



A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR IDOSO E O SUPERENDIVIDAMENTO COMO FATOR CONSEQUENTE

THE HIPERVULNERABILITY OF THE ELDERLY CONSUMER AND OVERINDEBTEDNESS AS A CONSEQUENTIAL FACTOR

Lury Guilherme de Alexandrina¹
Juliana Maciel²

RESUMO

O presente artigo busca evidenciar a realidade do consumidor idoso no âmbito da relação consumerista diante da anomalia do superendividamento. Portanto, faz-se necessário a pergunta, há proteção jurídica ao consumidor idoso frente ao superendividamento? Analisando o contexto histórico, especificamente, a revolução industrial e o crescimento do mercado de consumo, pode se dizer que estes fatores contribuíram para o desenvolvimento do consumo descontrolado e a facilitação do crédito, somando a falta de legislação específica para proteger o consumidor do superendividamento. Todavia, a resposta continua incerta, pois o resguardo jurídico brasileiro é embrionário, dificultando conclusões primárias acerca das alterações trazidas pela Lei n. 14.181/2021, que altera o Código de Defesa do consumidor criando um capítulo para tratar especificamente da proteção ao superendividamento. O objetivo do presente artigo é verificar a hipervulnerabilidade do consumidor idoso nas relações de consumo e as singularidades presentes nas relações de consumo em que o idoso figura como consumidor, a fim de demonstrar a necessidade de proteção específica quanto ao superendividamento e esclarecer as alterações que a Lei n. 14.181/2021 trouxe ao ordenamento jurídico brasileiro. A metodologia utilizada na pesquisa é bibliográfica, exploratória e qualitativa. Pôde-se concluir com a pesquisa que a regulamentação do superendividamento de forma tardia acarretou consequências graves ao idoso, como os empréstimos pessoais a juros exorbitantes, além do problema social envolto dos maus pagadores de dívidas, o que resta é aguardar o reflexo da Lei n. 14.181/2021.

Palavras-Chave: Consumidor. Responsabilidade. Idoso. Hipossuficiência. Prevenção. Tratamento.

¹Graduando em Direito, Universidade do Contestado, Canoinhas. Santa Catarina. Brasil. E-mail: lury.alexandrina@aluno.unc.br

²Graduada em Direito pela Universidade do Contestado (UNC) em 2015, especialista em Direito Público pela Uniasselvi em 2017, mestranda em Desenvolvimento Regional pela Universidade do Contestado (UNC) em 2021/2023, docente do curso de Direito da Universidade do Contestado (UNC) desde 2018, Campus Canoinhas. Santa Catarina. Brasil. E-mail: juliana.maciel@professor.unc.br

ABSTRACT

This article seeks to highlight the reality of the elderly consumer in the context of the consumer relationship facing the anomaly of over-indebtedness. Therefore, it is necessary to ask, is there legal protection for elderly consumers against over-indebtedness? Analyzing the historical context, specifically, the industrial revolution and the growth of the consumer market, it can be said that these factors contributed to the development of uncontrolled consumption and credit facilitation, adding to the lack of specific legislation to protect consumers from over-indebtedness. However, the answer remains uncertain, as the Brazilian legal safeguard is embryonic, making it difficult to reach primary conclusions about the changes brought about by Law n. 14.181/2021, which amends the Consumer Defense Code, creating a chapter to specifically address the protection of over-indebtedness. The aim of this article is to verify the hypervulnerability of elderly consumers in consumer relations and the singularities present in consumer relations in which the elderly figure as a consumer, in order to demonstrate the need for specific protection regarding over-indebtedness and clarify the changes that the Law no. 14.181/2021 brought to the Brazilian legal system. The methodology used in the research is bibliographical, exploratory and qualitative. It can be concluded from the research that the regulation of over-indebtedness lately had serious consequences for the elderly, such as personal loans at exorbitant interest, in addition to the social problem involved in bad debt payers, what remains is to wait for the reflection of Law n. 14.181/2021

Keywords: Consumer. Responsibility. Old man. Low sufficiency. Prevention. Treatment.

1 INTRODUÇÃO

O consumo é considerado, ordinariamente, como comportamento para satisfação de desejos sem necessariamente suprir uma necessidade. O consumo exacerbado gera uma conduta a qual consumir deixa de ser meio e passa a ser fim, levando o consumidor a adquirir bens e serviços desenfreadamente, gerando então, o superendividamento. Ademais, as formas de publicidade, por vezes velada, induzem o consumidor a realizar compras descontroladas, levado por um padrão onde há aquisição de determinado produto ou serviço faz com que você faça parte de determinado grupo social.

Tal conduta social faz com que muitos consumidores adquiram produtos e serviços que não são extremamente necessários para sua qualidade de vida ou pior, não tenho condições de honrar com o pagamento. Desta feita, a pesquisa tem o

condão de demonstrar o cenário de endividamento da população brasileira e especialmente o superendividamento do consumidor idoso.

Partindo deste pressuposto, através de pesquisa bibliográfica, exploratória e qualitativa, o artigo foi dividido em três subtítulos, sendo o primeiro sobre a origem do superendividamento e sua consequência na sociedade, o segundo trata da hipervulnerabilidade do consumidor idoso e o último trata da proteção Jurídica do Consumidor Idoso frente ao superendividamento, a fim de responder o questionamento, se há proteção jurídica ao consumidor idoso frente ao superendividamento?

A primeira parte reflete sobre a origem do superendividamento e sua consequência na sociedade, trazendo um apanhado histórico de como a população chegou a situação de não conseguir honrar com o pagamento das suas dívidas e como o mercado de consumo influenciou para isso.

A segunda parte do artigo trata da hipervulnerabilidade do consumidor idoso e as singularidades presentes na relação de consumo em que o idoso desponta como consumidor e as principais relações de consumo que levam o idoso ao superendividamento, como os empréstimos pessoais.

Por fim, a terceira e última parte da pesquisa aborda o superendividamento do consumidor idoso, trazendo as informações estatísticas mais atuais encontradas, a legislação nacional vigente e a recente alteração ao Código de Defesa do Consumidor pela Lei n. 14.181/2021 que traz um capítulo novo ao Código para regulamentar a proteção do consumidor ao superendividamento.

2 DA ORIGEM DO SUPERENDIVIDAMENTO E SUA CONSEQUÊNCIA NA SOCIEDADE

As revoluções que implodiram na sociedade moderna, conjuntamente com a ascensão do Estado de direito, em particular, a Revolução industrial e o mercado de consumo, impulsionaram a circulação de produtos e serviços em quantidades exorbitantes. Desta forma, derivou-se a cultura de consumo acerbado. Nota-se que com essa elevação, o consumo de interesse básico passa para um consumo descontrolado em busca de status pessoal e bem-estar (BAUMAN, 2008).

Desta forma, a elevação de produtos e serviços introduzidos no mercado acarretou no aumento das relações de consumo. Portanto, foi necessário um Estado mais intervencionista, para impedir que as relações entre consumidor e fornecedor fossem desequilibradas, passando então, a atuar com mais incisão nas relações consumeristas.

Observa-se que o modelo de consumo atual é fruto das metamorfoses sociais que foram geradas como bagagens da nossa história, através de desenvolvimento de novas técnicas e conceitos que demonstram a evolução de ideais jurídicos na esfera consumerista (AZEVEDO, 2012).

A sociedade contemporânea se destaca pela sua insaciável vontade de consumir, tendo o interesse finalístico o alcance do bem-estar e status para sua vida. O sujeito, através de seu desejo, consome sem hesitação, tendo como objetivo alcançar uma posição de vida melhor, para então, atingir conforto e realização pessoal.

Todavia, tal atitude, muitas vezes foge do controle, originando o não cumprimento de suas obrigações, ocasionando a insolvência em relação as suas dívidas.

Conforme explica Bauman (2008, p. 74):

A vocação consumista se baseia, em última instância, nos desempenhos individuais. Os serviços oferecidos pelo mercado que podem ser necessários para permitir que os desempenhos individuais tenham curso com fluidez também se destinam a ser a preocupação do consumidor individual: uma tarefa que deve ser empreendida individualmente e resolvida com a ajuda de habilidades e padrões de ação de consumo individualmente obtidos. Bombardeados de todos os lados com sugestões de que precisam se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas se quiserem ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam, desempenhar suas obrigações sociais e proteger a auto-estima – assim como serem vistos e reconhecidos por fazerem tudo isso –, consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão a não ser que respondam com prontidão a esses apelos.

Portanto, o sujeito acreditando ser necessário adquirir produtos e serviços para ser aceito em determinado grupo social, não analisa o objeto que futuramente será adquirido e se este é nocivo ou não, supérfluo ou não, levando-o então ao endividamento. Ademais, a falta de planejamento em relação aos gastos, faz o indivíduo gastar mais do que arrecada, ainda mais, a falta de interesse em buscar

orientações juntos aos órgãos de proteção de consumidor agrava a situação do indivíduo (PINTO, 2012).

Conforme dispõe Santos e Oliveiras (2011, p. 157-158):

Diariamente surgem novos produtos no mercado, uma nova moda, uma nova tendência com finalidades únicas e exclusivas de propiciar felicidade, as quais devem ser renovados/substituídos continuamente pelo incansável ciclo do consumo. Desse modo, pode-se estabelecer a seguinte relação: compro logo, existo. Instigante afirmação que delimita a tênue linha entre o sucesso e o fracasso individuais. Instaura-se, no entanto, um paradoxo: se, a primeira vista, se pode pensar que o consumo existe justamente para proporcionar felicidade, depois de feita uma análise mais detalhada, considera-se que o que ocorre, geralmente, é o oposto. As necessidades se multiplicam em um ritmo tão acelerado que se torna praticamente impossível satisfazer todas elas, ao saciar uma, outra já está a postos aguardando providências. Estresse, depressão, ruína nos relacionamentos interpessoais, superendividamento são somente algumas consequências desse quadro. Porém, estranhamente, parece ser exatamente isso o que o mercado deseja, ou seja, tornar os indivíduos dependentes do consumo, eternos insatisfeitos em busca do externo, de algo para completá-los e consolá-los, realizando uma nova promessa de felicidade.

Além do mais, o fornecedor explora o consumidor através de propagandas massivas, que induzem o consumidor a pensar que para ser feliz, precisam ter o carro do ano, roupas de grife, celulares de última geração, para então, conquistarem a felicidade plena.

Partindo agora ao conceito de superendividamento, destaca-se o ensinamento de Claudia Lima Marques (2006, p. 256) a qual conceitua superendividamento como “a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas suas dívidas atuais e futuras de consumo.” Portanto, entender que quando o consumidor adquire várias obrigações, acarretará da incapacidade do sujeito de adimplir suas dívidas, tendo em vista que seu orçamento não consegue suprir tantas obrigações.

O fato gerador mais vultoso do superendividamento, é a ideia de que o sujeito deve consumir exacerbadamente.

O termo superendividamento também é aceito como meio de prevenção para o consumidor, para que não venha a declarar sua insolvência, admitindo sua incapacidade de administrar seu orçamento (GIANCOLI, 2008). Todavia, a falta de conscientização por parte do Estado, gera déficit na relação de consumo, levando a desigualdade entre fornecedor e consumidor.

Conforme o ensinamento de Marques (2005, p.44):

Este estado é um fenômeno social e jurídico a necessitar algum tipo de saída pelo direito do consumidor, e exemplo do que aconteceu com a falência e a concordata no direito da empresa: seja por meio de parcelamento, prazos de graça, redução de montantes, dos juros, das taxas, seja por todas as demais soluções possíveis para que possa pagar ou adimplir todas ou quase todas as suas dívidas em face de todos os credores, fortes e fracos, com garantias ou não. Tais soluções, que vão desde a informação e controle da publicidade, direito de arrependimento, tanto para prevenir como para evitar a ruína do parceiro (exceção da ruína), que seria sua, morte civil", sua exclusão do mercado de consumo ou sua, falência "civil com o superendividamento.

Ocorre que o superendividamento se torna mais suscetível em países que possuem o sistema capitalista, e se torna extremamente perigoso quando acrescida em economias subdesenvolvidas, como é o caso do Brasil.

Conforme explica Lima e Bertoncetto (2012, p. 44):

No Brasil, estamos longe do estágio da autonomia da vontade educada, porquanto os consumidores não sabem como atuar no processo de decisão, ainda celebram contratos de forma impulsiva, sem reflexão. Estas condutas automatizadas são sistematicamente exploradas na publicidade ou nas técnicas de venda, o que se revela especialmente grave quando são atingidos consumidores psicologicamente frágeis, com baixo grau de instrução, ou, então, aqueles mais imprudentes, porque são menos capazes de extrair as informações relevantes do contrato ou de avaliar a extensão das obrigações assumidas.

Destaca-se que o superendividamento não é um problema pessoal, mas social e jurídico. Outrossim, verifica-se dois tipos de consumidores, aqueles que possuem fácil acesso ao crédito, e aqueles desfavorecidos, cuja a pobreza e a insuficiência de recurso são fato (LIMA LOPES, 1996). Todavia o acesso ao crédito é facilitado para ambos, ou seja, todos os tipos de consumidor estarão sujeitos ao superendividamento (GIANCOLI, 2008).

Ademais, não se pode considerar superendividamento o atraso temporário de uma determinada dívida, pois logo será possível realizar o pagamento do débito em atraso. Todavia, o consumidor superendividado não possui controle sobre suas obrigações, não conseguindo realizar o pagamento da dívida por um longo tempo, levando-o a atingir o inadimplemento definitivo (MARQUES, 2006).

Há que se observar dois tipos de endividamento, o ativo e o passivo. Onde o endividamento ativo é aquele em que o consumidor age de forma negligente e

impulsiva na contratação de crédito, não conseguindo honrar com o pagamento do débito. Já o endividamento passivo, diz respeito a um imprevisto, ou seja, o endividamento se dá por uma circunstância alheia à sua vontade, como por exemplo, a doença de um membro da família, desemprego e desastres naturais (MARQUES, 2000).

Cumpre salientar, que os incentivos e a distribuição de crédito estatais não são um problema em si só, os indivíduos possuem necessidades vitais e necessitam do crédito, portanto o próprio consumo é dependente (BIONI, 2015).

Ademais, o Estado percebendo que o mercado precisa de consumidores para seu crescimento e entendendo que nem sempre os consumidores vão possuir dinheiro para adquirir bens, cria o “crédito de consumo”, “um sistema de financiamento, por meio de crédito direto concedido por financeiras e bancos” (LOPES, 1996, p.57).

Contudo, a irresponsabilidade e negligência por parte do Estado em relação a conscientização e educação dos consumidores, fez com que o crédito se tornasse um problema social, tornando o consumidor a parte mais prejudicada.

Todavia, à esperança para uma melhora na educação financeira, o Governo Federal através de um projeto nomeado de “Aprender Valor” que ainda está em fase de teste, tem por objetivo incluir a matéria de educação financeira nas escolas públicas. Seis estados do Brasil vêm experimentando tal projeto, sendo eles, Ceará, Minas Gerais, Paraná, Mato Grosso do Sul, Distrito Federal e Pará (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2020).

É notório, que a falta de educação financeira nas escolas não prepara o jovem aluno ao mundo financeiro. Conjuntamente, o Estado ao fornecer crédito fácil ao consumidor colabora com o endividamento em massa. Conforme destaca Schmidt Neto (2012, p. 62), “a massificação do acesso ao crédito a particulares, embora não seja o único, é o principal causador do superendividamento”. Portanto, tal ação agrava a situação do consumidor, levando-o ao inadimplemento.

Com a falta de informação, o consumidor é induzido a gastar descontroladamente por conta das propagandas. Ao realizar compras que não necessitam, conseqüentemente prejudicarão seu orçamento.

Desta forma, o mercado vê o consumidor não mais como pessoa, mas sim como um simples número que somente serve para consumir. Os métodos utilizados

pelas propagandas não têm por objetivo informar, mas claramente persuadir o consumidor a realizar compras (BESSA, 2007).

Portanto, são vários os motivos que fazem o consumidor chegar à inadimplência, seja a vontade própria de consumir, como também as eventualidades que o sujeito não possui controle. Porquanto, a consequência é a mesma, o endividamento.

Há que se destacar um tipo específico de consumidor vulnerável, o qual é classificado como hipervulnerável, que é o caso dos consumidores idosos.

Conforme a última pesquisa realizada pelo SPC Brasil, no ano de 2015 tivemos uma elevação de 8,56% dos consumidores entre 65 à 94 anos com dívidas atrasadas, enquanto a média nacional foi de 4,86%. A estimativa de 4,3 milhões de idosos inadimplentes, o que equivale cerca de 27% da população nessa faixa de idade (SPC, 2015).

3 HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR IDOSO

A proteção da pessoa idosa possui sua égide na Constituição Federal de 1988, artigo 230, o qual diz que, "A família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida" (BRASIL, 1988). Nessa perspectiva, vemos a legislação protegendo o ser humano hipervulnerável, assegurando prerrogativas fundamentais a qual o idoso está inserido, como à dignidade, à vida e à igualdade (MORAES, 2006).

Em relação a proteção do idoso no Brasil o qual é regulamentado pela Lei nº 10.741/03, denominada de "Estatuto do Idoso", e tem seu principal objetivo fornecer segurança jurídica as pessoas idosas. Cumpre salientar, que idoso é a pessoa com mais de sessenta anos de idade (BRASIL, 2003).

O citado diploma legal está vigente desde janeiro de 2004 e tem por objetivo realizar a inclusão social dos idosos no Brasil, garantindo-lhes tratamento isonômico. Utilizando desse diploma legal, pretende-se encerrar a visão de que os idosos devem ser mantidos no limbo da sociedade e tratados como seres inferiores (BRAGA, 2001).

Consequentemente, ao verificar que o superendividamento do idoso alcançou o Superior Tribunal de Justiça, o que demonstra a importância de se resguardar o direito dos Idosos, conforme jurisprudência a seguir:

RECURSO ESPECIAL. DIREITO CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. IRRESIGNAÇÃO SUBMETIDA AO CPC/73. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. CONTRATAÇÃO DE CARTÃO DE CRÉDITO POR APOSENTADOS E PENSIONISTAS. ALEGAÇÃO DE QUE A SISTEMÁTICA CONTRATUAL FAVORECE O SUPERENDIVIDAMENTO. TRATAMENTO DISCRIMINATÓRIO DISPENSADO AOS IDOSOS. RECURSO ESPECIAL PROVIDO. 1[...] 2[...] 3[...] 4[...] 5[...] 6[...]. 7. A Corte de origem concluiu que a sistemática de funcionamento do Cartão Sênior causava dúvidas ao cliente e favorecia o superendividamento, porque pressupôs que os idosos, sendo uma categoria hipervulnerável de consumidores, teriam capacidade cognitiva e discernimento menores do que a população em geral. [...] 8[...] 9[...] 10[...] 11[...] 12. Recurso especial provido (BRASIL, 2018).

Analisando o mercado de consumo, e conforme foi dito no capítulo anterior, o idoso se encontram em uma situação de risco, onde as empresas utilizam do marketing massivo como tática principal. Esse método tem por objetivo arrecadar mais compradores, assim, não se importando com as dificuldades do consumidor idoso para sobreviver. Logo, o consumidor idoso sofre elevadamente mais prejuízo durante esse tipo de ação.

Partindo deste pressuposto, Baudrillard (1981, p. 91) assegura:

Além da necessidade real de consumo, isto é, aquela diretamente ligada à subsistência, que envolve a aquisição de alimentos, e de vestimentas, a época pós-moderna sugere e cria outras necessidades no consciente dos indivíduos, gerando um cenário de consumo exacerbado. Essas necessidades, muitas vezes, impulsionadas pela publicidade, têm bases psicossociais e econômicas. Para o homem do consumo, importa experimentar de tudo, uma vez que se encontra assediado pelo medo de falhar na busca de qualquer prazer imaginável.

Conforme conceitua Cláudia Lima Marques (2005), a vulnerabilidade pode ser observada através de quatro primas: vulnerabilidade informal, técnica, jurídica e vulnerabilidade fática, essa última será a primeira a ser abordada.

A vulnerabilidade informacional, no âmbito do mercado de consumo, é o preposto que gera o maior desequilíbrio na relação de consumo, tendo em vista que a certeza informacional é alcançada apenas por um polo da relação, no caso o fornecedor. (MARQUES, 2005).

Ademais, o dever de informar o consumidor de todas as informações necessárias e corretas acerca do possível produto ou serviço que será adquirido parte da boa-fé do fornecedor (MARQUES, 2005).

Conforme dispõe Schmitt (2004, p. 207):

Um intenso fator de desequilíbrio, nesse caso, atinge o consumidor, que tem o minus da informação, o que impõe ao fornecedor, o expert da cadeia de consumo, a adoção de aparatos que compensem esse novo fator de risco para a sociedade, em especial, aos consumidores. Assim, é dever do fornecedor compartilhar aquilo que somente ele sabe acerca do produto ou serviço, desde os primórdios de um processo de elaboração de bens, até a definição de elementos negociais inseridos nos contratos entabulados com os consumidores.

Analisando a vulnerabilidade técnico-científica, parte do pressuposto de que o consumidor não possui conhecimento de como o produto foi produzido ou como o serviço está sendo prestado. Além do mais, apenas o fornecedor possui o conhecimento técnico do bem ou serviço que está fornecendo.

Tal vulnerabilidade se faz presumida analisando o Código de Defesa do Consumidor, mesmo em casos atípicos, quando o profissional adquire determinado bem ou produto com objetivo final, para própria utilização (MARQUES, 2005).

Analisando a terceira fragilidade do consumidor, a vulnerabilidade jurídica, pode-se dizer que a maior dificuldade do consumidor é interpretar os contratos de consumo, visto que, são constituídos por termos técnicos e complexos, que em nada facilitam o entendimento do consumidor, prejudicando a resolução do problema, por falta de compreensão do contrato (MARQUES, 2005).

Seguindo no aspecto da vulnerabilidade jurídica, Miragem (2016, p.129) conceitua como “a ausência de compreensão sobre as consequências jurídicas dos contratos que celebra”.

Em relação a vulnerabilidade fática, pode se dizer que é o desequilíbrio socioeconômico em uma relação de consumo. Sendo que, em um polo há o fornecedor, o qual possui o poderio econômico e domínio sob aquele produto ou serviço, em contrapartida há o consumidor, o qual não possui conhecimento técnico em relação ao produto ou serviço que vai adquirir.

Portanto, constata-se que a vulnerabilidade se manifesta de várias formas em frente a dificuldade e desequilíbrio na relação de consumo, visto que, o fornecedor possui vantagem na relação de consumo (MARQUES, 2005).

Pode-se dizer que todo consumidor é vulnerável nas relações de consumo. Todavia, o consumidor idoso é considerado hipervulnerável, diante das condições inerentes a idade avançada. Segundo Nishiyama e Densa (2010, p.19) “na ótica do consumidor idoso, tratá-lo como hipervulnerável significa compreender que a sua idade potencializa sua fragilidade como consumidor, exigindo-lhe um tratamento especial”.

Quanto a vulnerabilidade, Pasqualotto e Soares (2017, p. 84) assegura:

No âmbito do CDC, a vulnerabilidade funciona como princípio, e a hipervulnerabilidade pode atuar como regra. Com isso, quer-se dizer que um determinado resultado, em uma demanda que trata de hipervulnerabilidade, terá como pressuposto, um maior rigor na análise de conduta do fornecedor. Vale dizer: na hipervulnerabilidade é possível exigir do fornecedor um maior cuidado na formação desse vínculo com o consumidor e na sua execução, que pode não ser o mesmo de uma relação em que a hipervulnerabilidade não está presente.

No âmbito das relações de consumo, é necessário que o idoso tenha uma maior proteção visto sua vulnerabilidade. Assim como, ações que busquem incluir o idoso na sociedade.

Alexandre de Moraes (2006, p.33) assegura:

A Constituição Federal de 1988 adotou o princípio da igualdade de direitos, prevendo a igualdade de aptidão, uma igualdade de possibilidades virtuais, ou seja, todos os cidadãos têm o direito de tratamento idêntico pela lei, em consonância com os critérios albergados pelo ordenamento jurídico. Desta forma, o que se veda são as diferenciações arbitrárias, as discriminações absurdas, pois o tratamento desigual dos casos desiguais, na medida em que se desigualem, é exigência tradicional do próprio conceito de Justiça.

Claudia Lima Marques (2002, p. 44) reconhece dois aspectos principais da hipervulnerabilidade do consumidor idoso, sendo, “a diminuição ou perda de aptidões físicas e intelectuais que o torna mais suscetível e débil em relação à atividade comercial” (que nada mais é do que a vulnerabilidade fática citada acima) e “a dependência de determinados produtos e serviços, bem como a catividade, tornando-o consumidor idoso ainda mais suscetível e submisso ao fornecedor.”

Durante a história, os idosos foram preteridos à sua própria sorte, sendo tratados às margens da sociedade e sendo considerados indignos de tratamentos igualitários e mesmo após a Constituição Federal e o Estatuto do idoso, esse tratamento não mudou completamente. Todavia, com o aumento da expectativa de vida, conseqüentemente, o aumento do número de idosos, está ocorrendo uma mudança nessa visão, acarretando uma metamorfose na sociedade em relação aos idosos, fazendo que a hipervulnerabilidade ganhe vasta atenção, inclusive pelos Tribunais pátrios (SCHIMITT, 2014)

Conforme a última pesquisa realizada pelo IBGE, no ano de 2012, a população com 60 anos no Brasil era de 25,4 milhões. Contudo, a tenência de envelhecimento nos últimos anos ganhou 4,8 milhões de idosos, superando a marca de 30,2 milhões em 2017, correspondendo a um crescimento de 18% (IBGE, 2018).

Na esfera internacional, o consumidor idoso, por meio da resolução 33/52 da Assembleia Geral da ONU, foi referendado com proteção especial.

Nesta Lógica, Miragem (2008, p.66) assegura:

Os governos deverão: a) Garantir que os alimentos, os produtos domésticos, as instalações e os equipamentos cumpram normas de segurança levando em conta a vulnerabilidade das pessoas de idade; b) Incentivar o uso seguro dos medicamentos, os produtos químicos domésticos e outros produtos, exigindo que os fabricantes coloquem esses produtos as advertências e as instruções necessárias para seu uso; c) Facilitar a disponibilidade de medicamentos, aparelhos auditivos, próteses dentárias, óculos e outras próteses, para que os idosos possam continuar uma vida ativa e independente; d) Limitar a publicidade intensiva e outras técnicas de venda destinadas fundamentalmente a explorar os escassos recursos dos idosos. Os organismos governamentais deverão colaborar com as organizações não governamentais em programas de educação do consumidor. Deve-se insistir junto às organizações internacionais interessas para que promovam uma ação conjunta dos Estados Membros para proteger os consumidores idosos.

A proteção especial foi referendada através do Plano de Ação Internacional para o Envelhecimento, que foi aprovado pela Segunda Assembleia que discutiu o mesmo assunto, onde ocorreu no ano de 2002, em Madrid, ao qual foi dirigido a maior necessidade de amparo para medidas que restringem fraudes praticados contra consumidores idosos, solicitando que governos realizassem leis que eliminassem as práticas nocivas que cercam o consumidor idoso (ONU, 2002).

Conforme descreve Marques (2011, p.21), “a hipervulnerabilidade é uma situação social fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa física

consumidora, em razão das características pessoais aparentes ou conhecidas pelo fornecedor, como a idade avançada dos idosos”. Portanto, a hipervulnerabilidade do consumidor idoso, necessita de resguardo e políticas públicas incisivas.

É de relevância social que não haja discriminação com o consumidor hipervulnerável, analisando que, um dia todas as camadas da sociedade chegarão a essa idade. Portanto, a metamorfose deve acontecer o quanto antes, através de ações que ajam agora, para que no futuro não haja pessoas e sistemas discriminatórios, analisando somente o econômico e esquecendo do ser.

4 A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR IDOSO FRENTE AO SUPERENDIVIDAMENTO

Em 2 de julho de 2021, foi publicada a Lei n. 14.118/21 (BRASIL, 2021) que alterou o Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto do Idoso e tem por objetivo aperfeiçoar a disciplina do crédito e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

Conforme Thomaz (2009, p. 136), o qual discorre sobre os principais objetivos de se proteger o consumidor, “a publicidade enganosa e abusiva; os métodos comerciais coercitivos ou desleais, que nada mais são do que as práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”.

Com a vigência da nova lei, o Código de Defesa do Consumidor terá novos métodos para resolução dos casos de superendividamento, mas de todo modo, observando a jurisprudência anterior à lei, verifica-se a necessidade dessas alterações legislativas, conforme assegura uma decisão do Superior Tribunal de Justiça (BRASIL, 2007, on-line), explicitado no voto do Ministro Herman Benjamin na relatoria do Recurso Especial nº 586316/MG:

O Código de Defesa do Consumidor, é desnecessário explicar, protege todos os consumidores, mas não é insensível à realidade da vida e do mercado, vale dizer, não desconhece que há consumidores e consumidores, que existem aqueles que, no vocabulário da disciplina, são denominados hipervulneráveis, como as crianças, os idosos, os portadores de deficiência, os analfabetos e, como não poderia deixar de ser, aqueles que, por razão genética ou não, apresentam enfermidades que possam ser manifestadas ou agravadas pelo consumo de produtos ou serviços livremente comercializados e inofensivos à maioria das pessoas.

O Código de Defesa do Consumidor dispõe no artigo 6º, inciso IV, os direitos básicos do consumidor (BRASIL, 1990), os quais não são respeitados nas relações de consumo.

O fornecedor ao facilitar crédito ao consumidor, sem ao menos analisar a condição financeira deste, ajuda, mesmo que indiretamente, a endividar-se.

O consumidor adquire essas ofertas com o objetivo de realizar o pagamento de outros créditos vencidos, celebra a contratação, sem ao menos analisar a oferta, levando-o ao superendividamento. Portanto, essas propostas facilitadas trazem prejuízos ao consumidor, devendo ser proibidas pelo CDC (OLIBONI, 2016).

Em relação à publicidade, serve como um método indutor, que leva o consumidor a contratar de forma desmedida, sendo necessário resguardar especialmente aquele consumidor hipervulnerável, como o idoso. (NUNES, 2005).

Conforme discorre Marques (2006, p. 832):

Apenas a ponta do iceberg do endividamento, pois assim como eles servem para privar o consumidor de crédito, servem para fazer comércio com as dificuldades e dados privados alheios, servem para monitorar os hábitos de consumo, servem para invadir privacidade de consumidores especiais (ricos, idosos, homossexuais, doentes) e servem para conceder mais crédito aos que já estão superendividados ou em vias de se superendividarem.

É notório que tais normas não são, na maioria das vezes, respeitadas pelos fornecedores, os quais usam da má-fé e métodos maliciosos, conseqüentemente, celebram contratos com consumidores que já estão inadimplentes e, o fornecedor, sabendo dessa inadimplência - por meio do banco de dados - soma a dívida do consumidor, realizando um novo contrato, levando-o a acreditar que está resolvendo um problema, todavia, só está postergando para uma data futura (MARQUES, 2006).

Ademais, antes da Lei 14.118/2021 ter entrado em vigor, os tribunais já reconheciam o fenômeno do superendividamento, através de julgados.

O Tribunal de Justiça de Santa Catarina (2021, on-line) decidiu o seguinte:

APELAÇÃO CÍVEL 50039414420208240092. "AÇÃO ANULATÓRIA DE CONTRATO DE CARTÃO DE CRÉDITO COM RESERVA DE MARGEM CONSIGNÁVEL, COM PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA, CUMULADA COM OBRIGAÇÃO DE FAZER, RESTITUIÇÃO DE VALORES EM DOBRO E DANOS MORAIS"? RMC. IRRESIGNAÇÃO DA AUTORA.DIREITO INTERTEMPORAL. DECISAO PUBLICADA EM OUTUBRO DE 2020. INCIDÊNCIA DO PERGAMINHO FUX.ALEGADA

NULIDADE DO CONTRATO DE CARTÃO DE CRÉDITO COM RESERVA DE MARGEM CONSIGNÁVEL (RMC). [...].

A Lei 14.118/21, a princípio, vem restaurar alicerces fundantes na relação de consumo, através da alteração do Código de Defesa do Consumidor e o Estatuto do Idoso, tem por finalidade, aperfeiçoar o método de fornecimento de crédito ao consumidor e trabalhar com a prevenção em assuntos financeiros como também tratar as pessoas superendividadas.

A modernidade que abrange essa Lei, tem em seu pilar, princípios fundamentais das relações de consumo, conforme descreve Joseane Suzart Lopes da Silva (2015, p. 361), “coadunam-se com a *ratio legis* da criação de um diploma legal específico para a proteção dos adquirentes e utentes finais de produtos e serviços ofertados pelo mercado no que tange ao superendividamento”. Sendo assim, em 11 de maio de 2021 o projeto de lei foi aprovado em plenário, desta feita, fica vigente a Lei 14.181, publicada na data de 2 de julho de 2021. (BRASIL, 2021).

Esta lei tem por finalidade instruir matéria específica, no âmbito nacional, acerca do superendividamento, conseqüentemente, colaborar para a proteção do consumidor, criando uma égide muito mais resistente e assertiva, evitando que o consumidor alcance a situação de endividado, levando risco à sua saúde financeira, prejudicando seu mínimo existencial, logo, a sua dignidade humana.

Dentre as várias mudanças que ocorreram, vale destacar a inclusão de dois novos incisos ao artigo 4º do CDC que trata das políticas nacionais da defesa do consumidor, incluindo a educação financeira e o tratamento ao superendividado no rol de princípios destas políticas, evitando desta feita a exclusão social dos mais vulneráveis. (BRASIL, 1990)

Todavia, para que esses princípios sejam colocados em prática, será necessária uma mudança na forma de operar esta política nacional das relações de consumo, portanto, foram criados dois novos incisos para o artigo 5º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990):

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: [...] VI - instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural; VII - instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento (Incluído pela Lei n. 14.181 de 2021).

A primeira inclusão diz respeito ao mecanismo judiciais e extrajudiciais para com a prevenção e tratamento aos consumidores, mas principalmente aos superendividados. Tal método vem buscar um novo caminho para resolução de problemas, não unicamente a via judicial. Em relação ao segundo inciso, vem para estabelecer a criação de centros de conciliação e mediação para resolver problemas relacionados ao superendividamento, ou seja, facilitar a resolução da demanda financeira por meio de acordos.

No tocante ao artigo 6º do CDC, foram incluídos três incisos, com a finalidade de elevar o resguardo jurídico dos consumidores. A dignidade da pessoa humana é o verdadeiro motivo para essa inclusão, abordando novos métodos de fornecimento de crédito, como o novo crédito responsável, a revisão e repactuação de dívidas, a educação financeira, a existência de um mínimo existencial e por último a detalha informação sobre preços dos bens e produtos que serão oferecidos (BRASIL, 1990).

Outra mudança que foi implementada se encontra no artigo 51 do CDC, que tem como objetivo traçar um rol de cláusulas abusivas nos contratos de consumo, passíveis inclusive de nulidade. Os incisos XVII e XVIII estabelecem como cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo, dificultar o acesso ao Poder Judiciário e impedir o restabelecimento do crédito do consumidor diante da pactuação de acordo (BRASIL, 1990).

A alteração de destaque trazida ao CDC por meio da Lei 14.181/2021 foi o acréscimo do Capítulo VI-A, dispondo sobre a “Prevenção e do Tratamento do Superendividamento”. Dentre as inclusões, o 54-A § 1º do CDC, destaca-se pela sua matéria a qual conceitua o superendividamento minuciosamente, para então conseguirmos identificar em cada caso concreto tal anomalia social.

O Artigo 54-A do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) dispõem o seguinte:

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).

Pode-se dizer então que o consumidor superendividado é aquele que não dispõe de recursos suficientes para pagar suas dívidas vencidas e vincendas sem comprometer a sua própria subsistência. Ressalta-se ser a situação vivida por muitos idosos, por conta dos empréstimos pessoais e consignados que realizam, como já frisado anteriormente.

Já o artigo 54-B do CDC, complementando o artigo 52 do mesmo Código, tem sua por objetivo a resolução sobre a ausência de informação apresentadas ao consumidor, portanto, sendo inserido neste artigo a obrigação de informar detalhadamente sobre taxas de juros, encargos dentre outras obrigações contidas no contrato (BRASIL, 1990).

Ademais, a criação do artigo 54-C do CDC, tem por força o anseio popular para dispor sobre “assédio ao consumidor”, objetiva evitar as incontáveis condutas que tem levado o consumidor a contratar o serviço de crédito. O exemplo que se pode demonstrar, encontra-se na contratação de crédito consignado para pensionista ou aposentado junto a previdência social, onde o desconto do débito se dá diretamente no benefício previdenciário.

Ocorre que o idoso ao buscar dinheiro rápido e fácil, realiza a contratação de vários empréstimos. Todavia, as empresas que fornecem tal crédito não se preocupam com a situação financeira do indivíduo, apenas o interesse em efetivar a relação consumerista. Levando desta forma, especialmente o consumidor idoso, ao superendividamento, colocando em risco a manutenção da própria vida.

Desta feita, demonstra-se extremamente relevante o que foi postulado no art. 54-C, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990):

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)
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)
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).

Já o art. 54-D do CDC cria mecanismos para que sejam prestadas informações suficientemente claras ao consumidor antes da contratação do crédito, ou seja, no momento que é ofertado o serviço será necessário que seja realizado uma análise da situação financeira do consumidor pelo fornecedor, a fim de que não seja liberado crédito aquele que possa estar superendividado (BRASIL, 1990).

Para que haja o cumprimento dos dispositivos embrionários, o artigo 54-D, parágrafo único do CDC, dispõe sobre a possibilidade de revisão contratual em benefício do consumidor, possibilitando até mesmo a inexigibilidade ou redução de juros e demais encargos previstos no contrato e dilatar o prazo para o pagamento, sem prejuízo para as demais sanções legais previstas (BRASIL, 1990).

Outrossim, a nova lei também trouxe alteração no capítulo V do CDC, o qual dispõe sobre a conciliação nos casos em que o superendividamento se manifesta. Em tal capítulo foram inseridos três novos dispositivos, dentre os três, destaca-se o artigo 104-A, o qual traz a possibilidade da elaboração de um plano para recuperação do consumidor que pode se estender por até cinco anos, o qual, através de um ato conciliatório, reunirá o credor e o devedor, na tentativa de recuperar o consumidor endividado e inclui-lo novamente ao mercado de consumo (BRASIL, 1990).

Por epílogo, vale salientar a preocupação do legislador frente ao consumidor idoso quando se trata do superendividamento, visto que, a Lei 14.181/21 além de trazer essas alterações significativas ao Código de Defesa do Consumidor também alterou o próprio Estatuto do Idoso (Lei 10.741/2003) incluindo o §3º no art. 96 do Estatuto do Idoso a fim de prever a possibilidade do fornecedor de crédito negar o empréstimo pessoal ou consignado a pessoa maior de 60 anos, sem tal conduta se configurar como crime de discriminação ao idoso (BRASIL, 1990).

Pode-se dizer que é visível a necessidade de proteção ao consumidor idoso, hipervulnerável, especialmente em relação a liberação de crédito, visto que, as ações abusivas dos fornecedores podem causar prejuízo irreparável a dignidade da pessoa idosa. Há que se afirmar que a sanção da Lei 14.181/21 faz-se valer maior protecionismo especialmente àqueles com maior vulnerabilidade social.

5 CONCLUSÃO

Conforme exposto, observa-se que a anomalia do superendividamento, consolidada pela sociedade capitalista de consumo, vem atingindo, em especial, o consumidor idoso, o qual aflige-se por conta da sua hipervulnerabilidade.

Assim sendo, faz-se de extrema importância a atualização e reforma do CDC e do Estatuto do Idoso, levando – teoricamente – resguardo jurídico muito mais rígido e cirúrgico para o consumidor idoso superendividado. Todavia, as instituições terão que se adaptar para aplicar essa nova norma, para que o consumidor idoso seja acolhido e efetivamente protegido.

Ademais, busca-se um maior resguardo jurídico para proteger o idoso superendividado, como visto, trata-se de consumidor hipervulnerável, ou seja, aquele que necessita de uma proteção muito mais elevada e ativa para que não sejam enganados e prejudicados.

O mercado de consumo fez as relações entre consumidor e fornecedor se tornarem um campo de batalha, tornando o indivíduo em “Ter” em vez de “Ser”. Conseqüentemente os mais vulneráveis – consumidor idoso – são os mais afetados por esse tipo de comportamento. Ademais, o sistema que deveria proteger os mais vulneráveis estava omissa, gerando maior lesividade ao indivíduo. Somente em julho de 2021 houve a sanção de uma norma que, teoricamente, vem proteger o consumidor idoso.

Outrossim, as conquistas alcançadas durante o século XX, como o reconhecimento dos Direitos Fundamentais dos Cidadãos e a Proteção à Dignidade da Pessoa Idosa, tornaram-se base fundante para o mérito desta Lei, utilizando das experiências da história para planejar o futuro.

É notório que a reforma do Código de Defesa do Consumidor conjuntamente com a inclusão do §3º no artigo 96 do Estatuto do Idoso fez-se mais do que benéfica para os consumidores brasileiros, pois sua matéria vem para efetivar e ampliar a tutela jurisdicional ao consumidor idoso superendividado, através de mecanismos de prevenção e proteção, além de ampliar os reforços já existentes, atribuindo-lhes força de lei.

Por fim, o projeto Aprender Valor estimula o desenvolvimento da habilidade da educação financeira aos estudantes brasileiros. Matéria que se faz importante no

plano de ensino, visando o crescimento intelectual dos jovens nas relações de consumo.

Quando iniciado esse artigo, o objetivo foi demonstrar a ausência de resguardo jurídico para os consumidores idosos e superendividados. Todavia, após a publicação da Lei 14.118/21, a esperança de um resguardo jurídico a esses indivíduos se torna realidade. Contudo, ainda é muito cedo para afirmar sua efetividade no ordenamento jurídico brasileiro.

REFERÊNCIAS

ATAÍDE, Camille da Silva Azevedo; SOARES, Dennis Verbicaro. O crédito como objeto de tensão qualificada na relação de consumo e a necessidade de prevenção ao superendividamento. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, Porto Alegre, n. 36, v. esp., p. 73-89, out., 2017. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/revfacdir/article/view/72782/44452>. Acesso em: 17 jun. 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. O que é o programa Aprender Valor?. **Programa Aprender Valor**. 2020. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/conteudo/home-ptbr/TextosApresentacoes/MM_Aprender_Valor.pdf. Acesso em: 27 out. 2021.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Arte & Comunicação, 2010.

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

BESSA, Leonardo Roscoe. **Aplicação do código de defesa do consumidor: Análise crítica da relação de consumo**. Brasília: Brasília Jurídica, 2007.

BIONI, Bruno Ricardo. Superendividamento: um fenômeno socioeconômico decorrente da difusão do consumo e a sua análise à luz das evoluções legislativas americanas e francesas frente ao PL 283/12. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, Revista dos Tribunais Online, a. 24, v. 99, p. 371-408, 2015.

BRAGA, Jeane Maria de Souza Ribeiro; MARIANO, Monaliza Ribeiro. **As representações das famílias frente ao processo do envelhecimento**. 2018. 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Saúde da Família) - Instituto de Educação a Distância, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, São Francisco do Conde, 2018.

BRASIL. [Código de Defesa do Consumidor (1990)]. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 27 out. 2021.

BRASIL. [Estatuto do Idoso (2003)]. **Lei n. 10.741, de 01 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Brasília, DF, 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/10.741.htm. Acesso em: 27 out. 2021.

BRASIL. [Regulamenta o Superendividamento (2021)]. **Lei n. 14.181, de 01 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. Brasília, DF, 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14181.htm. Acesso em: 21 out. 2021.

BRASIL. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3.515**, de 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>. Acesso em: 16 jun. 2021

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial n. 1358057**. Relator Ministro MOURA RIBEIRO Disponível em: https://scon.stj.jus.br/SCON/GetInteiroTeorDoAcordao?num_registro=201202620573&dt_publicacao=25/06/2018. Acesso em: 27 out. 2021.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial nº 586.316/MG**, Relator Ministro Herman Benjamin. Disponível em <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ITA?seq=683195&tipo=0&nreg=200301612085&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20090319&formato=PDF&salvar=false>. Acesso em 25 out. 2021.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli; CARPENA, Heloísa. Superendividamento: proposta para um estudo empírico e perspectiva de regulação. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiências no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ Ed., 2010.

LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e superendividamento: uma problemática geral. **Revista de informação legislativa**, Brasília, v. 33, n. 129, p. 109-115, jan./mar., 1996.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: RT, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

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

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MORAES, Alexandre de. **Direito constitucional**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru; DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM Bruno (Org.). **Doutrinas essenciais: direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, v. 2.

NUNES, Luiz Antonio Rizzato. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

OLIBONI, Marcella Lopes de Carvalho Pessanha. O superendividamento do consumidor brasileiro e o papel da defensoria pública: criação da comissão de defesa do consumidor superendividado. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Plano de ação internacional contra o envelhecimento, 2002/ Organização das Nações Unidas**. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2003. Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/pessoa-idosa/acoes-e-programas-de-gestoes-antiores/plano-de-acao-internacional-para-o-envelhecimento>. Acesso em: 27 de out. 2021

PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. **Revista de Direito do Consumidor**. v. 113, set/out. 2017.

PEREIRA, Andressa; ZAGANELLI, Margareth Vetis. Superendividamento do consumidor: prevenção e tratamento sob o prisma da dignidade da pessoa humana. **Revista Jurídica Cesumar** - Mestrado, v. 19, n. 1, p. 89-117, jan./abr., 2019. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/6864/3397> Acesso em: 16 jun. 2021.

SANTA CATARINA. TJSC, **Apelação n. 5003941-44.2020.8.24.0092**, do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, rel. José Carlos Carstens Kohler, Quarta Câmara de Direito Comercial, j. 09-03-2021. Disponível em: https://busca.tjsc.jus.br/jurisprudencia/html.do?q=&only_ementa=&frase=&id=321615306944134165108724403669&categoria=acordao_eproc. Acesso em: 27 out. 2021.

SANTOS, Dagoberto Machado dos. OLIVEIRA, Gabriela de. As diversas faces do humanismo no consumo. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; HORN, Luiz Fernando Del Rio (Org.). **Relações de consumo: humanismo**. Caxias do Sul: Educs, 2011.

SCHMIDT NETO, André Perin. **Revisão dos contratos com base no superendividamento do Código de Defesa do Consumidor ao Código Civil**. Curitiba: Juruá, 2012.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A hipervulnerabilidade do consumidor idoso. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, n. 70, p. 139-171, abr./jun. 2009.

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

SILVA, Joseane Suzart Lopes. Superendividamento dos consumidores brasileiros e a imprescindível aprovação do projeto de lei 283/12. *Revista de Direito do Consumidor*, São Paulo, **Revista dos Tribunais Online**, a. 24, v. 100, p. 361-391, 2015.

TESSLER, Marga Inge Barth. Administração da Justiça: inovações: O Projeto Conciliação no SFH do TRF 4.^a Região. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALAZZI, Rosângela Lunardelli (Coords.). **Direitos do consumidor endividado**: superendividamento e crédito. São Paulo: RT, 2006.

THOMAZ, Afrânio Carlos Moreira. **Lições de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.

Artigo recebido em: 15/08/2021

Artigo aceito em: 04/11/2021

Artigo publicado em: 27/07/2022