidas.

Com base na análise do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto do Idoso, observou-se que, embora existam previsões legais para proteger consumidores hipervulneráveis, a regulamentação ainda não é suficientemente eficaz na prevenção do superendividamento. O

estudo demonstrou que o comprometimento da renda dos idosos impacta não apenas sua estabilidade financeira, mas também sua dignidade, atingindo seu mínimo existencial, conceito recentemente fortalecido pela Lei nº 14.181/2021.

Nesse contexto, a educação financeira desponta como um instrumento essencial para mitigar os efeitos negativos do endividamento, permitindo que os idosos façam escolhas mais conscientes em suas decisões de consumo. A implementação de políticas públicas voltadas para a capacitação financeira da população idosa e a fiscalização mais rigorosa da oferta de crédito, são medidas fundamentais para evitar o abuso das instituições financeiras.

Sugere-se, para pesquisas futuras, um aprofundamento na eficácia das políticas de prevenção ao superendividamento, com foco na aplicação prática da legislação e na análise dos impactos da educação financeira em diferentes faixas etárias. Além disso, estudos que explorem a influência da família e do contexto social na tomada de decisões financeiras dos idosos podem contribuir para estratégias mais amplas de proteção desse grupo vulnerável.

Por fim, o presente artigo reforça a necessidade de uma atuação integrada entre Estado, sociedade e mercado financeiro para garantir relações de consumo mais equilibradas, protegendo a população idosa contra práticas abusivas e assegurando sua dignidade no âmbito econômico.

2317

## REFERÊNCIAS

BASTOS, Lívia Pedroni Batista. Os impactos do aumento dos empréstimos consignados para idosos beneficiários do INSS à luz do princípio da dignidade da pessoa humana. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Faculdade de Direito de Vitória, Vitória, 2022. Disponível em: <http://191.252.194.60:8080/handle/fdv/1501>. Acesso em: 17 fev. 2024.

BRASIL. Código de Defesa do Consumidor. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Brasília, DF: Senado Federal, 1990.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Estatuto da Pessoa Idosa - Lei nº 10.741, de 01 de outubro de 2003. Brasília, DF: Senado, 2002.

CAS, Thiago Schlottfeldt Nascimento da. O superendividamento e a hipervulnerabilidade do consumidor idoso. 2019. 144 f. Dissertação (Mestrado em Programa de Pós-graduação Stricto Sensu) – Faculdade de Direito da Fundação Escola Superior do Ministério Público, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://fmp.edu.br/wp-content/uploads/2021/03/THIAGO-SCHLOTTFELDT-NASCIMENTO-DA-CAS.pdf>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

CHAVES, Carlos Gustavo Chada. Solidariedade como via alternativa de controle do superendividamento dos idosos decorrente do assédio de consumo para aquisição de crédito. Dissertação (Mestrado) – Centro Universitário do Estado do Pará. Programa de Pós-Graduação em Direito, Belém, 2021. Disponível em:

<https://www.indexlaw.org/index.php/revistadgrc/article/view/6474>. Acesso em 01.06.2024.

COLLARES, Cristiane Lorenzetti. Endividamento dos servidores ativos, aposentados e pensionistas do poder executivo do Estado do Ceará com empréstimos consignados. 2019. 39f. - Dissertação (Mestrado em Economia do Setor Público) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade - FEAAC, Programa de Economia Profissional - PEP, Universidade Federal do Ceará - UFC, Fortaleza (CE), 2019. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/48448>. Acesso em: 16 fev. 2024.

COSTA, Cora Cristina Ramos Barros. A proteção jurídica da hipervulnerabilidade do idoso superendividado na sociedade de consumo. 2017. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Disponível em <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/26041>. Acesso em 01 maio 2024.

DAURA, Samir Alves. Superendividamento do consumidor: abordagem estrutural e comportamental à luz do princípio do crédito sustentável. 2018. 197 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2018. Acesso em 01 maio 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/22098>.

EVANGELISTA, Lúcio Anderson Moreno. O fenômeno do superendividamento por empréstimo consignado para aposentados e pensionista do INSS. 2024. 102 f. Dissertação (Programa Stricto Sensu em Direito) - Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2024. Disponível em: <https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/3434>. Acesso: 28 agosto 2024. 2318

GONÇALVES, Carlos Roberto. Direito Civil Brasileiro, v. 4. São Paulo: Saraiva, 2021. EPub.

MACHADO, H. R. V.; MILANEZ, F. C. A vulnerabilidade qualificada do consumidor idoso e o superendividamento: uma análise da Lei 14.181/21. Revista de Direito, [S. l.], v. 14, n. 01, p. 01-31, 2022. DOI: [10.32361/2022140113842](https://doi.org/10.32361/2022140113842). Disponível em: <<https://periodicos.ufv.br/revistadir/article/view/13842/7341>>. Acesso em: 11 de maio de 2024.

MARQUES, Claudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 8 ed. ver, atual. e ampl. - São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MARRI, Izabel. Censo 2022: número de pessoas com 65 anos ou mais de idade cresceu 57,4% em 12 anos. [Online]. - Agência Notícias IBGE, 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38186-censo-2022-numero-de-pessoas-com-65-anos-ou-mais-de-idade-cresceu-57-4-em-12-anos>. Acesso em: 07 maio 2024.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor, direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor.* 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MOREY, Lohran Reis Bernardino; AGUIAR, Lucas Alves de; GOMES, Sebastião Edilson Rodrigues. *DIREITOS DO IDOSO: UM OLHAR ACERCA DAS FRAUDES EM EMPRÉSTIMOS CONSIGNADOS.* Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação, [S. l.], v. 8, n. 5, p. 740–755, 2022. DOI: 10.51891/rease.v8i5.5549. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/5549>. Acesso em: 17 fev. 2024.

NUNES, Rizzato. *Curso de direito do consumidor.* 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

OLIVEIRA, Lúcia Dal Molin. *Relações de consumo e abuso nos contratos de crédito consignado aos idosos enquanto sujeitos hipervulneráveis: uma análise dos processos apreciados pelas Turmas Recursais do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul nos anos de 2017 e 2018.* 2020. 127 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-graduação em Direito, Faculdade de Direito, Universidade Federal de Pelotas, 2020. Disponível em: <http://guaiaca.ufpel.edu.br/handle/7707>. Acesso em: 20 nov. 2023.

PORTO, Elisabete Araújo. *Evolução do crédito pessoal no Brasil e o superendividamento do consumidor aposentado e pensionista em razão do empréstimo consignado.* 2014. 161 f. Dissertação (Mestrado em ciências Jurídicas) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/4428>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

2319

---

REVI, Silvia Regina Ali Zeitoun. *Cláusulas abusivas nos contratos bancários: a defesa do consumidor como princípio de ordem econômica constitucional.* 2021. 148 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Nove de Julho, São Paulo. Disponível em: <http://bibliotecade.uninove.br/handle/tede/2527>. Acesso em 12 janeiro 2024.

REZENDE JÚNIOR, Gilmar. *O papel do Estado/Juiz na prestação jurisdicional nas lides de consumo e a inconstitucionalidade da Súmula 381 do Superior Tribunal de Justiça.* 2018. 127 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito do Sul de Minas. Pouso Alegre – MG. Disponível em: <https://www.fdsu.edu.br/conteudo/dissertacoes/1d065316c25a7ff3a38dd7063682f9eo.pdf>. Acesso em: 12 janeiro 2024.

SILVA, Karine Martins da. SANTOS, Eventon Balbo dos. *A hipervulnerabilidade da pessoa idosa ante à concessão indiscriminada de empréstimos consignados.* 2023. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito). Centro Universitário Faema – UNIFAEMA. Ariquemes/RO, 2023. Disponível em: <https://repositorio.unifaema.edu.br/bitstream/123456789/3354/1/KARINE%20MARTINS%20DA%20SILVA.pdf>. Acesso em: 12 janeiro 2024.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de Direito do Consumidor. Direito material e processual.* 4 ed. São Paulo: MÉTODO, 2015.

VIANA, Sandro Roberto Rodrigues. Crédito consignado e endividamento dos servidores técnico-administrativos: uma análise econômica da situação da Universidade de Brasília. 2020. 134f. Dissertação (Mestrado), Universidade de Brasília (UNB), Brasília (DF), 2020. Disponível em [http://www.realp.unb.br/jspui/bitstream/10482/39675/1/2020\\_SandroRobertoRodriguesViana.pdf](http://www.realp.unb.br/jspui/bitstream/10482/39675/1/2020_SandroRobertoRodriguesViana.pdf) Acesso em: 24 fev. 2024.