



**Centro Universitário de Brasília  
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento - ICPD**

**LOUISE GABRIELLE ESTEVES SOARES DE MELO**

**O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO: UMA  
ANÁLISE DA HIPERVULNERABILIDADE, DO DIREITO À  
INFORMAÇÃO E DO CONSUMO DE CRÉDITO**

Brasília  
2015

**LOUISE GABRIELLE ESTEVES SOARES DE MELO**

**O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO: UMA  
ANÁLISE DA HIPERVULNERABILIDADE, DO DIREITO À  
INFORMAÇÃO E DO CONSUMO DE CRÉDITO**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em Direito – Sociais, Ambiental e do Consumidor

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Morishita Wada

Brasília  
2015

**LOUISE GABRIELLE ESTEVES SOARES DE MELO**

**O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO: UMA  
ANÁLISE DA HIPERVULNERABILIDADE, DO DIREITO À  
INFORMAÇÃO E DO CONSUMO DE CRÉDITO**

Trabalho apresentado ao Centro  
Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD)  
como pré-requisito para a obtenção de  
Certificado de Conclusão de Curso de  
Pós-graduação *Lato Sensu* em Direito –  
Sociais, Ambiental e do Consumidor

Orientador: Prof. Ricardo Morishita Wada

Brasília, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2015.

**Banca Examinadora**

---

Prof. Dr. Nome completo

---

Prof. Dr. Nome completo

---

Prof. Dr. Nome completo

**Dedico este trabalho, primeiramente à Deus, pelo dom da vida e a graça de concluir mais uma etapa. Dedico também à minha família e ao meu noivo, meus maiores incentivadores e, sem dúvidas, minha maior fonte de inspiração.**

## **AGRADECIMENTOS**

Os meus mais sinceros agradecimentos a Deus, por se fazer presente a todo instante em minha vida e por me dar forças para perseverar na caminhada, permitindo-me a conclusão de mais uma etapa.

Aos meus pais, por toda dedicação, amor e confiança. A eles o meu profundo e eterno respeito e gratidão. Aos meus irmãos, pela torcida e companheirismo.

Aos meus avós, pela sabedoria e apoio, mesmo que à distância.

Ao meu noivo Phelipe, pela compreensão e disposição em me auxiliar nessa jornada, com muita paciência e carinho.

Ao meu orientador, meu primeiro professor do curso de pós graduação, por tornar o estudo do Direito do Consumidor tão prático e agradável e por me auxiliar para que o trabalho fosse realizado da melhor maneira possível.

A todos que deixei de mencionar, mas que de alguma forma participaram da concretização deste projeto.

**“Na juventude deve-se acumular o saber. Na velhice fazer uso dele”.**

**Jean-Jacques Rousseau**

## RESUMO

A presente monografia tem por tema O Superendividamento do Consumidor Idoso: Uma Análise da Hipervulnerabilidade, do Direito à Informação e do Consumo de Crédito. O objetivo geral do presente trabalho é compreender os principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso, analisando a sua condição de hipervulnerabilidade, o direito à informação e a concessão de crédito. Como objetivos específicos tem-se a apresentação dos conceitos de consumidor, idoso, crédito e superendividamento; a explanação sobre o direito básico do consumidor à informação e a demonstração de que maneira a falta de clareza na contratação, somada à condição de hipervulnerabilidade do consumidor idoso e o incentivo e a facilidade no consumo de crédito, concorrem para a condição de superendividamento. O método de pesquisa utilizado para a confecção do presente trabalho foi o dedutivo, com cunho bibliográfico, baseado em livros doutrinários, legislação, artigos e produções obtidas na Internet. Para facilitar o estudo do tema e torná-lo mais didático, o presente foi dividido em dois capítulos. O primeiro capítulo contém um estudo sobre os conceitos mais relevantes para o estudo, a relação existente entre crédito e consumo, o conceito de superendividamento, seus elementos caracterizadores e sua classificação, os princípios que norteiam a defesa do consumidor superendividado e as possíveis causas de superendividamento. No segundo capítulo, é feita uma análise sobre o superendividamento sob a ótica do consumidor idoso, com a apresentação do conceito de idoso, a abordagem a respeito da hipervulnerabilidade do consumidor idoso, além do estudo dos principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso, com enfoque no direito à informação e no incentivo e facilidade na concessão de crédito. Ao final, é realizado o estudo sobre a educação para o consumo como meio de prevenir e minimizar o superendividamento dos consumidores idosos.

**Palavras-chave:** Superendividamento. Consumidor. Idoso.

## **ABSTRACT**

This monograph is themed The over-indebtedness senior citizen and financial services: A Right to Information Analysis, Incentive to Credit Consumption and over-vulnerability. The overall objective of this study is to understand the key factors that contribute to the over-indebtedness of the senior citizen, analyzing his condition over-vulnerability, the right to information and the provision of credit. The specific objectives has been the presentation of the consumer concepts, senior citizen, credit and indebtedness; the explanation of the basic consumer's right to information and the demonstration of how the lack of clarity in hiring, coupled with over-vulnerability condition of elderly consumers and the encouragement and ease in consumer credit, contributing to the indebtedness condition. The research method used for the preparation of this work was deductive, with bibliographic nature, based on doctrinal books, legislation, articles and products available on the Internet. To facilitate the study of the subject and make it more didactic, this was divided into two chapters. The first chapter contains a study of the most relevant concepts for the study, the relationship between credit and consumption, the concept of indebtedness, its characteristic elements and their classification, the principles that guide consumer protection of over-indebtedness and possible causes of over-indebtedness. The second chapter presents an analysis of the indebtedness from the perspective of senior citizen consumers, with the presentation of the concept of old, the approach regarding the senior citizen consumer over-vulnerability in addition to the study of the major factors contributing to the indebtedness of the senior citizen consumer, focusing on the right to information and encouraging and ease in lending. At the end, we conducted the study on education for consumption as a means to prevent and minimize the indebtedness of senior citizen consumers.

**Keywords:** Overindebtedness. Consumer. Senior citizen and financial services.



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	10
<b>1 DOS CONCEITOS E NOÇÕES BÁSICAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR</b>	12
<b>1.1 Conceitos importantes: consumidor, sociedade de consumo, crédito, consumo e consumismo</b>	12
<b>1.2 Da relação crédito x consumo</b>	22
1.2.1 <i>Da evolução histórica do crédito no Brasil</i>	22
1.2.2 <i>Da associação entre crédito e consumo</i>	23
<b>1.3 Do superendividamento</b>	25
1.3.1 <i>Conceito de superendividamento</i>	25
1.3.2 <i>Elementos caracterizadores do superendividamento</i>	28
1.3.3 <i>Da classificação do superendividamento</i>	31
<b>1.4 Análise dos princípios que norteiam a defesa do consumidor superendividado</b>	33
1.4.1 <i>Princípio da dignidade da pessoa humana</i>	33
1.4.2. <i>Princípio da boa-fé</i>	36
1.4.3 <i>Princípio da função social dos contratos</i>	41
1.4.4 <i>Princípio da onerosidade excessiva</i>	44
<b>1.5 Possíveis causas de superendividamento do consumidor</b>	46
<b>2 ANÁLISE DO SUPERENDIVIDAMENTO SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR IDOSO</b>	49
<b>2.1 Conceito de idoso</b>	49
<b>2.2 Da hipervulnerabilidade do consumidor idoso</b>	51
<b>2.3 Do endividamento do consumidor idoso</b>	57
<b>2.4 Dos principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso</b>	62
2.4.1 <i>Do direito básico à informação e da ausência de clareza nas contratações</i>	63
2.4.2 <i>Do incentivo e da facilidade na concessão de crédito</i>	68

<b>2.5 Da educação para o consumo como instrumento para prevenir e minimizar o superendividamento dos consumidores idosos</b>	<b>77</b>
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>83</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>87</b>

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propõe a compreender a realidade do superendividamento do consumidor idoso, com recorte específico sobre a exploração da hipervulnerabilidade, o direito à informação e a concessão de crédito. Isso porque o número de idosos no Brasil é cada vez maior, devido a diversos fatores, inclusive a melhoria na qualidade de vida. Em decorrência desse panorama, os idosos também estão cada vez mais atuantes no mercado de consumo e por via de conseqüência, o número de idosos endividados em razão do consumo também é cada vez maior.

O objetivo geral do presente trabalho é compreender os principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso, analisando a sua condição de hipervulnerabilidade, o direito à informação e a concessão de crédito. Como objetivos específicos tem-se a apresentação dos conceitos de consumidor, idoso, crédito e superendividamento; a explanação sobre o direito básico do consumidor à informação e a demonstração de que maneira a falta de clareza na contratação, somada à condição de hipervulnerabilidade do consumidor idoso e o incentivo/facilidade no consumo de crédito, concorrem para a condição de superendividamento.

Para alcançar esses objetivos, procedeu-se à utilização do método dedutivo, com cunho bibliográfico, baseado em livros doutrinários, legislação, artigos e produções obtidas na Internet.

Espera-se demonstrar com este trabalho a importância da compreensão acerca do fenômeno do superendividamento do consumidor idoso e despertar a atenção para o consumo consciente, por intermédio da educação para o consumo. Para melhor desenvolvimento do assunto, o presente trabalho foi então estruturado em dois capítulos.

No primeiro capítulo, apresentam-se alguns conceitos importantes para o estudo, como a definição de consumidor, consumo, crédito, sociedade de consumo e consumismo. Destacam-se também a relação existente entre crédito e consumo, o conceito de superendividamento, seguindo-se dos seus elementos caracterizadores e sua classificação. Ao final, encontra-se o estudo dos princípios que norteiam a

defesa do consumidor superendividado e as possíveis causas de superendividamento.

O segundo capítulo proporciona uma análise sobre o superendividamento sob a ótica do consumidor idoso, com a apresentação do conceito de idoso, a abordagem a respeito da hipervulnerabilidade do consumidor idoso, além do estudo dos principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso, com enfoque no direito à informação e no incentivo e facilidade na concessão de crédito. Ao final, tem-se o estudo sobre a educação para o consumo como meio de prevenir e minimizar o superendividamento dos consumidores idosos.

Enfim, será difícil esgotar a discussão sobre o tema com tamanha proporção neste trabalho. No entanto, o objetivo é analisar o superendividamento do consumidor idoso e contribuir para o trabalho dos operadores do direito que lidam com essa situação, bem como auxiliar na compreensão de estudantes e na fomentação de novas pesquisas e trabalhos de conscientização nas relações de consumo.

## **1 DOS CONCEITOS E NOÇÕES BÁSICAS DO SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR**

Iniciaremos o primeiro capítulo deste trabalho com a apresentação de alguns conceitos importantes para a compreensão acerca da temática proposta, qual seja, o superendividamento. Para isto, contaremos com algumas definições a respeito de consumidor, crédito, consumo e superendividamento, além da explanação do contexto histórico do superendividamento, bem como a análise dos princípios correlatos ao tema e, ao final, apontaremos as causas prováveis de superendividamento do consumidor.

### **1.1 Conceitos importantes: consumidor, sociedade de consumo, crédito, consumo e consumismo**

#### **a) Do conceito de consumidor**

Conforme destacamos, alguns conceitos são bastante relevantes para a compreensão e o desenvolvimento do presente estudo. Dessa forma, iniciaremos este trabalho com a apresentação da definição de consumidor.

Encontramos a definição legal de consumidor no artigo 2º, do Código de Defesa do Consumidor<sup>1</sup>. Vejamos: “Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

De acordo com Bruno Miragem<sup>2</sup>, o conceito de consumidor deve ser analisado a partir de dois aspectos: “a) a aplicação do princípio da vulnerabilidade e b) a destinação econômica não profissional do produto ou serviço”.

Ao posicionar-se quanto ao conceito de consumidor, o autor elucida que “consumidor é pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final fático e econômico, isto é, sem reempregá-lo no mercado de consumo com o objetivo de lucro”.

---

<sup>1</sup> BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 25 set. 2015.

<sup>2</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 145.

José Geraldo Brito Filomeno<sup>3</sup> entende por consumidor “qualquer pessoa que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de serviços”.

Orlando Celso da Silva Neto<sup>4</sup>, ao comentar o art. 2º, do Código de Defesa do Consumidor, elucida:

[...] O legislador brasileiro optou por uma concepção objetiva de consumidor, considerando esta toda e qualquer pessoa que adquire ou utiliza produto ou serviço. O Código é expresso em determinar que também pessoas jurídicas poderão ser consumidoras, se adquirirem o produto ou serviço como destinatárias finais.

Ademais, o autor explica que no referido artigo está disposto o conceito de consumidor “enquanto destinatário final”, que ele também denomina de *consumidor stricto sensu*. O autor ressalta que a expressão “destinatário final” é interpretada segundo duas correntes: a finalista e a maximalista.

O autor explica que segundo a corrente finalista, destinatário final é o consumidor que adquire um produto para uso próprio, uma aquisição sem cunho econômico, ou “não profissional”. Já a corrente maximalista é mais abrangente, e considera como destinatário final qualquer consumidor que retira o produto do mercado, ainda que ele possua interesse econômico na utilização do produto ou serviço.

Sergio Cavaliere Filho<sup>5</sup>, ao escrever sobre a corrente finalista, destaca que para esta corrente é imprescindível que a aquisição de um produto ou serviço não almeje o desenvolvimento de atividade profissional lucrativa, mas que vise tão somente à satisfação de uma necessidade pessoal do adquirente, pessoa física ou jurídica. Por outro lado, o autor explica que de acordo com a corrente maximalista a interpretação é ampliada, sendo considerado destinatário final a mera retirada de produto ou serviço do mercado.

---

<sup>3</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2014, p. 25.

<sup>4</sup> SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2013, p. 30.

<sup>5</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Além do conceito de consumidor estabelecido pelo art. 2º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor, o autor Bruno Miragem<sup>6</sup> salienta que o referido Código também dispôs três definições de consumidor equiparado. Nesse sentido, o autor explica:

[...] São os casos do artigo 2º, parágrafo único, artigo 17 e artigo 29 do CDC. Em todos eles, o que se percebe é a desnecessidade da existência de um ato de consumo (aquisição ou utilização direta), bastando para incidência da norma, que esteja o sujeito exposto às situações previstas no Código, seja na condição de integrante de uma coletividade de pessoas (artigo 2º, parágrafo único), como vítima de um acidente de consumo (artigo 17), ou como destinatário de práticas comerciais, e de formação e execução do contrato (artigo 29).

De acordo com Rizzatto Nunes<sup>7</sup>, o consumidor equiparado é uma ampliação conceitual da definição de consumidor contida no artigo 2º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor.

Nos dizeres de Sergio Cavalieri Filho<sup>8</sup>, o consumidor equiparado é aquele que apesar de não ter a definição de consumidor padrão, está exposto às consequências oriundas das atividades dos fornecedores no mercado, podendo ser por elas atingido ou prejudicado. Tratam-se, segundo o autor, de normas de extensão, ampliando a proteção conferida aos consumidores, àqueles que são como estes equiparados, como o caso da coletividade de pessoas, mesmo que indetermináveis, mas que tenham de alguma forma integrado a relação de consumo, conforme a previsão do artigo 2º, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor.

Também se equiparam a consumidor todas as vítimas do acidente de consumo, nos termos do artigo 17, do Código de Defesa do Consumidor. Nesse sentido, o autor destaca: “Não faz qualquer sentido exigir que o fornecedor disponibilize no mercado de consumo produtos ou serviços seguros apenas para o consumidor, não se importando com terceiros que possam vir a sofrer danos”. Por essa razão que o Código equiparou os terceiros, vítimas de acidente de consumo, à consumidores, conferindo-lhes igual proteção. Por fim, o autor menciona o artigo 29

---

<sup>6</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 147.

<sup>7</sup> NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**: com exercícios. 5. ed. revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2010.

<sup>8</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

do Código de Defesa do Consumidor, que equipara a consumidor todas as pessoas expostas às práticas comerciais e contratuais.

Segundo Márcio Mello Casado<sup>9</sup>, “A equiparação está ligada ao sentido de igualar, considerando-se iguais, igualando-se”. O autor explica que a norma do art. 17 do Código de Defesa do Consumidor, está direcionada aos terceiros atingidos pelo fato danoso. No caso da concessão inadequada de crédito, o autor explica que o art. 17 se aplica não só ao consumidor que tomou o crédito, como também resguarda os terceiros que forem prejudicados com a situação de insolvência.

Com relação às situações de consumidor equiparado dispostas no art. 2º, parágrafo único e art. 29, do Código de Defesa do Consumidor, o autor explica:

[...] Trazendo, agora, os conceitos acima debatidos para o campo das operações bancárias de concessão de crédito, vemos que perde importância, para a incidência do CDC, a necessidade de se pesquisar se a pessoa é ou não destinatária final do crédito mutuado. A incidência de proteção contida nos capítulos V e VI do CDC toca a quem consumidor não seja, desde que preencha os requisitos antes estudados, através da técnica de equiparação contida no art. 29. [...] Em outras palavras, seja considerando o mutuário de banco como destinatário final do crédito (consumidor) ou apenas exposto às práticas previstas nos capítulos V e VI do CDC (equiparado), a tutela protetiva do microsistema consumerista o beneficiará.

Nesse sentido, encontramos uma abordagem relevante no voto do julgamento do Recurso Especial 190.860<sup>10</sup>, pela Terceira Turma Cível, do Superior Tribunal de Justiça. Vejamos:

[...] Ademais, o CDC, para os efeitos da proteção ali estabelecida, conceituou diversos tipos de consumidores que não podem ser qualificados como destinatários finais, como se infere da análise dos arts. 2º, parágrafo único, 17 e 29, o que advém da própria complexidade das matérias ali tratadas, que envolvem responsabilidade civil, publicidade e cláusulas contratuais abusivas. Consumidor, portanto, não é apenas aquele que adquire ou utiliza produtos ou serviços, mas todas as pessoas “expostas às práticas”, previstas nessa legislação específica.

Com relação ao artigo 29, do Código de Defesa do Consumidor<sup>11</sup>, algumas considerações nos parecem relevantes nesse momento. Vejamos o que

<sup>9</sup> CASADO, Márcio Mello. **Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro**. 2. ed. rev. atual.e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 40-41.

<sup>10</sup>BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial. REsp: 190860 MG 1998/0074036-8. Terceira Turma. Relator: Ministro Waldemar Zveiter. Brasília, 18 de dezembro de 2000. **Lex:** jurisprudência do STJ, Brasília, p. 279, dez. 2000. Disponível em: <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/8090892/recurso-especial-resp-190860-mg-1998-0074036-8-stj>> Acesso em: 27 nov. 2015.



dispõe o referido artigo: “Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

O capítulo que o artigo se refere diz respeito às práticas comerciais. Nesse viés, são iguados a consumidores todas as pessoas, ainda que indetermináveis, expostas à uma prática comercial. Segundo Márcio Mello Casado<sup>12</sup>, estar exposto é “estar à mostra, estar submetido ao exame de alguém”.

O autor também salienta que a exposição e a vulnerabilidade caminham juntas, e discorre que “se alguém está exposto, está vulnerável; se está vulnerável, está exposto”. O autor reforça que a técnica de equiparação do artigo 29 confere a proteção do Código de Defesa do Consumidor mesmo àqueles que não são consumidores, pelo simples fato de estarem expostos às práticas comerciais. Nesse aspecto, o autor ilustra:

[...] seja considerando o mutuário de banco como destinatário final do crédito (consumidor) ou apenas expostos às práticas previstas nos capítulos V e VI do CDC (equiparado), a tutela protetiva do microsistema consumerista o beneficiará.

O aspecto mais relevante para a aplicação do art. 29, do Código de Defesa do Consumidor é que a pessoa esteja exposta à uma prática comercial, sobretudo abusiva, momento em que é utilizada a técnica do artigo para equipará-la a consumidor e conferir-lhe a proteção do Código. Essa proteção por equiparação é muito importante, especialmente nos casos de superendividamento, em que pessoas fora da relação de consumo poderão ser afetadas em decorrência dessa situação do consumidor.

Cumprido esclarecer que o superendividamento representa um risco não apenas para o consumidor e o fornecedor do contrato de crédito, mas para toda a sociedade. O superendividamento pode representar verdadeiro risco sistêmico<sup>13</sup>,

---

<sup>11</sup>BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 25 nov. 2015.

<sup>12</sup>CASADO, Márcio Mello. **Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro**. 2. ed. rev. atual.e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 43.

<sup>13</sup>De acordo com Michel Aglietta, o risco sistêmico pode ser conceituado como “a ocorrência de equilíbrios subótimos, socialmente ineficientes, que podem se transformar em armadilhas para os sistemas econômicos, porque não há um ajuste de mercado espontâneo, resultante do comportamento individual racional, que possa libertar o sistema da situação macroeconômica

pois é uma situação que desequilibra não apenas a relação entre ele a instituição financeira, mas sim repercute na economia e na sociedade em geral, como por exemplo, outros credores ou pessoas que dependem da capacidade de adimplemento do consumidor, ocasionando e afetando toda a cadeia. Assim, a proteção do art. 29 é fundamental, em especial para reduzir a possibilidade de colapso do próprio sistema financeiro, como explica Demócrito Reinaldo Filho<sup>14</sup>, nos casos de superendividamento.

Diante do exposto, podemos observar que o Código de Defesa do Consumidor se incumbiu de estabelecer a definição de consumidor, sendo assim considerado a pessoa física ou jurídica que adquire/utiliza produtos ou serviços como destinatário final, que, segundo a teoria finalista, é aquele que não possui objetivo lucrativo, portanto, não reemprega o que adquiriu no mercado. Além desta definição de consumidor padrão, *standard* ou *stricto sensu*, o Código de Defesa do Consumidor também se encarregou de alargar o manto de proteção conferido aos consumidores a terceiros que, em razão de determinados fatores, são considerados consumidores por equiparação, nos termos do art. 2º, parágrafo único, art. 17 e art. 29, todos do Código de Defesa do Consumidor.

## **b) Do conceito de sociedade de consumo**

Outra definição relevante atinente ao tema se refere à sociedade de consumo. De acordo com Anderson Moebus Retondar<sup>15</sup>, a sociedade de consumo caracteriza-se pelo desejo da aquisição do supérfluo. O autor complementa afirmando que a sociedade de consumo possui como característica a insaciabilidade, um ciclo que não se esgota.

---

precária” (AGLIETTA, Michel. Lidando com o risco sistêmico. **Revista Economia e Sociedade, Campinas**, dez, 1998. p. 03). De maneira mais simplificada, podemos dizer que o risco sistêmico significa a possibilidade de crise de todo um sistema financeiro, com impacto especialmente nas taxas de juros, câmbio, preços, impactando sobremaneira a economia.

<sup>14</sup>REINALDO FILHO, Demócrito. Superendividamento: inexistência de direito do consumidor à renegociação. **Revista Jus Navigandi**, Terezina, ano 16, n. 3005, 23 set. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/20062>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

<sup>15</sup>RETONDAR, Anderson Moebus. **A (Re) Construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v23n1/a06v23n1.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2015.

O autor supra esclarece que a sociedade de consumo possui origem remota, contudo, o fenômeno é bastante atual e está fortemente arraigado na sociedade contemporânea. Vejamos:

[...] Se as origens da sociedade de consumo estão localizadas no período de consolidação da própria modernidade na Europa ocidental dos séculos XVIII e XIX, é patente sua radicalização no contexto das sociedades contemporâneas, servindo agora como referência para construções intelectuais fortes como, por exemplo, a idéia de uma *cultura de consumo* que, segundo algumas abordagens, constituir-se-ia como uma das chaves explicativas da própria dinâmica cultural na modernidade tardia.

Livia Barbosa<sup>16</sup> traz importante reflexão ao escrever sobre o tema sociedade de consumo. Vejamos:

[...] a cultura material e o consumo são aspectos fundamentais de qualquer sociedade, mas apenas a nossa tem sido caracterizada como uma sociedade de consumo. Isto significa admitir que o consumo está preenchendo, entre nós, uma função acima e além daquela de satisfação de necessidades materiais e de reprodução social comum a todos os demais grupos sociais.

De acordo com Andressa Alves Nunes Vieira<sup>17</sup>, a sociedade de consumo é uma consequência do capitalismo, pois segundo ela, o sistema capitalista tende a incentivar o consumo, haja vista que é através dele que é alcançado o objetivo do sistema, qual seja, a acumulação de riquezas, oxigenando a cadeia, composta por produção, consumo e lucro. Segundo a autora, a sociedade de consumo é pauta bastante atual e sempre se correlaciona com o consumismo e o endividamento do consumidor.

Dessa forma, nota-se que a sociedade de consumo possui origem antiga, mas foi se moldando com a evolução das sociedades. Partindo-se de uma concepção ideológica a sociedade de consumo é uma consequência da ideologia sustentada pelo sistema capitalista, e se mantém nos dias atuais pelo forte apego das pessoas aos bens materiais, pela associação do status ao consumo e pela necessidade constante de consumir.

---

<sup>16</sup> BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010, p. 14.

<sup>17</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

### c) Do conceito de consumo e consumismo

Vistos os conceitos de consumidor e sociedade de consumo, passamos à distinção dos conceitos de consumo e consumismo. A autora retromencionada, ao escrever sobre o tema, explica que consumo é a definição do próprio ato de consumir, ou seja, consumo é caracterizado pelo ato de adquirir/utilizar produtos e serviços, que a autora aponta, inclusive, como um ato necessário à uma sociedade que adotou para si o sistema econômico capitalista.

De acordo com Catarina Frade e Sara Magalhães<sup>18</sup>, sob a ótica do indivíduo, o consumo preenche um binômio representado pela satisfação de necessidades e a realização de desejos.

Já o consumismo, segundo a autora, possui uma conotação mais pejorativa, e se caracteriza pelo consumo daquilo que não é necessário, algo que a autora denomina de *maneira de consumir cegamente*. No mesmo sentido, Desireé Ruas<sup>19</sup> explica:

[...] O consumismo refere-se a um modo de vida orientado por uma crescente busca pelo consumo de bens ou serviços e sua relação simbólica com prazer, sucesso, felicidade, que todos os seres humanos almejam, e frequentemente é observada nas mensagens comerciais dos meios de comunicação de massa.

Questão bastante relevante suscitada por Andressa Alves Nunes Vieira<sup>20</sup>, diz respeito a um aspecto negativo oriundo do consumismo, qual seja, o superendividamento<sup>21</sup> do consumidor, tendo em vista que a busca incessante por

<sup>18</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardeli (Coord.). **Direitos do consumidor endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 24.

<sup>19</sup> RUAS, Desireé. **Consumo e consumismo**: pela consciência em primeiro lugar. Disponível em: <<http://conscienciaeconsumo.com.br/artigos/consumo-e-consumismo-pela-consciencia-em-primeiro-lugar>>. Acesso em: 30 set. 2015.

<sup>20</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>21</sup> É importante esclarecer, muito embora iremos mencionar em tópico específico mais adiante, que a doutrina classifica o superendividamento de acordo com os motivos que ocasionaram essa situação, podendo ser ativo ou passivo. Neste caso, faz-se referência a espécie de superendividamento ativo, que deriva da má gestão financeira, quando o próprio consumidor dá causa ao superendividamento em razão do excesso de consumo, da ausência de planejamento de suas finanças, ou seja, ele ativamente contribui para a condição superendividamento, que conforme veremos, representa a manifesta impossibilidade de adimplemento, pelo consumidor, de todas as dívidas provenientes do consumo.

consumo pode levar a uma situação em que o consumidor não consegue adimplir tudo aquilo que adquiriu.

#### d) Do conceito de crédito

Outro conceito importante para o entendimento do fenômeno do superendividamento diz respeito à definição de crédito. De acordo com Brunno Giancoli<sup>22</sup>, crédito pode ser definido como uma operação de troca de bens, em que ocorre a disposição efetiva e imediata de representação econômica, por meio de uma contraprestação futura.

Cláudia Lima Marques<sup>23</sup>, ao discorrer sobre crédito ao consumidor, explica que o consumidor adquire o crédito através de um contrato com o fornecedor, ocasião em que recebe imediatamente a quantia em dinheiro que necessita (o crédito), e sua obrigação é restituir os valores por meio de prestações, com o acréscimo de juros e taxas, no decorrer de meses ou até anos.

Patrícia Maria Oliva Gontijo<sup>24</sup> destaca que o crédito é considerado um benefício ao consumidor, que possibilita a aquisição de bens. A autora destaca que as principais formas de contrato de crédito no Brasil são o cartão de crédito, cheque especial, empréstimo pessoal, empréstimo consignado e financiamento.

Segundo Catarina Frade e Sara Magalhães<sup>25</sup>, o crédito aos consumidores passou a representar, para muitas famílias, uma maneira de gerenciar seu orçamento. De acordo com José Reinaldo de Lima Lopes<sup>26</sup>, o crédito é um estímulo

---

<sup>22</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). **20 anos do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010.

<sup>23</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Prevenção e tratamento do superendividamento In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento** – Caderno de Investigações Científicas. vol. 1. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), 2010, p. 19-20.

<sup>24</sup> GONTIJO, Patricia Maria Oliva. **Crédito e superendividamento**: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/fortaleza/3966.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2015.

<sup>25</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardeli (Coord.). **Direitos do consumidor endividado**: Superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

<sup>26</sup> LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e o superendividamento: uma problemática geral. **Revista de informação legislativa**, v. 33, n. 129, p. 109-115 de jan./mar. 1996. Disponível em: <<http://www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/176377>>. Acesso em: 16 out. 2015.

para o consumo e lança para o futuro a perspectiva de crescimento e desenvolvimento.

De acordo com Érika Alcino Costa e Friedhilde Maria Kustner Manolescu<sup>27</sup>, o crédito “estimula o crescimento econômico convertendo e disponibilizando recursos”. Para Raul Monteiro<sup>28</sup>, o acesso ao crédito aumenta a capacidade de consumo e mantém a economia em crescimento. Nesse sentido, ele destaca:

[...] Com efeito, se uma pessoa que ganha R\$ 2.000,00 consegue um crédito de R\$ 500,00, sua capacidade de consumo aumenta em 25%. Nos últimos anos, o mercado de consumo brasileiro mudou significativamente, O aumento da renda familiar levou milhares de brasileiros oriundos das classes D e E a migrarem para a classe C. Além disso, tivemos uma forte expansão do acesso ao crédito. O cartão de crédito, antes de uso limitado a pessoas das classes A, B e C, hoje está acessível para consumidores de baixa renda, inclusive os que sequer possuem conta em banco. Da mesma forma, as mudanças no crédito imobiliário permitiram a grande expansão do mercado de imóveis.

Consoante explicam Edileuza Vital Galeano e Carmem Feijó<sup>29</sup>, o crédito tem papel importante na oxigenação do crescimento econômico, por meio dos investimentos produtivos. Com relação ao crédito para pessoas físicas, as autoras ressaltam que este é importante para elevar a demanda de consumo.

Assim, podemos verificar que o crédito, sob o ponto de vista da economia de um país é um importante instrumento na impulsão da economia, como também, em relação aos consumidores, é o mecanismo que possibilita o próprio ato de consumir, o acesso ao consumo. Lado outro, Andressa Alves Nunes Vieira<sup>30</sup>, suscita questão atinente à relação crédito x consumo, referente ao endividamento do consumidor. A autora salienta que o crédito “pode ser apontado como a causa patológica do endividamento”.

<sup>27</sup> COSTA, Érika Alcino; MANOLESCU, Friedhilde Maria Kustner. **A importância do crédito na economia**. Disponível em: <[http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2004/trabalhos/inic/pdf/IC6-5.pdf](http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2004/trabalhos/inic/pdf/IC6-5.pdf)>. Acesso em: 24 nov. 2015.

<sup>28</sup> MONTEIRO, Raul. **O papel do crédito na sociedade de consumo**. Disponível em: <<http://www.politicalivre.com.br/artigos/papel-credito-na-sociedade-de-consumo/>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

<sup>29</sup> GALEANO, Edileuza Vital; FEIJÓ, Carmem. **Crédito e crescimento econômico: Evidências a partir de um painel de dados regionais para a economia brasileira nos anos 2000**. Disponível em: <<http://www.proac.uff.br/cede/sites/default/files/TD32.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2015.

<sup>30</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado**. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

Nesse sentido, Patrícia Maria Oliva Gontijo<sup>31</sup> destaca:

[...]O grande impasse do crédito é a sua contratação sem a prévia avaliação das condições do contratante e das possíveis conseqüências para o seu futuro. A sedução que exerce a sociedade de consumo promete muitas vezes a felicidade, a prosperidade e o prazer através da aquisição de bens. As práticas exercidas no comércio, porém, podem terminar por arruinar toda a vida daquele que contrai o crédito sem maiores reflexões ou desnecessariamente, apenas para satisfazer um desejo supérfluo. O consumidor é seduzido pela publicidade, muitas vezes exercida sem transparência e omissa em relação a cláusulas essenciais do contrato, ou pelo desconhecimento do próprio conteúdo do contrato e das conseqüências negativas da contratação, o que pode levá-lo a ruína econômica.

## 1.2 Da relação crédito x consumo

### 1.2.1 *Da evolução histórica do crédito no Brasil*

De acordo com Carolina Curi Fernandes Martinez<sup>32</sup>, a inserção do crédito no Brasil antecede os anos 50, quando o crédito era vendido diretamente ao consumidor, pelos comerciantes. Por volta de 1965, segundo a autora, o crédito começou a ser modernizado no Brasil, quando ocorreu a reforma no sistema financeiro e houve a instituição do Crédito Direto ao Consumidor – CDC.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC<sup>33</sup>, menciona o advento do Plano Real, em 1994, quando o crédito se expandiu e ampliou o consumo entre as famílias. Vejamos:

[...] Com o Plano Real, em julho de 1994, o novo ambiente de estabilização de preços trouxe modificações consideráveis para o sistema financeiro brasileiro, uma vez que, com a estabilização da economia, todas as instituições deixariam de ganhar com a inflação. (.....) O crédito a pessoas físicas, revelou-se importante suporte para sustentação do nível da atividade econômica, dinamizando a demanda interna via ampliação do consumo das famílias. As linhas de crédito disponíveis no mercado para aquisição dos bens são abundantes, porém, não necessariamente vantajosas para quem pretende utilizá-las.

<sup>31</sup> GONTIJO, Patricia Maria Oliva. **Crédito e superendividamento**: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/fortaleza/3966.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2015.

<sup>32</sup> MARTINEZ, Carolina Curi Fernandes. A tutela do consumidor superendividado e o princípio da dignidade da pessoa humana. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2619, 2 set. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/17312>>. Acesso em: 15 out. 2015.

<sup>33</sup> BRASIL. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC). **Estudo sobre o Crédito e Superendividamento dos Consumidores dos Países do Mercosul**. Superendividamento no Brasil. Disponível em: <http://www.idec.org.br/?q=Estudo+sobre+o+Cr%E9dito+e+Superendividamento+dos+Consumidores+dos+Pa%EDses+do+Mercosul>. Acesso em: 15 out. 2015.

Nesse sentido, Walter Belik<sup>34</sup> ressalta os reflexos do Plano Real e da expansão do crédito para o consumo:

[...] A venda de refrigeradores aumentou em 140% nos três anos posteriores ao início do Real. Da mesma forma, a venda de televisores cresceu 123% e o consumo de cimento saltou 39% no mesmo período. Comparando-se estas taxas com o crescimento da economia como um todo, os sinais eram claro de um surto de consumo limitado.

As autoras Clarissa Costa de Lima e Karen Bertoncello<sup>35</sup> ao discorrerem sobre a evolução e popularização do crédito no Brasil, fazem a seguinte inferência: “O recurso também se popularizou entre mais de cinco milhões do total dos 19 milhões de aposentados e pensionistas do Regime Geral da Previdência Social desde 2003, quando foi aprovado o empréstimo com desconto em folha”.

Carolina Curi Fernandes Martinez<sup>36</sup> conclui que a evolução do crédito no Brasil demonstra sua expansão, além da rapidez e facilidade na sua obtenção. A autora destaca que no Brasil o crédito está direcionado, basicamente, à população considerada de baixa renda, que de posse do crédito, passa a ter um maior poder de consumo, e representa a grande parcela de mercado visada pelas instituições financeiras e redes varejistas, para os fins de lucratividade.

Através do panorama apresentado, podemos observar que a figura do crédito no Brasil passou por um processo de evolução, que alcançou grande expansão e popularização, possibilitando uma ligação direta com o consumo, conforme será explanado a seguir.

### 1.2.2 *Da associação entre crédito e consumo*

Feitas as principais definições fundamentais para a compreensão do presente estudo, passaremos a expor sobre a relação intrínseca existente entre crédito e consumo.

---

<sup>34</sup> BELIK, Walter. **Estabilização econômica e inadimplência do consumidor**. Centro de tecnologia do varejo do SENAC. São Paulo, 2001, p. 24.

<sup>35</sup> BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz; LIMA, Clarissa Costa de. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ, 2010, p. 121.

<sup>36</sup> MARTINEZ, Carolina Curi Fernandes. A tutela do consumidor superendividado e o princípio da dignidade da pessoa humana. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2619, 2 set. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/17312>>. Acesso em: 15 out. 2015.



Consoante explicam Catarina Frade e Sara Magalhães<sup>37</sup>, “o crédito passou a ser uma constante no primeiro ciclo de vida das famílias, quando estas procedem à aquisição de equipamento indispensável à sua autonomia familiar e econômica”. As autoras argumentam que “a aquisição de bens através do recurso ao crédito é o resultado de uma expansão e densificação das necessidades e das práticas de consumo”, e que o crédito, atualmente, está muito associado a novos padrões de consumo. As referidas autoras refletem também que “o crédito permite melhorar a acessibilidade a determinados bens e serviços, contribuindo para o aumento do bem-estar dos indivíduos e das famílias”.

Segundo afirmam Alexandre Chini e Diógenes Faria de Carvalho<sup>38</sup>, “o acesso ao crédito destaca-se como elemento indispensável para que o indivíduo participe dessa cultura de consumo”. E os autores acrescentam: “opera no mercado de consumo somente aquele que dispõe de recursos financeiros, constituindo o crédito condição essencial para a aquisição de produtos e fruição de serviços”.

Cláudia Lima Marques<sup>39</sup> afirma que “consumo e crédito são duas faces de uma mesma moeda, vinculados que estão no sistema econômico e jurídico de países desenvolvidos e de países emergentes, como o Brasil”.

A concessão do crédito, portanto, está intimamente ligada ao consumo, pois, muitas vezes, é o crédito que possibilita a aquisição de outros produtos ou serviços, pelo consumidor. A autora, no entanto, adverte para os riscos que o crédito pode representar ao consumidor:

[...] o crédito fornece ao consumidor, pessoa física, a impressão que pode – mesmo com seu orçamento reduzido – tudo adquirir e embebido das várias tentações da sociedade de consumo, multiplica suas compras até que não lhe seja mais possível pagar em dia o conjunto de suas dívidas em um tempo razoável.

---

<sup>37</sup> FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardeli (Coord.). **Direitos do consumidor endividado: Superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 24.

<sup>38</sup> CHINI, Alexandre; CARVALHO, Diógenes Faria de. O fenômeno do superendividamento: uma resposta ao desamparo na sociedade moderna. **Revista Justiça e Cidadania**. Jul.2014, p. 22.

<sup>39</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Prevenção e tratamento do superendividamento In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento** – Caderno de Investigações Científicas. vol. 1. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), 2010, p. 18.

Brunno Pandori Giancoli<sup>40</sup>, ao escrever sobre o tema, fornece importante reflexão sobre a relação existente entre crédito e consumo:

[...] O crédito é o principal mecanismo sociojurídico disponibilizado ao homem moderno para viabilizar seus sonhos, a exemplo da casa própria; dos veículos automotores, além dos bens de consumo típicos da modernidade, como celulares e computadores. Contudo, ainda que o crédito surja, originariamente, como um catalisador da felicidade humana, ele é também um dos principais responsáveis pelo pior pesadelo da sociedade de consumo: o superendividamento.

Dessa forma, observamos que o crédito possui duplo efeito: ao mesmo tempo que possibilita o acesso ao consumo, também pode representar um risco para o consumidor que, envolvido pelo consumismo e pela facilidade de consumir através da concessão de crédito, pode se tornar um consumidor endividado e superendividado.

### **1.3 Do superendividamento**

No primeiro momento, trouxemos à baila as principais definições necessárias para a compreensão deste estudo, como o conceito de consumidor, que facilitará o entendimento acerca do sujeito objeto de estudo, qual seja, o consumidor idoso, o qual será apresentado no segundo capítulo. Além disso, vimos definições importantes como o conceito de consumo, consumismo, sociedade de consumo e crédito, as quais são imprescindíveis para compreender o fenômeno do superendividamento, que abordaremos a seguir.

#### *1.3.1 Conceito de superendividamento*

Feitas as considerações iniciais, com a descrição das principais definições necessárias para a compreensão do tema proposto para o presente estudo, passaremos agora para a análise do ponto central deste trabalho, qual seja, o superendividamento. Neste primeiro momento, entendemos ser prudente iniciar com o conceito de superendividamento, para posteriormente analisarmos seus desdobramentos e partirmos para a análise do superendividamento sob a ótica do consumidor idoso.

---

<sup>40</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). **20 anos do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010, p. 571.

Cláudia Lima Marques<sup>41</sup>, ao tratar do tema, define superendividamento como a impossibilidade total do consumidor, de adimplir todas as suas dívidas atuais e futuras oriundas do consumo, excetuadas as dívidas com o Fisco, ou aquelas provenientes de delitos ou alimentos, em um tempo razoável com sua capacidade patrimonial e de renda.

O autor Brunno Pandori Giancoli<sup>42</sup> descreve o superendividamento como “um estado de passividade obrigacional”. Lado outro, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat Cabral e Raquel de Souza Gonçalves<sup>43</sup> elucidam:

[...] o superendividamento não pode ser visto como um simples momento de inadimplência obrigacional, e sim como a impossibilidade de uma pessoa suprir suas necessidades básicas, como alimentação, vestuário e moradia, que são materializadas através do crédito ao consumo.

Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald<sup>44</sup> também fornecem contribuição a respeito do conceito de superendividamento. Vejamos:

[...] o superendividamento representa a ruína e morte civil do consumidor. Trata-se da impossibilidade global de o devedor leigo e de boa-fé fazer frente ao conjunto de seus débitos atuais e futuros. A capacidade econômica do consumidor se torna inferior ao montante dos débitos atuais e futuros. A capacidade dos débitos, todos estes contraídos para atender às suas necessidades pessoais, entendendo como “*necessidades*” tudo aquilo que o mercado induziu o indivíduo a acreditar como *essencial*, mesmo em se tratando de bens *supérfluos* na maior parte das vezes. (grifo no original)

André Perin Schmidt Neto<sup>45</sup>, ao discorrer sobre o conceito de superendividamento, tece algumas considerações importantes para o entendimento do fenômeno. Nesse sentido, o autor destaca que não existe a definição de uma quantia mínima de débito para que o devedor seja considerado superendividado. Da mesma forma, o autor esclarece não há um perfil específico para que o consumidor

---

<sup>41</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Prevenção e tratamento do superendividamento In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento** – Caderno de Investigações Científicas. vol. 1. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), 2010, p. 21.

<sup>42</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). **20 anos do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010, p. 574.

<sup>43</sup> CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat; GONÇALVES, Raquel de Souza. Cartão de crédito: instrumento propulsor de superendividamento? **Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**. Ano IX, n. 49, fev-mar/2013. p. 50.

<sup>44</sup> ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: direito dos contratos**. 3. ed. São Paulo: Juspodivm, 2013, p. 245.

<sup>45</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista da SJRJ**, Rio de Janeiro, n. 26, p. 167-184, 2009. Disponível em: <[http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista\\_sjrj/article/viewFile/36/34](http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista_sjrj/article/viewFile/36/34)>. Acesso em: 01 out. 2015.

seja considerado superendividado, de modo que tal condição independe de gênero, profissão, idade ou raça. Por fim, ele destaca que o superendividamento não pode ser relacionado a qualquer caso de inadimplemento.

Após tecer esses comentários, o autor define superendividamento como a situação em que “o devedor está impossibilitado, de forma duradoura ou estrutural, de proceder ao pagamento de uma ou mais dívidas”.

Vanessa Caroline dos Santos<sup>46</sup>, ao estudar o superendividamento, disponibiliza o seguinte conceito:

O superendividamento pode ser conceituado como um estado da pessoa física, que contrai o crédito de boa-fé, mas que no momento do adimplemento não consegue saldar todas as suas dívidas, tendo em vista que a sua renda e o seu patrimônio são insuficientes para adimpli-las no termo estabelecido.

A autora explica que o superendividamento é uma condição em que as dívidas são maiores que a renda e o patrimônio da pessoa e se caracteriza pela impossibilidade do devedor de boa-fé em adimplir suas dívidas vencidas e vincendas. De acordo com ela, tal condição implica em repercussões econômicas, familiares e sociais.

Segundo a autora o superendividamento é derivado da sociedade capitalista, que objetiva angariar um número cada vez maior de consumidores, utilizando, para isso, do forte apelo nas publicidades, fomentando o consumo excessivo, aliado à facilidade na concessão de crédito ao consumidor, que a autora considera “desmedido e irresponsável”.

Diante do que foi apresentado, podemos constatar que o superendividamento pode ser conceituado como uma condição em que o consumidor não consegue saldar as suas dívidas provenientes do consumo, tanto aquelas exigíveis quanto as que ainda estão para vencer, com a renda e o patrimônio que possui.

---

<sup>46</sup> SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé.** Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 out. 2015.

### 1.3.2 Elementos caracterizadores do superendividamento

A fim de auxiliar na compreensão do superendividamento, após a delimitação conceitual, passaremos agora à apresentação dos principais elementos considerados pela doutrina como caracterizadores deste fenômeno. De acordo com Vanessa Caroline dos Santos<sup>47</sup>, existem requisitos objetivos para a caracterização do superendividamento. A autora explica que como requisitos objetivos, tem-se que deve o superendividado ser pessoa física e de boa-fé, com “impossibilidade manifesta de adimplemento”.

Dessa forma, em primeiro lugar, tem-se que a condição de superendividado é restrita apenas às pessoas físicas. Nesse sentido, a autora esclarece que “as dívidas devem ter como consumidor devedor, uma pessoa física, não podendo decorrer de atividade profissional”. No mesmo viés, o autor André Perin Schmidt Neto<sup>48</sup> salienta que o superendividado deve ser pessoa física cujos débitos não decorram de atividade profissional, pois, segundo o autor “do contrário está se falando de recuperação de empresas e falência, matéria regulada pela Lei nº 11.101/2005”.

O outro requisito levantado por Vanessa Caroline dos Santos<sup>49</sup> se refere à “impossibilidade manifesta de adimplemento”. Esse pressuposto significa que a impossibilidade momentânea de saldar dívidas não caracteriza a condição de superendividamento, conforme explica a autora:

[...] A impossibilidade de pagamento deve ser manifesta, de modo que a falta de liquidez momentânea não caracteriza o superendividamento. Para identificar tal pressuposto, se deve realizar uma avaliação do patrimônio total (mobiliário e imobiliário) somado com a renda familiar mensal, e então diminuir as dívidas acumuladas e os gastos vitais; se a diferença for negativa e o resultado obtido constatar a impossibilidade do consumidor em cumprir com todas as suas obrigações vencidas e vincendas, caracterizar-

<sup>47</sup> SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé.** Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 out. 2015.

<sup>48</sup> SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista da SJRJ**, Rio de Janeiro, n. 26, p. 167-184, 2009. Disponível em: <[http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista\\_sjrj/article/viewFile/36/34](http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista_sjrj/article/viewFile/36/34)>. Acesso em: 01 out. 2015.

<sup>49</sup> SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé.** Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 out. 2015.

se-á o superendividamento, de modo que será impossível pagar seus débitos sem um grave prejuízo à sua dignidade.

Como terceiro requisito, foi suscitada a questão da boa-fé. Nesse sentido, Clarissa Costa de Lima e Karen Bertoncello<sup>50</sup> afirmam que o consumidor que gera o acúmulo de dívidas pela má-fé não goza da proteção estatal. No mesmo entendimento, Vanessa Caroline dos Santos<sup>51</sup> aduz que “a presunção de boa-fé não pode ser afastada para a sua caracterização, pois ela é um requisito comportamental essencial do consumidor para permitir a incidência do instituto”.

De acordo com Amélia Soares da Rocha e Fernanda Paula Costa de Freitas<sup>52</sup>, o princípio da boa-fé está previsto no Código de Defesa do Consumidor, no seu artigo 4º, inciso III, “sendo considerado um princípio básico e bilateral, devendo ser respeitado tanto pelo consumidor e fornecedor para manter o equilíbrio e transparência nesta relação”. As autoras acrescentam que são considerados de boa-fé os consumidores superendividados que contraem novas dívidas conscientemente, para saldar dívidas antigas, agravando a sua situação de endividamento de forma racional.

Por outro lado, as autoras destacam que são considerados de má-fé os consumidores superendividados que de forma consciente, intencional, contraem diversos empréstimos que os oneram de maneira superior à integralidade dos seus recursos. Nesse aspecto as autoras salientam “Não é, assim, juridicamente considerado superendividado o consumidor que age de má-fé (o superendividado ativo)”.

Luiz Vicente da Cruz e Silva<sup>53</sup>, ao comentar sobre a boa-fé exigida do consumidor superendividado, explica que “a boa-fé por parte do consumidor tomador

---

<sup>50</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ, 2010, p. 164.

<sup>51</sup> SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé**. Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 out. 2015.

<sup>52</sup> ROCHA, Amélia Soares da; FREITAS, Fernanda Paula Costa de. O superendividamento, o consumidor e a análise econômica do Direito. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2564, 9 jul. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/16949>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

<sup>53</sup> SILVA, Luiz Vicente da Cruz e. **A boa-fé na fase pré-contratual como instrumento de prevenção ao superendividamento do consumidor**. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp144872.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

de crédito aparece como um requisito à aplicação da proteção de sua dignidade, finalidade do instituto do superendividamento”. Nesse viés, o autor complementa:

[...] Esta boa-fé goza de uma presunção fruto da dificuldade de sua prova, bem como da posição vulnerável em que o consumidor se situa nas relações de consumo de concessão de crédito perante as instituições financeiras e fornecedores de produtos e serviços que associam o crédito à sua atividade, cabendo ao credor o ônus da prova em sentido contrário para que se desconstrua tal presunção.

Segundo Brunno Pandori Giancoli<sup>54</sup>, a boa-fé visa em relação ao consumidor superendividado, aferir seu conhecimento desse contexto de dívidas e a sua vontade em quitá-las. Hideliza Lacerda Tinoco Boechat Cabral e Raquel de Souza Gonçalves<sup>55</sup> observam que “a existência de numerosos débitos, por si só, não configura prova desconstitutiva da boa-fé do consumidor, haja vista que a hipótese de superendividamento já pressupõe a multiplicidade de dívidas”.

Juliana Andréa Oliveira<sup>56</sup>, ao abordar os requisitos para caracterização do superendividamento, destaca que é importante que as dívidas que resultaram o superendividamento sejam provenientes de uma relação de consumo.

Na mesma esteira, Brunno Pandori Giancoli<sup>57</sup> esclarece que “o superendividamento do consumidor tem incidência em qualquer contrato de consumo oneroso, especialmente aqueles que envolvem outorga de crédito”. Para elucidar o que são esses contratos de consumo, Cláudia Lima Marques<sup>58</sup> explica:

[...] denomina-se contratos de consumo todas aquelas relações contratuais ligando um consumidor a um profissional, fornecedor de bens ou serviços. Esta nova terminologia tem como mérito englobar todos os contratos civis e mesmo mercantis, nos quais, por estar presente em um dos polos da relação um consumidor, existe um provável desequilíbrio entre os contratantes. Este desequilíbrio teria reflexos no conteúdo do contrato, daí nascendo a necessidade do direito regular estas relações contratuais de maneira a assegurar o justo equilíbrio dos direitos e obrigações das partes,

<sup>54</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008.

<sup>55</sup> CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat; GONÇALVES, Raquel de Souza. Cartão de crédito: instrumento propulsor de superendividamento? **Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**. Ano IX, n. 49, fev-mar/2013, p. 52.

<sup>56</sup> OLIVEIRA, Juliana Andréa. O superendividamento do consumidor: aspectos conceituais e mecanismos de solução. **Lex Humana**, v. 3, n. 1, 2011. Disponível em: <seer.ucp.br/seer/index.php/LexHumana/article/view/108>. Acesso em: 02 out. 2015.

<sup>57</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). **20 anos do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010, p. 576.

<sup>58</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005, p. 252.

harmonizando as forças do contrato através de uma regulamentação especial.

Assim, podemos perceber que o superendividamento envolve qualquer contrato que possua uma relação de consumo entre um consumidor e um fornecedor, lembrando que tais contratos devem ser onerosos, que de acordo com Brunno Pandori Giancoli<sup>59</sup> são “todos aqueles que se realizam para a utilidade de ambas as partes”. Dessa forma, os contratos a título gratuito estão excluídos do âmbito de aplicação do superendividamento.

### 1.3.3 Da classificação do superendividamento

De acordo com Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat Cabral e Raquel de Souza Gonçalves<sup>60</sup> o superendividamento pode ser classificado como ativo ou passivo, a depender dos motivos que lhe deram causa.

Clarissa Costa de Lima e Karen Bertoncello<sup>61</sup>, ao discorrerem sobre superendividamento ativo, explicam:

[...] pode ser ativo ou consciente, se o devedor contribui ativamente para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento, por exemplo, não planejando os compromissos assumidos e procedendo a uma acumulação exagerada de créditos em relação aos rendimentos efetivos esperados.

As autoras<sup>62</sup> esclarecem que o superendividamento passivo ocorre “quando as circunstâncias não previsíveis, como desemprego, divórcio, doença ou morte, afetam gravemente a capacidade de reembolso do devedor, colocando-o em uma situação de impossibilidade de cumprimento”.

<sup>59</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). **20 anos do Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010, p. 577.

<sup>60</sup> CABRAL, Hildeliza Lacerda Tinoco Boechat; GONÇALVES, Raquel de Souza. Cartão de crédito: instrumento propulsor de superendividamento? **Revista Magister de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**. Ano IX, n. 49, fev-mar/2013, p. 52.

<sup>61</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ, 2010, p. 28.

<sup>62</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado: aspectos doutrinários e experiência no Poder Judiciário**. Rio de Janeiro: GZ, 2010, p. 28.



No mesmo sentido é a definição de superendividamento passivo tecida por Vanessa Caroline dos Santos<sup>63</sup>:

[...] ocorre quando o consumidor se endivida devido a fatores alheios a sua vontade, os quais são imprevistos. Estes fatores não aconteceram pela má gestão, nem tampouco pela má-fé do consumidor, mas sim devido às fatalidades que o acometeram durante a sua trajetória, como exemplo: o desemprego, as doenças, caso de morte na família, redução brusca de salário, divórcio ou outro fator que torne a sua situação desfavorável. Ocorre então uma redução nos recursos financeiros deste consumidor e o crédito é contratado puramente por necessidade, tornando assim a capacidade de reembolso do consumidor superendividado quase nula, pois adquiriu o crédito puramente por necessidade, aceitando qualquer oferta de crédito sem mesmo analisar as taxas de juros, que muitas vezes são altíssimas, impossibilitando o seu pagamento.

Ao discorrermos sobre o superendividamento passivo, é importante destacar o Normativo de Crédito Responsável – Normativo SARB 010/2013, de 27 de junho de 2013<sup>64</sup>, instituído pelo Sistema de Autorregulação Bancária da Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, que reconhece o superendividamento passivo e confere a esta modalidade de consumidor superendividado tratamento prioritário. Essa é a disposição do artigo 17, caput, do referido Normativo, vejamos:

Art. 17 O desemprego, a doença grave ou a morte do devedor ou de membro do seu respectivo núcleo familiar, superveniente ao contrato de crédito celebrado, quando importarem na impossibilidade de adimplemento das obrigações, sem prejuízo de um mínimo existencial e inexistirem bens disponíveis para a sua liquidação, configurarão o superendividado com tratamento prioritário.

Dessa forma, o artigo supramencionado reconhece o superendividamento passivo, em consonância com as definições que apresentamos, sendo-lhe conferido tratamento prioritário em razão do fato que essa espécie de superendividamento decorre de uma situação inesperada e imprevista, que coloca o consumidor em uma situação de fragilidade financeira.

---

<sup>63</sup> SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé.** Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 out. 2015.

<sup>64</sup> BRASIL. Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN). **Crédito responsável para consumidores pessoas físicas. Normativo SARB 010/2013, de 27 de junho de 2013.** Disponível em: <<http://www.autorregulacaobancaria.com.br/pdf/Normativo%20SARB%20010-2013%20-%20Cr%C3%A9dito%20Respons%C3%A1vel%20VF.pdf>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

Ademais, é importante mencionar que o parágrafo único do artigo<sup>65</sup> supra prevê o tratamento para os casos de superendividamento passivo, estatuidando a renegociação com a remissão, que a escolha da Instituição Financeira poderá ser parcial ou total, de forma alternativa ou cumulativa, os juros de mora ou compensatórios, a correção monetária e a comissão de permanência.

#### **1.4 Análise dos princípios que norteiam a defesa do consumidor superendividado**

Conforme destaca Andressa Alves Nunes Vieira<sup>66</sup>, os princípios constitucionais, especialmente os que constituem direitos e garantias fundamentais, devem ser utilizados diretamente no caso concreto, para efetivação da própria Constituição Federal.

Passaremos agora ao estudo de alguns princípios que guardam relação com a defesa do consumidor superendividado, tais como o princípio da dignidade da dignidade da pessoa humana, o princípio da boa-fé, o princípio da função social dos contratos e o princípio da onerosidade excessiva. Essa análise possui importância, tendo em vista que os princípios também são fontes do direito, de modo que, como o próprio título sugere, eles podem auxiliar na defesa do consumidor superendividado.

##### *1.4.1 Princípio da Dignidade da Pessoa Humana*

A autora retro mencionada afirma que a Constituição Federal de 1988 é essencialmente principiológica, e apesar de serem vários os princípios estabelecidos, todos decorrem da noção de proteção da dignidade da pessoa humana, nos seus diferentes aspectos.

---

<sup>65</sup> Art. 17. [...] Parágrafo único. Nos casos previstos neste artigo, os Signatários apresentarão planos de renegociação que contemplarão alternativa ou cumulativamente, entre outras, a critério de cada Instituição Financeira, a remissão, total ou parcial: I – dos juros de mora; II – da correção monetária; III – dos juros compensatórios; ou IV – da Comissão de Permanência.

<sup>66</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

A dignidade da pessoa humana encontra-se prevista no título dos princípios fundamentais, no artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal<sup>67</sup>. Vejamos:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

III - a dignidade da pessoa humana;

Alexandre de Moraes<sup>68</sup>, ao discorrer sobre o referido princípio, o define da seguinte forma:

[...] constituindo-se em um mínimo invulnerável que todo estatuto jurídico deve assegurar, de modo que apenas excepcionalmente possam ser feitas limitações ao exercício dos direitos fundamentais, mas sempre sem menosprezar a necessária estima que merecem todas as pessoas enquanto seres humanos.

Igor de Alencar Salgado<sup>69</sup> afirma que no Direito do Consumidor, quando se menciona a dignidade da pessoa humana, está se referindo ao mínimo existencial. Nesse sentido, ele explica que o mínimo existencial “é a base da sobrevivência do indivíduo. São determinados bens vitais à sobrevivência, ou, pelo menos, para sua digna qualidade de vida”.

Andressa Alves Nunes Vieira<sup>70</sup> destaca que o princípio da dignidade da pessoa humana deve ser respeitado e aplicado no âmbito do direito do consumidor. A autora, ao relacionar o superendividamento com o referido princípio, explica que a condição de superendividamento afeta a dignidade do consumidor e de sua família.

Carolina Curi Fernandes Martinez<sup>71</sup> ressalta “nas sociedades modernas tipicamente de consumo não há dúvidas de que o superendividamento do

<sup>67</sup> BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 05 out. 2015.

<sup>68</sup> MORAES, Alexandre de. **Constituição do Brasil Interpretada e Legislação Constitucional**. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2004, p. 152.

<sup>69</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 out. 2015.

<sup>70</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado**. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>71</sup> MARTINEZ, Carolina Curi Fernandes. A tutela do consumidor superendividado e o princípio da dignidade da pessoa humana. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2619, 2 set. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/17312>>. Acesso em: 15 out. 2015.

consumidor acarreta em prejuízos à sua dignidade como pessoa humana”. Nesse sentido, a autora acrescenta:

[...] É patente, portanto, que a situação de superendividamento afeta a dignidade humana em vários aspectos, sejam eles materiais em virtude da perda da capacidade de consumo de bens básicos como alimentação e medicamento, chegando a ter alcance e comprometimento moral, social e médico/psicológico.

Brunno Pandori Giancoli<sup>72</sup>, aborda questão interessante e afirma que “o crédito é um veículo ao mínimo existencial do consumidor”. Isso porque o crédito, muitas vezes viabiliza o consumo, conforme já destacamos, possibilitando algumas aquisições sem as quais não é possível pensar na sobrevivência do consumidor com dignidade.

Andressa Nunes Vieira<sup>73</sup> afirma que a utilização do princípio da dignidade da pessoa humana na defesa dos consumidores superendividados objetiva a garantia do mínimo existencial para esses consumidores, que, de acordo com a autora são “condições materiais mínimas para que o consumidor possa sobreviver dignamente com sua família”.

A autora apresenta uma conclusão salutar a respeito da aplicação do princípio da dignidade da pessoa humana nos casos de superendividamento<sup>74</sup> e afirma: “a insolvência deve ser visualizada como um fato social, um problema de política de consumo, devendo o Estado promover a tutela desse consumidor superendividado para garantir a efetivação de seus direitos fundamentais”.

Assim, podemos perceber que os princípios constitucionais embasam todo o ordenamento jurídico, especialmente àqueles que visam à proteção do ser humano. Tais princípios podem ser aplicados em diversos campos do direito e no

---

<sup>72</sup> GIANCOLI, Bruno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Editora Verbo Jurídico, 2008, p. 54.

<sup>73</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>74</sup> É importante destacar que os casos de superendividamento em referência, os quais gozarão de proteção, são os casos de superendividamento passivo, ou o ativo nos limites da legalidade. Não é qualquer caso de superendividamento que o princípio da dignidade da pessoa humana poderá ser suscitado e utilizado em defesa do consumidor. Não se defende o consumo irresponsável, não é possível admitir que o Estado e a sociedade arquem com o consumo desmedido de determinados consumidores. A tutela do consumidor superendividado se baliza pelas causas que se deram a condição de superendividamento, e não pelos seus efeitos.

direito do consumidor não é diferente, inclusive, nos casos de superendividamento<sup>75</sup>, que é uma condição em o consumidor não consegue saldar suas dívidas de consumo e a depender do montante de débitos que possui, coloca em prova o seu mínimo existencial.

#### 1.4.2 *Princípio da Boa-fé*

Conforme lembra Andressa Alves Nunes Viera<sup>76</sup>, a boa-fé envolve o próprio conceito de superendividamento. Como já apresentamos anteriormente, a boa-fé é um dos elementos caracterizadores do superendividamento. Nesse contexto, segundo a autora, o princípio da boa-fé assume grande importância quando se fala na defesa do consumidor superendividado.

Nos termos do artigo 422, do Código Civil<sup>77</sup>, tem-se que: “Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé”.

A boa-fé foi consagrada como princípio no Código de Defesa do Consumidor<sup>78</sup>, e está disciplinada em seu artigo 4º, III. Vejamos:

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:

[...]

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

---

<sup>75</sup> Repise-se, nos casos de superendividamento, a depender das causas que levaram o consumidor a essa condição, e não das suas consequências.

<sup>76</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>77</sup> BRASIL. **Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 07 out. 2015.

<sup>78</sup> BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 08 out. 2015.

Bruno Miragem<sup>79</sup>, ao discorrer sobre o referido princípio, afirma que quando se fala em princípio da boa-fé está se mencionando necessariamente a boa-fé objetiva. Assim, o autor define que “o princípio da boa-fé objetiva implica a exigência nas relações jurídicas do respeito e da lealdade com o outro sujeito da relação, impondo um dever de correção e fidelidade, assim como o respeito às expectativas legítimas geradas no outro”.

O autor apresenta reflexão interessante a respeito do referido princípio:

[...] a incidência da boa-fé implica a multiplicação de deveres das partes. Assim, são observados não apenas os deveres principais da relação obrigacional (o dever de pagar o preço ou entregar a coisa, por exemplo), mas também deveres anexos ou laterais, que não dizem respeito diretamente com a obrigação principal, mas sim com a satisfação de interesses globais das partes, como os deveres de cuidado, previdência, segurança, cooperação, informação, ou mesmo os deveres de proteção e cuidado relativos à pessoa e ao patrimônio da outra parte.

Sergio Cavaliere Filho<sup>80</sup> também apresenta sua contribuição e afirma que a boa-fé objetiva “indica o comportamento objetivamente adequado aos padrões de ética, lealdade, honestidade e colaboração exigíveis nas relações de consumo”.

Ana Laura Teixeira Martinelli<sup>81</sup>, ao discorrer sobre o princípio da boa-fé objetiva, afirma que este “deve nortear todo o ordenamento jurídico e condicionar o comportamento das pessoas em suas relações jurídicas de forma honesta, proba e leal, prestigiando a confiança nas relações sociais”.

De acordo com informações retiradas do sítio eletrônico do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios<sup>82</sup>, podemos extrair o significado da boa-fé objetiva. Vejamos:

A boa-fé objetiva é, talvez, o princípio máximo orientador do CDC. Trata-se do dever imposto, a quem quer que tome parte na relação de consumo, de agir com lealdade e cooperação, abstendo-se de condutas que possam esvaziar as legítimas expectativas da outra parte. Daí decorrem os múltiplos

<sup>79</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 135.

<sup>80</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 39.

<sup>81</sup> MARTINELLI, Ana Laura Teixeira. A boa fé objetiva e os limites da rescisão unilateral dos contratos administrativos por razões de interesse público. **Revista de Direito Público**, Londrina, v. 1, n. 6, p. 20-34, jan/abr. 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/view/8337>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

<sup>82</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Princípio da boa-fé objetiva**. Disponível em: <<http://www.tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/jurisprudencia-em-foco/cdc-naviao-do-tjdft-1/principios-do-cdc/principio-da-boa-fe-objetiva>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

deveres anexos, deveres de conduta que impõem às partes, ainda na ausência de previsão legal ou contratual, o dever de agir lealmente.

Cumpra mencionar que a jurisprudência do Egrégio Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios tem abordado a questão da boa-fé no âmbito do direito do consumidor salientando seus deveres anexos de cooperação, lealdade e informação. É o que podemos vislumbrar no julgamento da Apelação Cível nº 20100710331636<sup>83</sup>, em que se destacou:

**[...] O princípio da boa-fé objetiva, previsto no art. 422, do CC, e no art. 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, de observância obrigatória nos contratos de consumo, consubstancia fonte criadora de deveres anexos de cooperação, lealdade, informação, dentre outros elencados pela doutrina. [...]** (Grifo Nosso)

De acordo com o julgado colacionado, a boa-fé prevista no artigo 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor impõe às partes integrantes da relação de consumo deveres de cooperação, lealdade e informação. A cooperação significa colaborar para a realização do objetivo comum e do contrato, de modo que o fornecedor não pode, por exemplo, criar obstáculos para que o consumidor salde suas obrigações e o consumidor, do seu lado, deve pactuar com responsabilidade e consciência, para que consiga arcar com as obrigações, e assim não frustrarem, um ao outro, na parceria contratual que realizarem.

A lealdade também baliza a boa-fé, devendo as partes, consumidor e fornecedor, respeitar as regras e os princípios que norteiam a relação e serem fidedignos às obrigações pactuadas, para que não ocorra o descumprimento do contrato.

A informação também é muito importante no âmbito das relações contratuais, e se traduz na transparência, no esclarecimento e até mesmo no aconselhamento a respeito da contratação, possibilitando ao consumidor o exercício da sua liberdade de escolha e o equilíbrio de informações, uma vez que, via de regra, os fornecedores contam com uma superioridade informacional em detrimento dos consumidores.

---

<sup>83</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível**. Acórdão n.º 793664, 20100710331636APC. Sexta Turma Cível. Relator (a): Desembargadora Ana Cantarino, Brasília, 3 de junho de 2014. Disponível em:< <http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

Quando se fala em informação é importante lembrar que a boa-fé também impõe aos fornecedores o dever ativo de fornecer aos consumidores os devidos esclarecimentos, não sendo suficiente informar, mas sim propiciar ao consumidor a imediata e fácil compreensão a respeito das cláusulas contratuais. Nesse sentido foi o julgamento da Apelação Cível nº 20130111862747<sup>84</sup>, pelo Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, em que se destaca:

[...]

**3.O ordenamento jurídico pátrio impõe que as cláusulas contratuais deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão, presumindo-se sempre a boa-fé do consumidor, cabendo à outra parte provar a má-fé.**

**4.O artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor confere ao consumidor o direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, qualidade e preço, sendo ônus da empresa contratada informá-lo acerca de qualquer especificidade da avença que o cerceie de algum direito.**

**5.A boa-fé contratual entende-se como um dever de conduta que impõe ao contratado lealdade aos contratantes. [...]** (Grifo Nosso)

É importante destacar nesse aspecto a proteção conferida ao consumidor pelo artigo 46, do Código de Defesa do Consumidor, que prevê que os contratos não obrigam os consumidores se estes não tiverem prévio conhecimento do seu conteúdo, ou se os contratos forem confeccionados de maneira a dificultar a compreensão do seu escopo e efeitos.

Ademais, é importante ressaltar que a boa-fé deve estar presente em todos os momentos da relação de consumo, na fase pré-contratual, durante a vigência do contrato e também após o seu término. Nesse contexto, trazemos o fragmento do acórdão que julgou a Apelação Cível nº 20050110251052<sup>85</sup>, pela 4ª Turma Cível do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios: “[...] a boa-fé objetiva, que deve permear a conduta de todos os envolvidos no contrato, do início ao fim do pacto, não foi observada pela empresa ré, que viola deveres anexos do contrato, como o de informação, lealdade e cooperação”.

<sup>84</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível**. Acórdão n.823286, 20130111862747APC. Terceira Turma Cível. Relator: Desembargador Alfeu Machado. Brasília, 6 de outubro de 2014. Disponível em: <<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

<sup>85</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível**. Acórdão n.747048, 20050110251052APC. Quarta Turma Cível. Relator: Desembargador Cruz Macedo. Brasília, 13 de janeiro de 2014. Disponível em: <<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.



A boa-fé representa um intuito probro, um agir transparente e leal. Fazendo a ligação deste princípio com o superendividamento, em primeiro lugar, conforme já apresentamos, a boa-fé é um dos elementos caracterizadores desta condição, uma vez que o endividamento de má-fé não goza de proteção estatal.

Além da boa-fé fazer parte do próprio conceito de superendividamento, o princípio também pode ser utilizado na defesa do consumidor superendividado, de acordo com Andressa Alves Nunes Vieira<sup>86</sup>, na medida em que essa condição se deu de boa-fé por parte do consumidor. No momento da contratação, o consumidor deve ter motivos para acreditar que poderá suportar a obrigação e os motivos precisam ser expressados, ainda que sobre eles possa haver algum equívoco. Os motivos são, portanto, fatores relevantes para a aferição da boa-fé na relação contratual. Além do momento da aquisição, a boa-fé deve estar presente também no momento da conclusão do contrato, representada pela firme intenção do consumidor em adimplir suas dívidas.

Dessa forma, não se defende aqui o direito a ser irresponsável ou inconseqüente na contratação de crédito, pois se assim fosse restaria comprovada a má-fé do consumidor e, conforme demonstramos, ele não possui proteção nesses casos (como o superendividamento ativo que já mencionamos). Assim, ao realizar uma contratação, sobretudo de crédito, o consumidor deve avaliar as suas possibilidades em sustentar aquele contrato, suas repercussões futuras e verificar se suas condições financeiras realmente o permitem pactuar.

Ana Laura Teixeira Martinelli<sup>87</sup> destaca:

[...] a boa-fé objetiva atua em diferentes graus de imposição de deveres, todos a determinar uma reflexão contínua, durante todo o caminhar da dinâmica contratual, sobre os impactos que a celebração do contrato de crédito ao consumo causará ao consumidor.

A autora ainda ressalta que a boa-fé atua na fase pré-contratual, podendo inclusive prevenir a situação de superendividamento, além da função da boa-fé

<sup>86</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>87</sup> MARTINELLI, Ana Laura Teixeira. A boa fé objetiva e os limites da rescisão unilateral dos contratos administrativos por razões de interesse público. **Revista de Direito Público**, Londrina, v. 1, n. 6, p. 20-34, jan/abr. 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/view/8337>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

como cânone interpretativo, utilizada quando o consumidor já se encontra em situação de superendividamento. Além disso, a boa-fé também atua como um limite do exercício de posições jurídicas, sobretudo para evitar abusos perpetrados pelos fornecedores.

Nesse sentido, o limite mínimo exigível do consumidor para que a sociedade suporte os custos de um eventual inadimplemento é a boa-fé, que irá definir a defesa e proteção ao devedor inadimplente decorrente do superendividamento. Nos casos, portanto, de contratação irresponsável e inconseqüente, que o consumidor agiu de forma desleal e com plena convicção de que não poderia cumprir com as obrigações pactuadas, descaracterizada estará a boa-fé, não podendo ser invocada, dessa forma, em qualquer hipótese de superendividamento, a depender dos motivos que ensejaram tal condição.

#### 1.4.3 *Princípio da Função Social dos Contratos*

No âmbito do regime privado ocorreu uma importante transformação que também afeta diretamente as relações jurídicas de consumo. Houve o reconhecimento expresso da função social dos contratos, prevista no artigo 421, do Código Civil<sup>88</sup>: “Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato”.

Ao discorrer sobre o referido princípio, Miguel Reale<sup>89</sup> elucida que “o que o imperativo da função social do contrato estatui é que este não pode ser transformado em um instrumento para atividades abusivas, causando dano à parte contrária ou a terceiros”. O autor ainda complementa:

[...] Não há razão alguma para se sustentar que o contrato deva atender tão somente aos interesses das partes que o estipulam, porque ele, por sua própria finalidade, exerce uma função social inerente ao poder negocial que é uma das fontes do direito, ao lado da legal, da jurisprudencial e da consuetudinária. O ato de contratar corresponde ao valor da livre iniciativa, erigida pela Constituição de 1988 a um dos fundamentos do Estado Democrático do Direito, logo no inciso IV do art. 1º, de caráter manifestamente preambular. Assim sendo, é natural que se atribua ao contrato uma função social, a fim de que ele seja concluído em benefício dos contratantes sem conflito com o interesse público.

<sup>88</sup>BRASIL. **Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 10 out. 2015.

<sup>89</sup>REALE, Miguel. **Função social do contrato.** Disponível em: <<http://www.miguelreale.com.br/artigos/funsoccont.htm>>. Acesso em: 11 out. 2015.

Mariza Rotta e Cleide Aparecida Gomes Rodrigues Fermentão<sup>90</sup>, ao discorrerem sobre o princípio da função social dos contratos, explicam:

[...] Na nova concepção de contrato, frente ao CDC e ao novo CC, não mais importa somente a manifestação de vontade dos contraentes, devendo-se levar em conta, também, os efeitos deste na sociedade, bem como a condição econômica e social dos participantes da relação jurídica. Na busca deste novo equilíbrio, o direito terá um papel destacado na busca da delimitação imposta pela lei, que também será legitimadora da autonomia de vontade das partes, passando a proteger determinados interesses, agora não de cunho individual, mas de interesse social, valorizando a confiança do vínculo de contratação, as expectativas e a boa fé.

De acordo com Jussara Schmitt Sandri<sup>91</sup>, o princípio da função social dos contratos objetiva visualizar o contrato sob o seu aspecto social, não apenas sob o viés individual, mas sobre as conseqüências que o contrato representa na sociedade. A autora destaca que o referido princípio será violado, dentre outras hipóteses, quando “seus efeitos venham a prejudicar os interesses da sociedade, ou mesmo de terceiros que não tenham relação direta ao negócio jurídico pactuado”.

Nelson Nery Junior<sup>92</sup>, ao escrever sobre o descumprimento da função social do contrato, aduz:

[...] Haverá desatendimento da função social, quando: a) a prestação de uma das partes for exagerada ou desproporcional, extrapolando a álea normal do contrato; b) quando houver vantagem exagerada para uma das partes; c) quando quebrar-se a base objetiva ou subjetiva do contrato, etc.

Flávio Tartuce<sup>93</sup>, ao seu turno, destaca que a função social do contrato é uma norma geral de ordem pública, de acordo com a previsão do art. 2.035, parágrafo único, do Código Civil, segundo o qual o contrato tem que ser obrigatoriamente visualizado e interpretado segundo o contexto social, destacando que “não pode o contrato trazer onerosidades excessivas, desproporções, injustiça social”. Segundo o autor, os contratos também não podem “violam interesses

---

<sup>90</sup> ROTTA, Mariza. FERMENTÃO, Cleide Aparecida Gomes Rodrigues. O Pacta Sunt Servanda - Cláusula Rebus Sic Stantibus e o Equilíbrio das Relações Contratuais na Atualidade. **Revista Jurídica Cesumar** - Mestrado, v. 8, n. 1, jan/jul 2008, p. 194-218.

<sup>91</sup> SANDRI, Jussara Schmitt. **Função social do contrato**. Conceito, Natureza jurídica e fundamentos. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/viewFile/8721/9062>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

<sup>92</sup> NERY JÚNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Anotado e Legislação Extravagante**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 336.

<sup>93</sup> TARTUCE, Flávio. **Os direitos da personalidade no novo código civil**. Disponível em: <[www.flaviotartuce.adv.br/artigos/Tartuce\\_personalidade.doc](http://www.flaviotartuce.adv.br/artigos/Tartuce_personalidade.doc)>. Acesso em: 26 nov. 2015.

metaindividuais ou interesses individuais relacionados com a proteção da dignidade humana”.

No julgamento da Apelação Cível nº 20130111838873<sup>94</sup>, pela 5ª Turma Cível do Egrégio Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, foi destacado que os contratos de um modo geral estão sujeitos a princípios que limitam a liberdade de contratar, como é o caso do princípio da função social dos contratos, que segundo o mencionado julgado, “não elimina o princípio da autonomia contratual, mas atenua ou reduz o alcance desse princípio quando presentes interesses metaindividuais ou interesse individual relativo à dignidade da pessoa humana”. Dessa forma, o princípio da função social dos contratos não retira a liberdade de contratar, mas limita esta quando presentes interesses difusos ou interesse individual relativo à dignidade da pessoa humana, como nos casos de superendividamento passivo, por exemplo. O princípio da função social dos contratos visa afastar os abusos na contratação.

Interessante observação é feita no julgamento da Apelação Cível nº 20140110628303<sup>95</sup>, em que se destaca:

[...]

6 - Conquanto condenável o endividamento desmesurado e a falta de planejamento financeiro por parte do consumidor, **a instituição financeira deve agir em observância aos princípios da boa fé contratual e da função social do contrato, devendo primar pela salvaguarda dos direitos da dignidade da pessoa humana e do mínimo existencial**, motivo pelo qual este E. TJDFT tem aplicado, por analogia, o limite legalmente definido (30%) quando constatado que os valores descontados pelas instituições financeiras diretamente na conta corrente do indivíduo abrange a totalidade ou grande parte do seu rendimento. (Grifo Nosso)

O limite para a aplicação do princípio da função social dos contratos é a legalidade, tendo em vista que o seu principal escopo é evitar abusos, haja vista que o contrato celebrado entre fornecedor e consumidor não pode ser objeto de abusos.

<sup>94</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível**. Acórdão n.898662, 20130111838873APC. Quinta Turma Cível. Relator: Desembargador Sandoval Oliveira, Brasília, 23 de outubro de 2015. Disponível em: <<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

<sup>95</sup> BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível**. Acórdão n.896906, 20140110628303APC. Primeira Turma Cível. Relator: Desembargador Alfeu Machado, Brasília, 09 de outubro de 2015. Disponível em: <<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

De acordo com Antônio Manuel da Rocha e Menezes Cordeiro<sup>96</sup>, o abuso reside na violação de valores. O autor complementa: “o abuso de direito coloca um problema de delimitação das condutas permitidas [...] assiste-se, pois, seja à cominação de abstenções, seja à imposição de deveres”. Nesse contexto, o princípio da função social do contrato poderia chegar a invalidar a oferta do crédito, por exemplo, a depender dos seus reflexos para o consumidor e para a sociedade, uma vez configurado o abuso.

Andressa Alves Nunes Vieira<sup>97</sup>, ao relacionar o referido princípio com a defesa do consumidor superendividado, destaca que “a tutela jurídica do consumidor, na condição de superendividado ganha legitimidade também com a aplicação do princípio da função social do contrato”. Assim, de acordo com a autora, o princípio da função social dos contratos pode ser suscitado na defesa do consumidor superendividado<sup>98</sup>, especialmente quando o contrato representar um ônus excessivo ao consumidor, comprometendo sua subsistência, por exemplo. Desta feita, o mencionado princípio protege então o contrato firmado entre consumidores e fornecedores, para que tal pactuação não viole direitos e garantias fundamentais, como a dignidade da pessoa humana e o mínimo existencial.

#### 1.4.4 *Princípio da Onerosidade Excessiva*

De acordo com Orlando Gomes<sup>99</sup>, a onerosidade excessiva se verifica “quando uma prestação de obrigação contratual se torna, no momento da execução, notavelmente mais gravosa do que era no momento em que surgiu”.

Luciana de Oliveira Leal<sup>100</sup>, no entanto, faz uma ressalva e explica que não é qualquer motivo que caracteriza a onerosidade excessiva e leva a resolução

---

<sup>96</sup> CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e Menezes. **Da boa-fé no direito civil**. Almedina, 1997, p. 879.

<sup>97</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>98</sup> Ressalte-se que a defesa do consumidor superendividado que se menciona irá sempre depender da análise dos motivos que levaram o consumidor a essa condição.

<sup>99</sup> GOMES, Orlando. **Contratos**. 24. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001, p.10.

<sup>100</sup> LEAL, Luciana de Oliveira. **A onerosidade excessiva no ordenamento jurídico brasileiro**. Disponível em: <[http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir\\_gerais/dgcon/pdf/artigos/direi\\_civil/onerosidade\\_excessiva\\_ordenamento\\_juridico\\_brasileiro.pdf](http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir_gerais/dgcon/pdf/artigos/direi_civil/onerosidade_excessiva_ordenamento_juridico_brasileiro.pdf)>. Acesso em: 13 out. 2015.

do contrato, pois segundo a autora, as alterações nas prestações são perfeitamente normais e fazem parte do risco contratual. Além disso, a autora salienta que o motivo da onerosidade excessiva deve ser superveniente.

Nesse sentido, a autora destaca alguns requisitos para que seja caracterizada a onerosidade excessiva. O primeiro deles é que o contrato seja oneroso, ou seja, que ambas as partes se obriguem, obtendo vantagens, mas também arcando com um ônus.

O outro requisito apontado pela autora diz respeito à modificação substancial das condições econômicas no momento da execução do contrato, conflitando com o que foi pactuado na celebração do contrato, ocasionando enorme dificuldade de cumprimento da obrigação por uma das partes. Por fim, a autora cita que a onerosidade excessiva deve decorrer de uma situação excepcional e imprevisível. Nesse aspecto, a autora explica que “se há contribuição da parte para o fato que torna onerosa a prestação, com conduta indiligente, descaracteriza-se a onerosidade excessiva”.

A autora também apresenta os reflexos da onerosidade excessiva no âmbito do direito do consumidor, e destaca que a onerosidade pode implicar em três situações para o consumidor. A primeira situação seria o direito de modificação de cláusula que estabeleça obrigação desproporcional, para preservar o equilíbrio do contrato, nos termos do artigo 6º, V, do Código de Defesa do Consumidor.

A outra situação, também prevista como direito básico do consumidor no artigo 6º, V, do Código de Defesa do Consumidor, seria o direito de obter a revisão do contrato em razão de acontecimentos supervenientes que tornem as prestações excessivamente onerosas. Por fim, o consumidor tem, diante da onerosidade excessiva, a possibilidade de requerer a nulidade da cláusula que estabeleça desvantagem excessiva, com base no que dispõe o artigo 51, IV e § 1º, III, do Código de Defesa do Consumidor.

Andressa Alves Nunes Vieira<sup>101</sup>, contudo, faz uma ressalva quanto à questão da onerosidade excessiva no âmbito do Direito do Consumidor, pois,

---

<sup>101</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido

segundo a autora, a norma de proteção do equilíbrio contratual prevista no artigo 6º, V, do Código de Defesa do Consumidor é muito mais favorável ao consumidor do que a própria onerosidade excessiva, pois os requisitos são menos rigorosos do que a teoria da imprevisão, tendo em vista que o Código de Defesa do Consumidor não faz a exigência do requisito de imprevisibilidade do fato para se exigir a revisão do contrato.

O fato é que a onerosidade excessiva possui aplicação tanto no âmbito do Direito Civil quanto no campo do Direito do Consumidor, ainda que no Direito do Consumidor a busca maior seja pela proteção do consumidor. O grande objetivo aqui seja sob o enfoque da onerosidade excessiva e a teoria da imprevisão, no Código Civil, seja pela proteção do equilíbrio contratual no Código de Defesa do Consumidor, a intenção é resguardar as partes contratantes, para que uma delas não seja excessivamente onerada em sua obrigação, em virtude de fatos que não deu causa.

Um desses casos em que a pessoa não deu causa e fica impossibilitada de cumprir com a obrigação inicialmente pactuada diz respeito ao superendividamento. Nesse aspecto, de acordo com Andressa Alves Nunes Vieira<sup>102</sup>, a condição de superendividamento é uma situação que gera o direito de revisão do contrato, por onerar excessivamente o cumprimento da obrigação inicialmente estabelecida no contratualmente.

### 1.5 Possíveis causas de superendividamento do consumidor

Brunno Pandori Giancoli<sup>103</sup>, ao discorrer sobre os possíveis fatores que conduzem ao superendividamento do consumidor, explica:

[...] Na maioria dos casos, o superendividamento não se deve a uma única causa, já que o devedor deve fazer frente a um conjunto de obrigações derivadas de aquisição de bens e serviços de primeira necessidade, créditos hipotecários, carros móveis, etc. e, inclusive, decorrente do abuso e

---

revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>102</sup> VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.

<sup>103</sup> GIANCOLI, Brunno Pandori. **O superendividamento do consumidor como hipótese de revisão dos contratos de crédito**. Porto Alegre: Editora Verbo Jurídico, 2008, p. 123.

incorreto uso do cartão de crédito. Somam-se, ainda, causas não econômicas, tais como falta de informação e educação dos consumidores, rupturas familiares, acidentes ou enfermidades crônicas, etc.

Clarissa Costa de Lima e Karen Danilevicz Bertoncello<sup>104</sup>, ao abordarem a questão, elucidam que são diversas as causas que levam ao superendividamento. Nesse sentido, destacam que “em muitos casos, a origem do superendividamento está ligada a um acidente da vida, como morte do cônjuge, perda do emprego, doença familiar ou pessoal, redução de renda/salário em atraso, separação ou divórcio”.

Rosângela Lunardelli Cavallazzi<sup>105</sup>, ao discorrer sobre o perfil do superendividado no Brasil, relata que as causas indicam que 73% (setenta e três por cento) dos consumidores brasileiros são superendividados passivos, ou seja, os fatores que levaram ao superendividamento foram oriundos de fatos extraordinários, como “desemprego, doença, acidente, divórcio ou morte”. A autora exemplifica que, de acordo com suas pesquisas<sup>106</sup>, no Rio Grande do Sul, 50% (cinquenta por cento), ou seja, em metade dos casos de superendividamento, a causa foi o desemprego.

Assim, podemos notar que as causas para superendividamento do consumidor são variadas. Existe a possibilidade dessas causas ocorrerem sem que o consumidor tenha dado ensejo à situação, como a autora retro mencionada denomina de “acidentes da vida”, que o consumidor é vítima, e se depara com uma quantidade de despesas superior à sua capacidade econômica, como é o caso da superveniência do desemprego ou de uma doença. Por outro lado, também existe a possibilidade do superendividamento ocorrer por displicência do consumidor, quando, por exemplo, ele extrapola na utilização do crédito, usufruindo-o de maneira desproporcional às suas condições financeiras.

---

<sup>104</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Danilevicz. Explicando o superendividamento em questões: perguntas e respostas In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, 2010, p. 43.

<sup>105</sup> CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p. 390.

<sup>106</sup> Com relação aos dados aqui apresentados, cumpre informar que eles decorreram de uma pesquisa realizada pela autora Rosângela Lunardelli Cavallazzi, no Rio Grande de Sul e no Rio de Janeiro. A autora adverte que os dados fornecidos devem ser visualizados com parcimônia, pois o levantamento utilizou amostras e recorte de espaço e tempo distintos, cujo objetivo foi identificar e compartilhar as práticas de oferta de crédito e seus reflexos no processo de superendividamento do consumidor.



É relevante destacar que, neste aspecto referente às possíveis causas, é necessário verificar o modo como ocorreu o superendividamento para que o consumidor tenha proteção do Estado. Trata-se de um problema de pactuação, devendo ser identificados os elementos que já apresentamos para que o consumidor usufrua de proteção, sobretudo a intencionalidade do consumidor, a sua boa-fé, pois, caso contrário, a proteção não acontecerá, haja vista que, conforme já esclarecemos, não se pretende proteger o consumo e a contratação irresponsável e inconseqüente.

## 2 ANÁLISE DO SUPERENDIVIDAMENTO SOB A ÓTICA DO CONSUMIDOR IDOSO

No primeiro capítulo, conseguimos compreender melhor o fenômeno do superendividamento, por meio da apresentação do seu conceito, características e classificação. Além disso, nos dedicamos à análise das prováveis causas que ocasionam ou contribuem para o superendividamento do consumidor.

Neste capítulo, adentraremos no cerne do presente estudo, apresentando a temática do superendividamento de uma maneira mais delimitada. Isso porque a partir de agora passaremos a discorrer sobre o superendividamento de uma classe específica de consumidores: os idosos.

É importante, todavia, salientar que o endividamento ou o superendividamento não são condições restritas apenas aos idosos, pois elas independem de faixa etária em que estará sujeito qualquer consumidor, conforme lembra Igor de Alencar Salgado<sup>107</sup>. Apesar do superendividamento não ser um fenômeno relacionado a uma categoria específica de consumidores, podendo ocorrer independente de idade, sexo, profissão, etc., nos ateremos apenas ao estudo do superendividamento do consumidor idoso.

Para isso, apresentaremos, neste capítulo, o conceito de idoso e as possíveis causas que contribuem para o superendividamento dos idosos. Nesse sentido, iremos estudar a questão do idoso como consumidor hipervulnerável, a problemática do incentivo e facilidade na concessão de crédito e o direito básico do consumidor à informação.

### 2.1 Conceito de idoso

De acordo com a definição encontrada no Minidicionário da Língua Portuguesa<sup>108</sup>, idoso é um adjetivo, cujo significado remete a “velho, avançado em

---

<sup>107</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 out. 2015.

<sup>108</sup> BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário da língua portuguesa**. 1. ed. rev. e atual. São Paulo: FTD; LISA, 1996, p.351.

anos”. Segundo o art. 1º, da Lei nº 10.741/03<sup>109</sup> (Estatuto do Idoso), tem-se que idoso é a pessoa com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos.

Robson Renault Godinho<sup>110</sup> destaca que o Estatuto do Idoso estabelece a idade de 60 (sessenta) anos como a regra geral para que uma pessoa seja considerada idosa, apesar que, segundo ele, o próprio estatuto disponha faixa etária diferente em alguns aspectos, como ocorre no artigo 34, no caso de outorga do benefício social a pessoas a partir de 65 anos.

Silvana Sidney Costa Santos<sup>111</sup>, ao discorrer sobre o conceito de idoso, explica:

[...] O conceito de idoso é diferenciado para países em desenvolvimento e para países desenvolvidos. Nos primeiros, são consideradas idosas aquelas pessoas com 60 anos e mais; nos segundos são idosas as pessoas com 65 anos e mais. Essa definição foi estabelecida pela Organização das Nações Unidas, por meio da Resolução 39/125, durante a Primeira Assembleia Mundial das Nações Unidas sobre o Envelhecimento da População, relacionando-se com a expectativa de vida ao nascer e com a qualidade de vida que as nações propiciam aos seus cidadãos.

Esses conceitos baseados na idade são o que a autora denomina de critério cronológico. Segundo ela, o critério cronológico é o mais utilizado para estabelecer o conceito de pessoa idosa.

Segundo Robson Renault Godinho<sup>112</sup>, existem vários critérios para o conceito de idoso, sendo que o critério cronológico é o mais utilizado no Brasil. O autor afirma que esse critério também é adotado pela Organização Mundial de Saúde.

Embora o critério cronológico ou etário seja o mais comum e o mais utilizado, reputamos interessante apresentar outros critérios que podem orientar na definição conceitual de idoso. Wladimir Novaes Martinez<sup>113</sup>, por exemplo faz menção

---

<sup>109</sup> BRASIL. **Lei 10.741, de 01 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/civil\\_03/LEIS/2003/L10.741.htm](http://www.planalto.gov.br/civil_03/LEIS/2003/L10.741.htm)>. Acesso em: 31 out. 2015.

<sup>110</sup> GODINHO, Robson Renault. **A proteção processual dos idosos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

<sup>111</sup> SANTOS, Silvana Sidney Costa. Concepções teórico-filosóficas sobre envelhecimento, velhice, idoso e enfermagem gerontogeriatrica. **Revista Brasileira de Enfermagem**. Brasília, 2010, nov-dez. p. 1036.

<sup>112</sup> GODINHO, Robson Renault. **A proteção processual dos idosos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

<sup>113</sup> MARTINEZ, Wladimir Novaes. **Comentários ao Estatuto do Idoso**. 2. ed. São Paulo: LTr, 2005.

à concepção psicobiológica (médica), à econômico-financeira, ao critério social e ao critério legal.

De acordo com o autor, segundo o requisito psicobiológico, a definição de idoso leva em consideração as aptidões físicas e intelectuais, sendo irrelevante a faixa etária da pessoa, o oposto, portanto, do critério cronológico. Já o requisito econômico-financeiro, segundo ele, leva em consideração a capacidade econômica da pessoa. Nesse aspecto, o autor adverte:

[...] importa o patamar econômico-financeiro da pessoa, a *priori* pressupondo-se que o hipossuficiente necessita de maior proteção em comparação com o independente. Daí os benefícios em dinheiro previstos levarem em conta a sua subordinação pecuniária. Mas, que fique claro que o idoso não é apenas o pobre; qualquer cidadão envelhecido merece respeito, até o poderoso.

O autor explica que de acordo com o critério social, a definição de idoso leva em consideração o meio social, o ambiente que a pessoa vive, se ela está, por exemplo, junto com a família ou internada em um estabelecimento de repouso. E, por fim, o requisito legal, que leva em consideração, para a delimitação do conceito de idoso, o que estiver estabelecido na lei em vigor. Nesse caso, o autor menciona que pelo critério legal, o idoso é a pessoa com idade igual ou superior a sessenta anos, “homem ou mulher, nacional ou estrangeiro, urbano ou rural, trabalhador da iniciativa privada ou do serviço público, livre ou recluso, exercendo atividades ou aposentado, incluindo o pensionista, qualquer que seja a sua condição social”.

Nesse viés, observamos que o conceito de idoso não constitui tarefa fácil, existindo, como vimos vários critérios para se chegar a essa definição. Entretanto, para o desenvolvimento do presente trabalho, utilizaremos o conceito de idoso a partir do critério cronológico ou etário, considerando como tal aquele que possuir idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos.

## 2.2 Da hipervulnerabilidade do consumidor idoso

Antes de apresentarmos a questão da hipervulnerabilidade do consumidor idoso, é salutar fazermos algumas considerações a respeito da vulnerabilidade do consumidor. Conforme afirma Sérgio Cavaleiri Filho<sup>114</sup>, o Código

---

<sup>114</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

de Defesa do Consumidor se baliza na vulnerabilidade do consumidor. O princípio da vulnerabilidade está previsto no artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor<sup>115</sup>, que estabelece:

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;

De acordo com Rizzatto Nunes<sup>116</sup>, a vulnerabilidade indica que “o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo”. Bruno Miragem<sup>117</sup>, ao discorrer sobre o assunto, explica:

[...] Há na sociedade atual o desequilíbrio entre dois agentes econômicos, consumidor e fornecedor, nas relações jurídicas que estabelecem entre si. [...] A noção de vulnerabilidade do direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica.

É válido recordar que existe uma classificação da vulnerabilidade de acordo com a sua espécie. A autora Cláudia Lima Marques<sup>118</sup> fala em *vulnerabilidade técnica*, *vulnerabilidade jurídica*, *vulnerabilidade fática* e *vulnerabilidade informacional*.

De acordo com Bruno Miragem<sup>119</sup>, podemos entender, de maneira simplificada, que a vulnerabilidade técnica se refere à ausência, por parte do consumidor, de conhecimentos técnicos/especializados sobre determinado produto ou serviço. A vulnerabilidade jurídica se refere à ausência, por parte do consumidor, de conhecimentos sobre os seus direitos e deveres nas relações de consumo e as implicações jurídicas nos contratos que pactua. A vulnerabilidade fática, segundo o

<sup>115</sup> BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 23 nov. 2015.

<sup>116</sup> NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**: com exercícios. 5. ed. Revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 174.

<sup>117</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 122.

<sup>118</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2011, p. 330.

<sup>119</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 135.

autor, engloba, de forma genérica, várias situações em que se reconhece a fraqueza do consumidor.

O autor afirma que a forma mais comum de vulnerabilidade fática diz respeito à fraqueza do consumidor em relação ao porte econômico frente ao fornecedor, a denominada vulnerabilidade econômica. Segundo ele, a vulnerabilidade fática também envolve situações específicas, relativas à determinados consumidores, conforme explana:

[...] é vulnerável faticamente, ou duplamente vulnerável, o consumidor-criança ou o consumidor-idoso, os quais podem ser, em razão de suas qualidades específicas (reduzido discernimento, falta de percepção), mais suscetíveis aos apelos dos fornecedores.

Por fim, temos a espécie de vulnerabilidade informacional, que segundo Cláudia Lima Marques<sup>120</sup>, está relacionada à fragilidade, por parte do consumidor, de informações relativas aos produtos ou serviços que adquire ou utiliza. Nesse sentido, a autora esclarece: “Esta vulnerabilidade informativa, não deixa, porém, de representar hoje o maior fator de desequilíbrio da relação com os fornecedores, os quais, mais do que experts, são os únicos verdadeiramente detentores da informação”.

A partir dessas considerações, verificamos que a vulnerabilidade é consagrada como um princípio básico no Direito do Consumidor, e visa essencialmente à proteção do consumidor, considerada a parte mais fraca e vulnerável na relação de consumo, frente aos fornecedores. Ocorre que, além da condição de vulnerabilidade, alguns consumidores, por possuírem determinadas características, se tornam mais do que vulneráveis.

É a chamada hipervulnerabilidade ou vulnerabilidade agravada. De acordo com Thaielly Silva José e Vitor Hugo do Amaral Ferreira<sup>121</sup>, o fato do consumidor ser por exemplo deficiente, idoso ou criança, potencializam a condição de consumidor vulnerável, o que os faz hipervulneráveis dentro da relação de consumo.

---

<sup>120</sup> MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2011, p. 330.

<sup>121</sup> JOSÉ, Thaielly Silva; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. **A proteção do consumidor idoso: contextos e conceitos da vulnerabilidade agravada**. Disponível em: <<http://www.unifra.br/eventos/sepe2012/Trabalhos/5289.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

No mesmo sentido, Bruno Miragem<sup>122</sup> explica:

[...] certas qualidades pessoais do consumidor pode dar causa a uma soma de fatores de reconhecimento da vulnerabilidade, razão pela qual se pode falar em situação de vulnerabilidade agravada, ou como também vem denominando a doutrina, hipervulnerabilidade do consumidor.

Cláudia Lima Marques<sup>123</sup>, ao discorrer sobre a hipervulnerabilidade, explana:

[...] Identifica-se hoje também uma série de leis especiais que regulam as situações de vulnerabilidade potencializada, especial ou agrava, de grupos de pessoas (idosos, crianças e adolescentes, índios, estrangeiros, pessoas com necessidades especiais, doentes, etc.), e estes grupos de pessoas também atuam como consumidores na sociedade., resultando na chamada hipervulnerabilidade.

Assim, quando se fala em hipervulnerabilidade estamos falando na proteção de um grupo específico de consumidores, que possuem características que aumentam a condição de consumidor vulnerável, necessitando, assim, de uma proteção maior no âmbito das relações de consumo.

No presente trabalho, nos ateremos ao estudo da hipervulnerabilidade do consumidor idoso. De acordo com Johannes Doll et. al.<sup>124</sup>, o Brasil enfrenta atualmente uma mudança na estrutura etária de sua população, sendo cada vez maior o número de idosos. Nesse viés, os autores destacam alguns fatores que contribuíram para o envelhecimento populacional no país:

[...] Sob o ponto de vista demográfico, o envelhecimento populacional é resultado de dois fatores principais: o primeiro é a forte diminuição da taxa de fecundidade, que caiu de 6,2 filhos por mulher em 1960 para 1,8 filhos em 2012; o segundo é a diminuição da mortalidade infantil, que passou de 121% em 1960 para 15,7% em 2012. Tais fatores foram impulsionados por mudanças no campo social, educacional, cultural e da saúde, como a descoberta dos antibióticos, a criação das unidades de terapia intensiva e das vacinas, na metade do século passado, e as mudanças no estilo de vida, nos anos 1960. Com isso, a população brasileira envelheceu rapidamente nos últimos 50 anos, e o grupo das pessoas idosas aumentou de 4,7% (1960) para 12,6% (2012).

---

<sup>122</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 125.

<sup>123</sup> MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). **Diálogo das Fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 41.

<sup>124</sup> DOLL, Johannes et. al. **Educação e envelhecimento**. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2175-62362015000100009&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2175-62362015000100009&script=sci_arttext&tlng=es)>. Acesso em: 16 nov. 2015.

Para os autores, a tendência é que com o passar dos anos o grupo de idosos seja maior que o grupo de crianças e jovens. Segundo eles, a perspectiva é que, com esse contexto do aumento da longevidade, em 2060 mais de um terço da população brasileira será constituída por idosos.

Dessa forma, a presença cada vez maior dos idosos na população brasileira representa, no âmbito das relações de consumo, um grupo ativo de consumidores com idade igual ou superior a 60 (sessenta anos), que merecem enfoque e proteção especiais, diante das suas características pessoais.

Conforme já destacamos anteriormente, existem alguns grupos de consumidores que possuem a condição de vulnerabilidade agravada ou potencializada, a chamada hipervulnerabilidade, como é o caso dos consumidores idosos. Consoante ensina Bruno Miragem<sup>125</sup>, a vulnerabilidade do consumidor idoso é identificada a partir de dois fatores:

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

Nesse sentido, o autor explica que o primeiro aspecto pode ser vislumbrado no momento em que o fornecedor se aproveita da falta de compreensão por parte do idoso, ou por se aproveitar de qualquer outra forma da condição peculiar de idoso, para forçar o consumo de produtos e serviços.

O segundo aspecto, explica o autor, se refere à necessidade que o idoso possui sobre determinados produtos ou serviços, que o colocam em posição de dependência em relação aos fornecedores, como é o caso dos contratos de assistência e seguros privados de saúde. Nesse aspecto, o autor ressalta que nesse tipo de contrato, envolvendo um consumidor idoso, é provável que “eventual inadimplemento por parte do fornecedor dê causa a danos mais graves do que seriam de se indicar aos consumidores em geral”.

Outra contratação que o autor menciona que deve ser levada em consideração a condição de consumidor hipervulnerável dos idosos são os

---

<sup>125</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 128.



empréstimos consignados, sobre os quais discorreremos em tópico específico. Nesse contexto, o autor explica:

[...] deve se ter em conta a vulnerabilidade agravada do idoso, em especial frente à realidade social dos baixos valores pagos pela Previdência Social, que fazem do recurso ao empréstimo consignado em folha de pagamento, muitas vezes, uma necessidade do consumidor idoso para atendimento de despesas ordinárias pessoais ou ainda, em vista da taxa de juros favorecida, como recurso para o atendimento das necessidades de parentes ou amigos próximos.

Em virtude do comentário do autor a respeito dos baixos valores pagos pela Previdência Social, é importante lembrarmos da realidade que assola a maior parte dos idosos no Brasil, referente à diminuição considerável de renda. Podemos, inclusive, sugerir como terceiro fator de identificação da vulnerabilidade do idoso àqueles elencados pelo autor retromencionado, a redução da renda, de modo que com a diminuição da sua capacidade financeira e o aumento das despesas decorrentes da idade, os consumidores idosos se tornam mais expostos à contratação de crédito por exemplo, sendo, portanto, consumidores vulneráveis em potencial em razão desse fator.

Diante de todo o exposto, verificamos que a vulnerabilidade é reconhecida como princípio no âmbito do Direito do Consumidor, sendo inclusive presumida, tendo em vista a fragilidade do consumidor frente ao fornecedor. Além disso, observamos que o Direito do Consumidor dedica uma proteção distinta à alguns grupos de consumidores, que a depender de determinadas características pessoais, exigem tutela e proteção diferenciada, em razão de reunirem características que os tornam mais do que vulneráveis, os chamados hipervulneráveis, como é o caso dos idosos, que abordamos neste estudo.

Nesse sentido, os idosos necessitam de proteção diferenciada como consumidores, de acordo com as características de pessoa idosa que são, para que os fornecedores não se aproveitem da condição de vulnerabilidade agravada deles, para forçar o consumo de produtos e serviços ou inadimplir um contrato de assistência de saúde, por exemplo. Dessa forma, como leciona Bruno Miragem<sup>126</sup>, a hipervulnerabilidade do consumidor idoso é fundamental para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor nas relações de consumo em que o consumidor seja

---

<sup>126</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

pessoa idosa, servindo como critério de interpretação das normas e protegendo o consumidor idoso, por exemplo, das práticas abusivas perpetradas pelos fornecedores.

### 2.3 Do endividamento do consumidor idoso

Antes de adentrarmos na questão do superendividamento, é importante tecermos algumas considerações sobre o endividamento dos consumidores idosos no Brasil, para que possamos compreender o fenômeno do superendividamento dos idosos, com as suas causas e conseqüências.

Inicialmente, é importante esclarecermos, como bem lembra Igor de Alencar Salgado<sup>127</sup>, que o endividamento não é peculiar apenas aos idosos, pois tal condição independe de faixa etária, estando sujeito qualquer pessoa que utilize sua capacidade contributiva para consumir. Apesar da condição de endividamento ou superendividamento poder ocorrer com qualquer consumidor, independente da idade, nos ateremos neste trabalho ao estudo do grupo de consumidores idosos, conforme já destacamos.

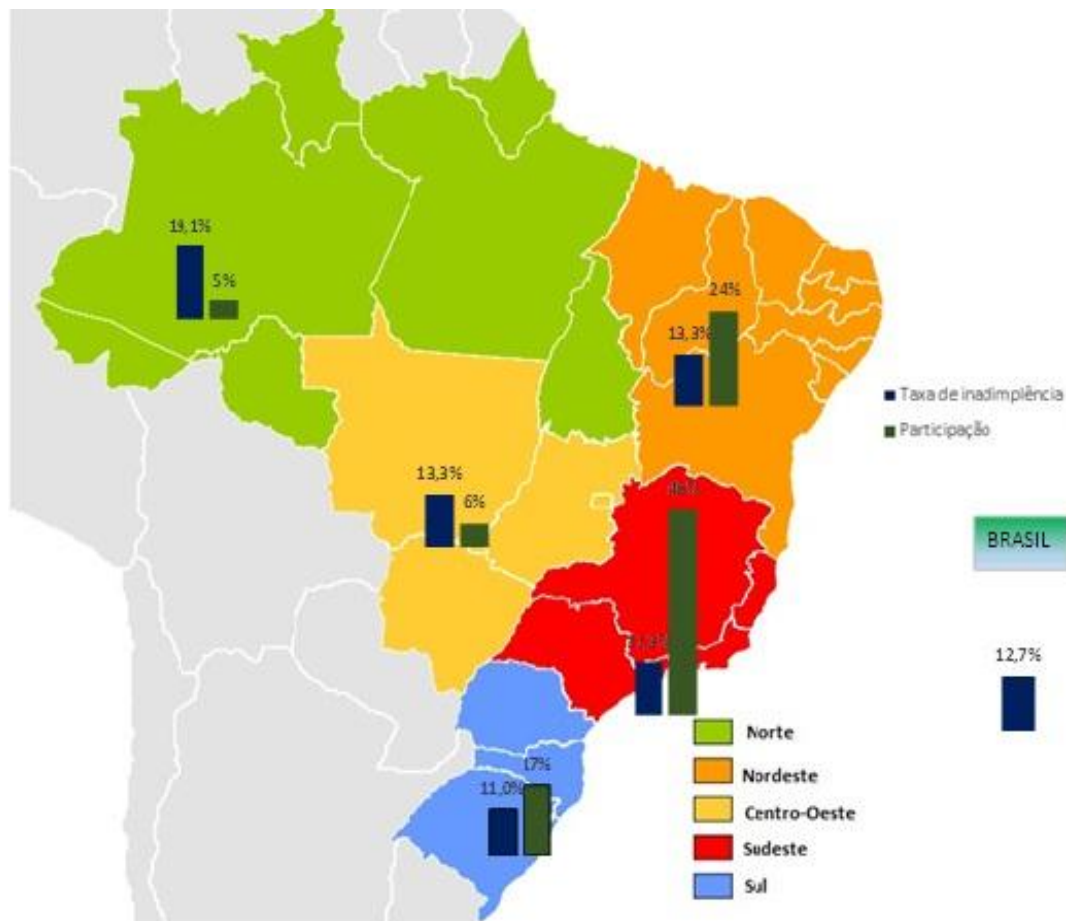
Passaremos agora a apresentação de alguns dados que confirmam o nosso interesse e preocupação em tratar do superendividamento dos consumidores idosos. É um fato que existe a inadimplência de idosos e a Serasa realizou um estudo no ano de 2014, que revelou aonde se concentram os idosos inadimplentes no território brasileiro.

---

<sup>127</sup>SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 out. 2015.

De acordo com o referido estudo, a região Norte é a que possui maior percentual de idosos com dívidas pendentes, seguida pela região Centro-Oeste e Nordeste. Vejamos sua disposição geográfica no gráfico 01<sup>128</sup>:

**GRÁFICO 1 – Concentração de idosos inadimplentes por região no Brasil**



Fonte: BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

<sup>128</sup> BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

O levantamento feito pela Serasa Consumidor também indicou a taxa de inadimplência de idosos por Estado da Federação. Chama a atenção que mais da metade dos Estados estão acima da média nacional de inadimplência. Acompanhemos no gráfico 02<sup>129</sup>:

**GRÁFICO 2 – Taxa de inadimplência de pessoas acima de 60 anos por Estado**

UF	QTDE DE PESSOAS	% de Participação	QTDE DE PESSOA INADIMPLENTES	Taxa de Inadimplência
AM	274.177	1%	66.052	24,1%
AP	48.736	0%	10.314	21,2%
RR	34.515	0%	6.670	19,3%
PA	704.507	2%	134.725	19,1%
MA	682.667	2%	112.672	16,5%
RJ	3.049.708	11%	497.529	16,3%
AL	360.133	1%	58.155	16,1%
DF	316.776	1%	48.924	15,4%
TO	151.852	1%	22.939	15,1%
RO	160.575	1%	24.133	15,0%
AC	66.135	0%	9.681	14,6%
PE	1.244.253	4%	181.720	14,6%
RN	445.717	2%	62.900	14,1%
MT	326.265	1%	45.227	13,9%
SE	248.923	1%	33.658	13,5%
ES	495.242	2%	66.919	13,5%
GO	754.767	3%	99.581	13,2%
PI	430.383	2%	54.320	12,6%
CE	1.136.724	4%	135.720	11,9%
PB	556.972	2%	66.015	11,9%
BA	1.824.712	6%	215.118	11,8%
SP	7.000.304	25%	797.944	11,4%
PR	1.671.795	6%	190.427	11,4%
MS	363.625	1%	40.725	11,2%
RS	2.138.291	7%	232.269	10,9%
SC	936.832	3%	101.387	10,8%
MG	3.119.789	11%	320.374	10,3%
<b>TOTAL</b>	<b>28.544.375</b>	<b>100%</b>	<b>3.636.098</b>	<b>12,7%</b>

Fonte: BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

<sup>129</sup> BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

Por fim, o estudo fez um levantamento com relação à inadimplência dos idosos por cidade brasileira, sendo que a cidade de Manaus (AM) lidera a posição com a taxa de 28,9 % de idosos inadimplentes. Observemos no gráfico 03<sup>130</sup>:

**GRÁFICO 3 – Taxa de inadimplência de pessoas acima de 60 anos por Cidade**

CIDADE	QTDE DE PESSOAS	QTDE DE PESSOA INADIMPLENTES	Taxa de inadimplência
MANAUS	165.964	47.988	28,9%
SAO LUIS	121.783	30.392	25,0%
PORTO VELHO	40.326	9.854	24,4%
MACEIO	113.861	25.380	22,3%
MACAPA	31.494	6.995	22,2%
PALMAS	18.081	3.925	21,7%
BOA VISTA	26.750	5.394	20,2%
BELEM	212.934	42.608	20,0%
TERESINA	109.063	21.741	19,9%
SALVADOR	365.392	70.628	19,3%
GUIABA	69.092	13.118	19,0%
RECIFE	271.610	50.878	18,7%
JOAO PESSOA	105.258	19.265	18,3%
NATAL	127.569	22.644	17,8%
FORTALEZA	354.425	62.330	17,6%
RIO BRANCO	33.348	5.653	17,0%
ARACAJU	77.813	12.946	16,6%
BRASILIA	139.246	23.033	16,6%
RIO DE JANEIRO	1.487.379	238.177	16,0%
GOIANIA	181.445	26.678	14,7%
PORTO ALEGRE	323.114	46.269	14,3%
VITORIA	61.643	8.717	14,1%
CAMPO GRANDE	121.609	16.372	13,5%
CURITIBA	310.879	41.469	13,3%
BELO HORIZONTE	454.238	59.000	13,0%
FLORIANOPOLIS	72.287	8.915	12,3%
SAO PAULO	2.159.288	244.269	11,3%
<b>TOTAL</b>	<b>7.555.893</b>	<b>1.164.634</b>	<b>-</b>

**Fonte:** BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

É importante consignar que o levantamento que apresentamos, realizado pela Serasa Consumidor levou em consideração as informações obtidas através das empresas concedentes de crédito à Serasa Experian, tendo como base os municípios com população superior a 1.000 (mil) habitantes. Para aferição da inadimplência, foram utilizadas como base pessoas acima 60 (sessenta) anos, com dívidas em atraso há mais de 90 (noventa) dias e com valor acima de R\$ 200,00 (duzentos reais).

Neste ano de 2015, a Serasa Consumidor realizou novo estudo, em que foi analisada a inadimplência por faixa etária. O referido estudo demonstrou que o grupo de pessoas acima de 61 anos computou o maior percentual de aumento do

<sup>130</sup> BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

total de inadimplentes, passando de 11,8% em junho de 2014 para 12,4% em junho de 2015. Vejamos no gráfico 04<sup>131</sup>:

#### GRÁFICO 4 – Crescimento da inadimplência por faixa etária

Crescimento da inadimplência por faixa etária (%)



**Fonte:** BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Inadimplência com mais de 61 anos.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/guiaidoso/>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

Assim, podemos perceber que houve um aumento da quantidade de idosos inadimplentes no Brasil. Essa situação é preocupante e por isso a relevância do presente trabalho. A questão da inadimplência pode seguramente conduzir esse consumidor idoso à condição de superendividamento, no momento em que ele já não consegue mais saldar suas dívidas com a renda que possui, podendo chegar, inclusive, ao comprometimento do seu mínimo existencial, conforme já destacamos, podendo incorrer na violação do princípio fundamental da dignidade da pessoa humana.

Nesta senda, procuraremos apresentar nos próximos tópicos as possíveis causas que levam ao superendividamento dos consumidores idosos.

<sup>131</sup> BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Inadimplência com mais de 61 anos.** Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/guiaidoso/>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

## 2.4 Dos principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso

Segundo ensina Igor de Alencar Salgado<sup>132</sup>, além das exigências peculiares à idade, outros fatores como doenças e empréstimos podem levar o idoso a comprometer cada vez mais seu escasso orçamento, que na sua grande maioria, é restrito ao salário mínimo da aposentadoria. Assim, segundo o autor, muitas vezes o idoso se vê obrigado a eleger prioridades entre as suas necessidades, pois o salário mínimo que recebe pela aposentadoria não é suficiente para fazer frente a todas as despesas, sem contar o fato de que muitas vezes o idoso ainda auxilia seus familiares.

Dessa forma, de acordo com o que explica o autor, o idoso sobrevive no limite entre o que ele recebe e as despesas que possui, e qualquer nova contratação o conduz a uma situação de endividamento. Essa situação de endividamento, como destaca o autor, facilmente poderá implicar no superendividamento, no momento em que “o valor líquido dos vencimentos percebidos for insuficiente para que o idoso mantenha-se vivo com autonomia econômica para os atos normais da sua vida”.

Conforme já destacamos quando falamos das possíveis causas de superendividamento do consumidor, na primeira parte deste trabalho, não existe um único fator para o superendividamento, sendo diversas as causas que levam o consumidor à essa condição. Da mesma forma, a apresentação dos principais fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso não é taxativa, mas meramente exemplificativa, sem prejuízo de outros fatores, além dos que iremos apresentar, que também podem concorrer para esta condição de superendividamento.

No presente trabalho, nos ateremos ao estudo da ausência de clareza nas contratações e no incentivo e facilidade do consumo de crédito, com ênfase no empréstimo consignado, como as principais causas para o superendividamento dos consumidores idosos, conforme passaremos a expor a seguir.

---

<sup>132</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

#### 2.4.1 Do direito básico à informação e da ausência de clareza nas contratações

O Código de Defesa do Consumidor<sup>133</sup> consagrou em seu artigo 6º, inciso III, a informação como direito básico do consumidor. Vejamos:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

[...]

III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Orlando Celso da Silva Neto<sup>134</sup>, ao tecer comentários sobre o referido artigo, menciona que “O consumidor informado pode tomar decisões racionais (que visam maximizar seu interesse próprio), diminuindo assim a assimetria existente na relação de consumo”.

Rizzatto Nunes<sup>135</sup> também apresenta sua contribuição e tece a seguinte explicação sobre o dever de informar:

[...] trata-se de um dever exigido mesmo antes de se iniciar qualquer relação. Impõe-se ao fornecedor o dever de informar na fase pré-contratual, isto é, na oferta, na apresentação e na publicidade. E essa informação obrigatória vai integrar o contrato.

Sergio Cavaliere Filho<sup>136</sup> destaca o direito à informação como um dos mais importantes entre os direitos básicos do consumidor. O autor destaca que o direito à informação é um reflexo do princípio da transparência e está intimamente relacionado ao princípio da vulnerabilidade. Ele destaca que o direito à informação tem por finalidade garantir ao consumidor o exercício do direito da liberdade de escolha.

---

<sup>133</sup> BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>134</sup> SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2013, p. 90.

<sup>135</sup> NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**: com exercícios. 5. ed. revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 96.

<sup>136</sup> CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.



Conforme explica o autor, o direito à informação do consumidor se contrapõe ao dever do fornecedor de informar. Nesse aspecto, ele explica:

[...] além de informar ao consumidor (dever de informar) e de esclarecê-lo (dever de esclarecer), tem o fornecedor especialista, diante de um consumidor não especialista, o dever de aconselhá-lo e orientá-lo (dever de aconselhamento), o que significa dotar o consumidor de todas as informações e indicações necessárias, bem assim a posição crítica do especialista, para que possa escolher entre as diversas opções que lhe apresentam.

O autor ainda complementa a explicação sobre o assunto, e destaca que o dever de informar do fornecedor possui duas vertentes, sendo a primeira baseada nas relações individuais, como é o caso das contratações de compra e venda de produtos ou prestação de serviços; e a segunda baseada nas relações “indeterminadas”, como é o caso das publicidades, que atingem um número indeterminado de consumidores.

Bruno Miragem<sup>137</sup>, ao discorrer sobre o tema, ressalta que o conteúdo do direito à informação não é determinado a princípio, sendo necessário que se verifique caso a caso, quais as informações relevantes, cuja sua transmissão ao consumidor representa dever exclusivo do fornecedor. Nesse sentido, o autor pontua:

[...] É necessário que esta informação seja transmitida de modo adequado, eficiente, ou seja, de modo que seja percebida ou pelo menos perceptível ao consumidor. A eficácia do direito à informação do consumidor não se satisfaz com o cumprimento formal do dever de indicar os dados e demais elementos informativos, sem o cuidado ou a preocupação de que estejam sendo devidamente entendidos pelos destinatários destas informações.

O autor explica que existem deveres anexos ao dever de informar, decorrentes da boa-fé objetiva, como o dever de colaboração e respeito à outra parte. Nesse viés, ele afirma que trata-se aqui do dever de informar com verdade, como reflexo sobre as relações de consumo.

Complementa o autor, explicando que o dever de informar com veracidade também implica no dever de não criar obstáculos que impeçam ou dificultem o acesso à informação, como por exemplo, exigir que o consumidor se

---

<sup>137</sup> MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 201.

submeta a procedimentos complexos ou excessivamente burocráticos, como o preenchimento de formulários extensos, ou a cobrança de taxas pela utilização de serviço de informações.

Segundo o autor, em qualquer situação a informação transmitida ao consumidor deverá ser adequada e verdadeira. De acordo com ele, a adequação quer dizer que a informação tem que atingir a sua finalidade precípua, qual seja, esclarecer o consumidor. Nesse aspecto, ele aduz que o conteúdo da informação adequada deve conter, essencialmente: “a) as condições da contratação; b) as características dos produtos ou serviços objetos da relação de consumo; c) eventuais consequências e riscos da contratação”.

Conforme destaca o autor, a violação do dever de informação pode ocorrer em qualquer fase da relação de consumo, havendo ou não contrato, e, inclusive, na fase pós-contratual. Assim, ele arremata, e explica que “a violação do dever de informar, neste sentido, configura violação de dever legal, e por tal razão, desde logo pode ser sancionado”.

Como bem esclarece o autor, o direito básico à informação do consumidor visa promover o equilíbrio nas relações de consumo, ao garantir a “equidade informacional” entre consumidores e fornecedores.

Assim, a informação correta e adequada constitui um direito básico do consumidor e um dever do fornecedor. É a informação que garante ao consumidor o exercício da sua liberdade de escolha, podendo optar ou não por determinada contratação, a depender das informações que ele possui.

Natália Araújo Roque<sup>138</sup> lembra que no âmbito do Direito Civil, a teoria dos contratos se fundamenta no princípio da autonomia da vontade, segundo o qual o homem é um ser livre e apenas pode se obrigar por sua vontade, no momento em que é o “melhor juiz de seus interesses”.

---

<sup>138</sup> ROQUE, Natália Araújo. **O superendividamento do consumidor e o papel do poder judiciário frente às práticas abusivas do mercado.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/42107/o-superendividamento-do-consumidor-e-o-papel-do-poder-judiciario-frente-as-praticas-abusivas-do-mercado>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

Dessa forma, para que se expresse a autonomia de vontade e a liberdade de escolha, é necessário que a pessoa tenha conhecimento, informação do que está contratando, para que somente assim saiba analisar se o contrato lhe é benéfico ou não. Nesse sentido, a autora destaca:

[...] é necessário que o indivíduo contratante tenha consciência do objeto do contrato, saiba interpretar suas cláusulas e que tenha capacidade de decidir se o que está sob análise é bom ou não, de que forma o contrato atinge suas finanças, levando em consideração sua renda para que possa decidir sobre contratar ou não naquele determinado momento.

Ocorre que apesar de ser um direito do consumidor e um dever do fornecedor informar, essencial para a liberdade de escolha, nem sempre o consumidor detém todas as informações que necessita para fazer um juízo sobre determinada contratação. Além disso, muitas vezes pela enorme burocracia ou pela extensão dos contratos, muitos consumidores não possuem as informações primordiais, de modo que esse contrato, futuramente, pode representar um grande problema para o consumidor.

Infelizmente, isso acontece bastante com os consumidores hipervulneráveis, como no caso deste trabalho, os consumidores idosos. Isso porque os fornecedores que detêm todas as informações não as repassam para os consumidores, ou as repassam sem a adequação que deveria, enfim, eles se aproveitam da condição do consumidor, especialmente os mais vulneráveis, como os idosos, para omitir informações ou deixar de informar ou esclarecer alguns aspectos do contrato.

O idoso, por sua vez, além de não deter as informações que o fornecedor possui, muitas vezes não consegue compreender o pouco que conhece, e muitas vezes contrata sem verificar os riscos que aquilo pode representar para ele, inclusive riscos financeiros, como uma situação de superendividamento.

Conforme destaca a autora retromencionada, aqueles consumidores que agem de boa-fé, mas por inexperiência, baixo nível de escolaridade, além de outros fatores, como a falta de informação, por exemplo, que impossibilitam que o consumidor avalie sua capacidade de adimplir determinadas obrigações, se enquadram no conceito de superendividamento ativo inconsciente.

É nesse sentido que pontuamos a questão da ausência de informação como um dos fatores que conduz à situação de superendividamento, tendo em vista que sem as informações necessárias e adequadas, o consumidor não consegue fazer um juízo correto a respeito daquilo que está contratando, e, dependendo do caso, chega ao ponto de não conseguir cumprir com as obrigações pactuadas, gerando um acúmulo de dívidas e levando à condição de superendividamento. Com relação aos consumidores idosos, essa abordagem do direito à informação se torna ainda mais sensível e essencial, em razão das próprias características específicas dessa faixa etária e a sua condição de vulnerabilidade agravada.

Conforme explica a autora, para que o consumidor tome uma decisão conscientemente, ele precisa ser devidamente informado sobre as obrigações decorrentes do contrato, antes, durante e após a sua execução. Nesse sentido, a autora conclui:

[...] A educação financeira deficiente dos consumidores, aliada ao esclarecimento insuficiente de parte dos fornecedores de crédito, pode impedir a compreensão das informações, de modo que nem sempre as decisões do consumidor são orientadas por uma análise racional sobre os custos do crédito. Não se trata de redigir um contrato extenso com um grande número de cláusulas, inclusive remissivas, que dificultam a compreensão, nem tampouco um contrato com cláusulas redundantes e de linguagem rebuscada, de modo a torná-lo incompreensível.

É importante destacar também que estamos vivendo um momento de grande envolvimento com a tecnologia, em que muitas relações de consumo já contam com meios de contratação eletrônicos. Nesse aspecto, devemos mencionar os desafios da informação no âmbito da revolução tecnológica, em especial as dificuldades que os consumidores idosos enfrentam em decorrência de todas as suas limitações, para compreender e utilizar algumas ferramentas, incumbindo-se aos fornecedores a missão de incluir os consumidores idosos nesse processo de informatização dos contratos, para que eles possam utilizar os serviços que dispõem e compreender o que foi pactuado, procurando-se afastar qualquer abuso e desigualdade por parte do fornecedor em detrimento desses consumidores, em virtude de algo que os idosos na maioria das vezes não tem o conhecimento e o domínio, como é o caso da Internet e outras ferramentas tecnológicas.

Diante do apresentado, verificamos que a informação constitui um direito básico do consumidor e um dever do fornecedor. É por intermédio da informação

que se garante a igualdade informacional entre consumidor e fornecedor, além de possibilitar ao consumidor, um juízo mais acertado a respeito de determinada contratação, garantindo sua liberdade de escolha.

Esse direito à informação se torna ainda mais importante quando o consumidor é hipervulnerável, como no caso dos idosos, que além da disparidade de informações em relação ao fornecedor, ainda possuem particularidades inerentes à faixa etária, que os tornam mais vulneráveis do que outros consumidores. Ademais, vimos que a informação pode, inclusive, ser um dos fatores de superendividamento dos consumidores idosos, que por não compreenderem ou não possuírem todas as informações que deveriam, acabam realizando contratações que os oneram sobremaneira, impossibilitando, a posteriori, o adimplemento das obrigações e o consequente acúmulo de dívidas sem quitação. Como esse consumidor idoso contratou de boa-fé, tem-se a situação de superendividamento caracterizada. Ao final, destacamos o desafio da informação frente às ferramentas tecnológicas e, por outro lado, a dificuldade dos consumidores idosos para lidarem com essa situação.

#### *2.4.2 Do incentivo e da facilidade na concessão de crédito*

O crédito é considerado um dos fatores que mais contribui para o superendividamento, especialmente o incentivo ao seu consumo e a facilidade na sua concessão, por parte dos fornecedores. Conforme já destacamos no primeiro capítulo, existe uma relação muito forte entre o consumo e o crédito.

Conforme salienta Elisabete Araújo Porto<sup>139</sup>, no mercado de consumo, a opção por determinado produto ou serviço feita pelo consumidor, leva em consideração não só a sua utilidade como também a capacidade financeira do consumidor, para arcar com aquela aquisição. É justamente nesse sentido que, segundo a autora, surgiu no mercado a oferta de crédito, para garantir ao consumidor o poder aquisitivo suficiente para adquirir produtos e serviços. Nesse sentido, ela destaca que “a busca por crediário torna-se, pois, diretamente proporcional à busca por produtos e serviços”.

---

<sup>139</sup> PORTO, Elisabete Araújo. **Evolução do crédito pessoal no Brasil e o superendividamento do consumidor aposentado e pensionista em razão do empréstimo consignado**. Disponível em: <<http://tede.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/4428/1/arquivototal.pdf>>. Acesso: 10 nov. 2015.

A autora explica que no início os bancos concediam o crédito sem qualquer cautela. Assim, devido à expansão do crédito, com a concessão desenfreada pelos bancos, muitas pessoas se tornaram inadimplentes. Em 2001, segundo ela, surgiu um novo ciclo, com expansão da demanda de crédito à pessoa física, representando fator relevante no Produto Interno Bruto – PIB nacional.

Nesse aspecto, a autora destaca:

[...] Essa expansão do crédito é resultado de campanhas mais incisivas na oferta deste serviço, promovidas pelos bancos, embora com maior seletividade em relação ao tomador. A carteira se diversificou e produtos de massa, com ou sem segmentação específica, como o crédito direto ao consumidor e o empréstimo consignado, surgiram ou foram regulamentados, tornando o mercado de crédito muito atrativo para seus atores.

Diante desse panorama de expansão do crédito, com o incentivo ao seu consumo e a sua concessão sem cautela, surgiu o superendividamento do consumidor, como conseqüência do total desajuste financeiro ocasionado pela aquisição desmedida de crédito. Nesse sentido, a autora explica:

[...] um dos fatores indicados pela Teoria do Consumidor como elemento concorrente para a efetiva realização da compra – restrições orçamentárias -, é manipulado pela oferta de crédito. A pouca experiência do consumidor no manejo desse produto, agora abundante e de alto custo, além do desconhecimento do planejamento orçamentário, são fatores decisivos no crescimento do inadimplemento entre as classes mais baixas e a nova classe média, a ponto de tornar-se um dos fatores decisivos na geração de situações de superendividamento.

Ocorre que o crédito é um fator que influencia o superendividamento dos consumidores em geral, independente da faixa etária e outras características. No entanto, como o foco do presente trabalho é o superendividamento do consumidor idoso, passaremos a estudar de que modo o crédito influencia no superendividamento desse grupo de consumidores.

Conforme já destacamos, o número de idosos no Brasil é cada vez maior e a concentração de uma população com mais de 60 (sessenta) anos será uma tendência. O mercado de consumo, por sua vez, também acompanha essas mudanças, e é assim que percebemos que esse grupo de consumidores acima de 60 (sessenta) anos é cada vez mais atuante.

De acordo com Paloma de Lavor Lopes et. al.<sup>140</sup>, “nos últimos anos o mercado de crédito tem se voltado para um público diferente, os idosos, de modo que o consumidor idoso tem recebido muito mais estímulos do que os demais consumidores”. Nesse sentido, conforme destacam os autores, os idosos por se tornarem ativos no mercado de consumo, ganharam um novo olhar por parte dos fornecedores, que os enxergaram como parte importante nas relações de consumo, sobretudo as instituições financeiras, que viram nos consumidores idosos uma grande oportunidade.

Nesse contexto, eles explicam que foi instituída uma modalidade de crédito voltada especialmente para os idosos aposentados e pensionistas do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), qual seja, o crédito consignado. O crédito consignado, também denominado de empréstimo consignado foi instituído no Brasil em 2003, pela Lei nº 10.820/03, consoante explica Igor de Alencar Salgado<sup>141</sup>.

Talita Moura Barreto<sup>142</sup> apresenta a seguinte definição para empréstimo consignado:

[...] é um contrato de mútuo bancário pelo qual a instituição financeira se compromete a entregar determinada quantia de dinheiro ao mutuário, devendo este autorizar o desconto das parcelas devidas diretamente na sua folha de pagamento, durante determinado período, a fim de saldar seu débito integral.

Assim, de acordo com a autora, a Lei nº 10.820/03 garantiu para a população a possibilidade de contratação de empréstimos e financiamentos a partir de autorização irrevogável de descontos na folha de pagamento.

Segundo explica o autor Igor de Alencar Salgado<sup>143</sup>, sobre o empréstimo consignado aos idosos: “as instituições financeiras encontraram no idoso um nicho

---

<sup>140</sup> LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Pirai/RJ.** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

<sup>141</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>142</sup> BARRETO, Talita Moura. **Empréstimo Consignado para Aposentados e Pensionistas à luz do Direito do Consumidor.** Orientadora: Ms. Ângela Teresa Gondim Carneiro Chaves (Bacharelado em Direito) - Faculdade Sete de Setembro, Fortaleza. 2011, p. 47.

<sup>143</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

de mercado especialmente lucrativo, onde o consumidor é aposentado ou pensionista e, caso firme o contrato de mútuo, o risco de prejuízo é mínimo”.

De acordo com Paloma de Lavor Lopes et. al.<sup>144</sup>, apesar do crédito consignado ter sido criado para atender os trabalhadores em geral, o foco prioritário das instituições financeiras passaram a ser os aposentados e pensionistas do INSS. Assim, consoante explicam os autores, as empresas utilizam diversas estratégias, especialmente através de marketing e publicidades, para atingir o público, oferecendo facilidades para obtenção do crédito.

Clarissa Costa de Lima e Káren Bertoncello<sup>145</sup> também apresentam contribuição sobre o assunto, e esclarecem:

[...] Os aposentados também estão sendo seduzidos por publicidades veiculadas amplamente nos meios de comunicação e assediados por agenciadores e correspondentes dos bancos. O motivo é que se tornaram o novo “filão” dos empréstimos bancários através do crédito consignado, operação com risco zero para os bancos, pois permite que o Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) desconte a prestação diretamente do valor do benefício pago ao aposentado ou pensionista. Os argumentos são convincentes: crédito rápido e fácil, sem consulta às entidades de proteção ao crédito, acessível a quem tem restrições creditícias, valores a partir de R\$ 100,00, prazo até 36 meses, menores juros. Desde maio de 2004, quando esta modalidade de crédito passou a ser oferecida, mais de 5 milhões de aposentados recorreram aos bancos para tomar empréstimos com descontos mensais em seus benefícios, atingindo valor superior a 13 bilhões em abril de 2006.

Nesse viés, percebendo-se a preferência dos aposentados e pensionistas em adquirir o crédito consignado, consoante explica Igor de Alencar Salgado<sup>146</sup>, em julho de 2013, o INSS alterou as regras para sua contratação. Dessa forma, Paloma de Lavor Lopes et. al.<sup>147</sup> explica:

---

<sup>144</sup> LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Pirai/RJ.** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

<sup>145</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. Projeto de tratamento das situações de superendividamento do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento.** Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), 2010, p. 54-55.

<sup>146</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>147</sup> LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Pirai/RJ.**



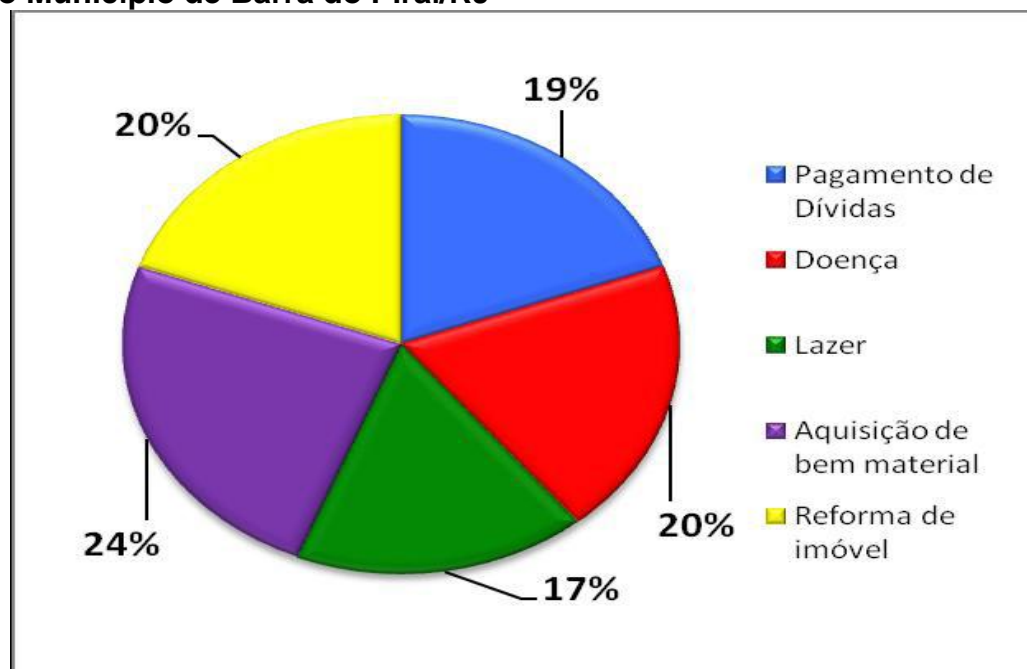
[...] Uma das regras do empréstimo consignado estabelece que a parcela mensal não possa superar 30% da renda mensal líquida do contratante. Esse desconto é realizado pela Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência Social (DATAPREV) diretamente no benefício, e repassada para o banco ou instituição financeira que efetivou o contrato. Outra forma de realização do desconto das parcelas é através de cartão de crédito, onde a consignação é limitada a 10% do valor do empréstimo e a instituição deve encaminhar mensalmente ao cliente um extrato das operações realizadas.

Porém, apesar da existência das regras para a contratação do empréstimo consignado, os autores destacam que alguns idosos comprometem grande parte do benefício previdenciário, com os descontos mensais decorrentes dos empréstimos consignados que contratam.

Foi realizada uma pesquisa em um Município do Rio de Janeiro, mas que nos fornece alguns dados relevantes a respeito da contratação de empréstimo consignado pelos idosos. A pesquisa foi realizada em 2014, no município de Barra do Pirai, com a amostra de 41 idosos.

Segundo a pesquisa, o motivo que leva os idosos a adquirir o empréstimo consignado é a aquisição de bem material. Vejamos no gráfico 05<sup>148</sup>:

**GRÁFICO 5 - Motivos para aquisição do Crédito Consignado por idosos no Município de Barra do Piraí/RJ**



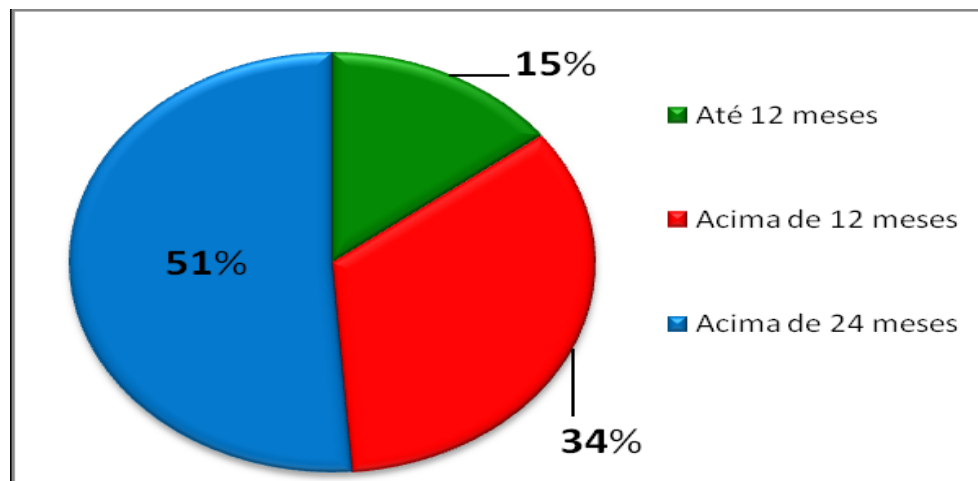
**Fonte:** LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Piraí/RJ.** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

Além desses dados envolvendo dívidas próprias, a pesquisa revelou que grande parte dos idosos afirmaram que adquirem empréstimos para seus familiares, pois segundo eles é mais benéfico, e alguns relataram que acabam arcando com a dívida posteriormente.

<sup>148</sup> LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Piraí/RJ.** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

A referida pesquisa também analisou o prazo dos contratos de empréstimo consignado. Vejamos no gráfico 06<sup>149</sup>:

**GRÁFICO 6 – Prazo do contrato de empréstimo consignado**



**Fonte:** LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Pirai/RJ.** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

Assim, podemos verificar que mais da metade dos idosos entrevistados adquirem empréstimo consignado por períodos longos, superiores a 24 (vinte e quatro) meses. Ademais, dados desta pesquisa revelaram que 71% dos idosos afirmaram que tiveram que suprimir parte do orçamento quando as parcelas do empréstimo começaram a serem descontadas, enquanto 29 % dos entrevistados declarou que não houve afetação no orçamento.

A questão de realizar um contrato com prazos longos é preocupante, especialmente quando se fala da aquisição de empréstimo consignado, em que as parcelas são descontadas diretamente da folha, e especificamente quando falamos de idosos, que muitas vezes convivem com a aposentadoria de um salário mínimo e possuem diversos gastos, inclusive decorrentes de remédios e tratamentos de saúde.

Além disso, o consumidor acaba não adquirindo apenas um empréstimo, o que faz com que ele chegue facilmente na condição de superendividado, se vendo

<sup>149</sup> LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Pirai/RJ.** Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

impossibilitado de quitar suas dívidas provenientes do consumo. Nesse sentido, Paloma de Lavor Lopes et. al. salienta:

[...] apesar de regras para a utilização do crédito consignado, observa-se que alguns idosos acabam se endividando, de modo que não conseguem muitas das vezes adquirir bens necessários para sua sobrevivência face ao comprometimento de grande parte do benefício previdenciário descontada mensalmente. Muitos deles quando estão terminando de pagar as parcelas do seu empréstimo, recebem ligações de bancos ou instituições financeiras, com ofertas “irrecusáveis” para efetuarem um novo contrato e/ou refinanciarem seu contrato atual, tornando-o assim, um interminável ciclo de dívidas, do qual muitos idosos acabam se tornando reféns.

Segundo Igor de Alencar Salgado<sup>150</sup>, “o idoso confia na instituição financeira e firma o contrato sem a certeza da possibilidade de arcar com os descontos originados do contrato”. Além disso, o autor ressalta a hipervulnerabilidade do idoso, que acaba influenciando no momento da aquisição do crédito, pois ele não se preocupa com o ônus do contrato.

Somando-se a hipervulnerabilidade do consumidor idoso, tem-se a postura do fornecedor, no caso as instituições financeiras, de não informar correta e adequadamente o consumidor, especialmente sobre os riscos e ônus da contratação. Nesse aspecto, conforme apresentamos no tópico anterior, a ausência de informações pode representar um fator de superendividamento para os consumidores idosos.

Com relação à hipervulnerabilidade do consumidor idoso e a ausência de informações, Stéphanie Assis Pinto de Oliveira<sup>151</sup> sintetiza:

[...] Os idosos, que apresentam redução em sua capacidade de julgamento, são mais fáceis de serem iludidos e conduzidos à aquisição do crédito. A omissão da informação do quantum de juros, substituída pela disponibilização da informação de juros “mais baixos”, atrai esse consumidor, sem que tenha plena consciência dos malefícios do contrato que está prestes a firmar.

Igor de Alencar Salgado<sup>152</sup> arremata questão e afirma que em razão do crédito consignado poder consumir até 30% (trinta por cento) dos vencimentos do

---

<sup>150</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>151</sup> OLIVEIRA, Stéphanie Assis Pinto de. **Responsabilidade das celebridades em campanhas publicitárias de crédito consignado destinadas a idosos.** Disponível em: <<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/1603>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

consumidor idoso e tendo em vista que a aquisição do empréstimo é feita com o objetivo de saldar outras dívidas, o consumidor acaba se endividando novamente. Assim, com o endividamento e o débito proveniente do contrato de empréstimo, o consumidor não consegue sustentar a situação de endividamento. Dessa forma, ele se torna superendividado, sem a possibilidade de crédito e recursos financeiros para se manter de forma digna.

Diante de todo o exposto, constatamos que o incentivo e a facilidade na concessão de crédito são fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor. Aqui discorremos especialmente sobre a modalidade de crédito instituída visando o público de consumidores idosos, que é o empréstimo ou crédito consignado, tendo em vista o foco do presente estudo.

Notamos que a facilidade e o incentivo para a aquisição do crédito, somados à hipervulnerabilidade do consumidor idoso e a ausência ou omissão de informações pelas instituições financeiras, especialmente informações acerca dos riscos e ônus decorrentes da aquisição do crédito, são fatores preponderantes para conduzir o consumidor idoso à condição de superendividamento.

Afora a questão do consumo de crédito, é importante mencionar o fator da diminuição de renda, muito comum na realidade dos consumidores idosos. Nesse sentido, Liliane de Paula Matias<sup>153</sup>, ao realizar um estudo do direito comparado, destaca que “o excesso de dívidas dos consumidores franceses derivava mais da diminuição da renda do devedor (oriunda de problemas como o desemprego e a diminuição de renda a ele correlata) do que propriamente do recurso desmedido ao crédito”. No mesmo sentido relata Elaine Kempson<sup>154</sup>, sobre uma pesquisa realizada na Grã-Bretanha, a qual demonstrou que aproximadamente metade das famílias possuem problemas financeiros decorrentes da diminuição de renda e uma em cada

---

<sup>152</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>153</sup> MATIAS, Liliane de Paula. **Sociedade de consumo e superendividamento do consumidor: análise de um binômio frente à concepção social de contrato.** Disponível em: <<http://www.mcampos.br/posgraduacao/mestrado/dissertacoes/2011/lilianedepaulamatiasocietadeconsumosuperendividamentoconsumidor.pdf>>. Acesso em: 03 dez. 2015, p. 101.

<sup>154</sup> KEMPSON, Elaine. **Over-indebtedness in Britain A report to the Department of Trade and Industry.** Disponível em: <[http://www.ggy.bris.ac.uk/pfrc/Reports/Overindebtedness\\_Britain.pdf](http://www.ggy.bris.ac.uk/pfrc/Reports/Overindebtedness_Britain.pdf)>. Acesso em: 02 dez. 2015.

sete pessoas afirmaram estar vivendo com baixos rendimentos, insuficientes para fazer frente às suas necessidades.

Essa questão da diminuição de renda é notória no caso dos idosos, que na sua grande maioria no Brasil, convivem com uma aposentadoria muito baixa, às vezes restrita ao valor de um salário mínimo. Assim, conforme já apontamos, a diminuição de renda dos consumidores idosos também pode ser suscitada como um dos fatores para a condução destes ao superendividamento.

É importante ressaltar que consoante afirmamos no início, a abordagem a respeito dos fatores que concorrem para o superendividamento do idoso não consubstancia um rol taxativo, pois são múltiplos os fatores que levam o consumidor à condição de superendividado, como abordamos no primeiro capítulo. Assim, a intenção foi abordar os que reputamos mais relevantes, como a questão da informação (ausência, omissão, falta de clareza) e do crédito (incentivo ao consumo e facilidade na concessão), esclarecendo, todavia, que esses fatores não prejudicam a existência do apontamento de outros, como a questão da abusividade de algumas publicidades, do consumismo, da ausência de educação financeira, dentre outros.

Por fim, apresentaremos no tópico a seguir as possíveis soluções para essa problemática do superendividamento dos consumidores idosos.

## **2.5 A educação para o consumo como instrumento para prevenir e minimizar o superendividamento dos consumidores idosos**

Conforme foi apresentado no desenvolver do trabalho, a condição de superendividamento decorre de um processo de consumismo, chegando ao ponto em que o consumidor não consegue saldar as dívidas provenientes do consumo com a renda e o patrimônio que possui. No caso dos consumidores idosos, vimos que estes são considerados consumidores hipervulneráveis e somando-se a isso tem-se o problema da informação (sua ausência ou omissão) e do crédito (incentivo e facilidade), especialmente o crédito consignado, grande problema para os idosos, como vimos.

Ocorre que além do fornecedor se aproveitar da condição de consumidor hipervulnerável do idoso, para “empurrar” produtos e serviços, sobretudo por meio

de publicidades atrativas e facilidades para a contratação, ele também deixa de informar aspectos relevantes da contratação para aquele consumidor, chegando a omitir, por exemplo, informações sobre os ônus e riscos do contrato. Além dessa postura do fornecedor perante o consumidor idoso, existe a postura do próprio consumidor idoso, que como já observamos, contrai empréstimos atraídos pelo incentivo e pela facilidade, muitas vezes para ajudar seus familiares, mas sem qualquer planejamento ou avaliação das possibilidades de adimplemento das obrigações futuras.

Assim, o consumidor idoso se torna superendividado devido, sobretudo à ausência de informações, de conhecimento e de planejamento, somados é claro, com os outros fatores que já destacamos, como a hipervulnerabilidade, o consumo excessivo de crédito, além da diminuição da renda e aumento de gastos inerentes à sua faixa etária, como despesas relacionadas a tratamentos de saúde, dentre outros. Nesse sentido, primeiramente, acreditamos que para uma possível prevenção ou diminuição do superendividamento entre idosos, é fundamental que haja uma melhoria nas políticas públicas relacionadas à previdência e à saúde, a fim de possibilitar que os idosos vivam mais dignamente, com uma aposentadoria maior e com um serviço público de saúde eficaz, para que, por exemplo, eles não necessitem arcar, com o custo elevado de um plano de saúde.

Afora essas possíveis soluções, acreditamos que existe um instrumento, previsto inclusive como direito básico do consumidor, que pode auxiliar na prevenção e na diminuição do número de consumidores idosos superendividados, por intermédio da educação para o consumo.

O artigo 4º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor<sup>155</sup>, estabelece:

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:

[...] IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

---

<sup>155</sup> BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 05 nov. 2015.

O artigo 6º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor<sup>156</sup>, dispõe o seguinte:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

Igor de Alencar Salgado<sup>157</sup> afirma que o consumidor educado é aquele que conhece seus direitos e é capaz de exigir seu cumprimento. O autor ainda salienta que “a partir do momento que o consumidor é capaz de reconhecer o mau fornecedor, este deixa de ser uma opção”.

Cláudia Lima Marques<sup>158</sup> destaca que para a prevenção eficaz do superendividamento, o crédito só pode ser fornecido a partir de uma reflexão, ou seja, o consumidor deve possuir a informação, o esclarecimento, ter a educação necessária para refletir sobre aquela contratação, especialmente suas conseqüências e suas obrigações.

Vanessa Caroline dos Santos<sup>159</sup> afirma que um dos melhores mecanismos de prevenção da situação de superendividamento é a informação e a educação para o consumo, com o esclarecimento pormenorizado do assunto tratado, especialmente para aqueles consumidores leigos que sequer compreendem o que estão pactuando.

A autora explica que a educação mencionada no artigo 6º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor pode ser ramificada em duas espécies de educação: a educação formal e a educação informal. Nesse aspecto, ela esclarece:

<sup>156</sup> BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>157</sup> SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>158</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. In: **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 75, p. 9-42, jul./set. 2010, p. 29.

<sup>159</sup> SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé**. Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 nov. 2015.



[...] A educação formal é aquela que trata de assuntos sociais e de educação moral e está inserida durante o ensino fundamental, pois atinge crianças e adolescentes, os quais serão os futuros fornecedores e consumidores na relação de consumo. Já a educação informal trata da responsabilidade dos fornecedores, assim como dos setores públicos competentes e associações de consumidores, de informar de forma clara e precisa o consumidor dos riscos e dos ônus adquiridos pela concessão do crédito.

Igor de Alencar Salgado<sup>160</sup> ressalta que a educação para o consumo envolve tanto a conduta do consumidor quanto do fornecedor, e destaca a importância da realização de campanhas de conscientização para o consumo responsável promovidas pelo Estado, como, segundo o autor exemplifica, a confecção de cartilhas com conteúdo que informe sobre os direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, objetivando demonstrar os benefícios do consumo responsável, ou informativos diretos, acompanhando a própria publicidade, sinalizando os ônus decorrentes do contrato.

Vanessa Caroline dos Santos<sup>161</sup> arremata a questão e pontua:

[...] A prevenção do consumidor superendividado tem como meta a informação, tornando o tomador de crédito uma pessoa educada, crítica que saiba resistir às tentações da publicidade abusiva e enganosa e que saiba gerir os seus recursos, sendo capaz de visualizar os riscos que possam prejudicar a sua família e a sua vida profissional. A educação baseada na prevenção do consumo abusivo, forma cidadãos mais críticos e responsáveis à medida que as empresas desenvolvem máquinas e equipamentos mais sofisticados, com contratos de difícil entendimento, sendo necessário o surgimento de políticas adequadas de formação e educação, fazendo-o compreender que o fato de consumir produtos não se limita somente a ter a possibilidade de comprar, e sim de ver quais as suas necessidades verdadeiras e os seus objetivos reais.

A autora afirma que atualmente os consumidores ainda não possuem a *autonomia da vontade educada*, que ela explica como a tomada de decisão por impulso, sem a reflexão sobre as conseqüências da decisão, conduta esta que a autora considera como grave e que segundo ela, atinge especialmente os consumidores mais frágeis.

<sup>160</sup>SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso.** Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

<sup>161</sup>SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé.** Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

Cláudia Lima Marques e Káren Bertoncello<sup>162</sup>, as discorrerem sobre a educação para o consumo, destacam:

[...] a busca de uma autonomia da vontade educada não deve cessar até o dia em que esta vontade autônoma fizer parte da psicologia cotidiana do consumidor no momento da decisão de contratar a crédito. Esta tarefa depende de um longo trabalho de educação dos consumidores, sejam crianças, jovens ou adultos, sobre a gestão do orçamento pessoal e familiar e sobre a prevenção do endividamento excessivo. Essa preocupação tem justificado, em alguns países, o surgimento de diversas entidades públicas ou privadas, especialmente orientadas para apoiar, informar e educar o consumidor em matéria de crédito e endividamento, cuja competência pode abranger a própria mediação de litígios com os credores e a elaboração de planos de pagamento das dívidas dos consumidores superendividados.

Essa conscientização, obtida, sobretudo por intermédio da educação e da informação, é o que na atualidade se conhece por empoderamento<sup>163</sup> do consumidor. O empoderamento, especialmente o financeiro, é essencial para que o consumidor tome decisões mais acertadas e conscientes frente à sua realidade econômica. Isso porque a educação financeira possibilita que o consumidor avalie<sup>164</sup> os riscos de determinada contratação e o impacto desta no seu orçamento, passando, desta feita, a assumir compromissos apenas conforme as suas possibilidades, o que certamente minimiza ou evita os efeitos de um possível superendividamento.

Assim, resta evidente que a educação para o consumo é necessária para evitar ou diminuir o superendividamento, especialmente tratando-se dos consumidores idosos superendividados. Isso porque o consumidor de maneira geral deve receber todas as informações necessárias sobre a contratação, para que faça

---

<sup>162</sup> LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Rick Danilevicz. **Superendividamento aplicado**: aspectos doutrinários e experiência no poder judiciário. Rio de Janeiro: GZ, 2010, p. 46.

<sup>163</sup> De acordo com Rodrigo Rossi Horochovski, “pessoas e grupos empoderam-se quando conquistam autonomia para, nos limites das coerções normais em qualquer agrupamento humano, decidir sobre seu destino”. O autor explica que empoderamento é praticamente um sinônimo de autonomia e significa a capacidade das pessoas, de fazerem escolhas sobre determinadas questões que lhes dizem respeito, tendo controle sobre estas e podendo decidir suas possíveis ações.

<sup>164</sup> Segundo informações retiradas do sítio eletrônico *Significados*, por meio do empoderamento é conferido ao consumidor três poderes: o poder de escolha, o poder de opinião e o poder de influência (<http://www.significados.com.br/empowerment/>). Assim, é certo que o consumidor informado e educado estará empoderado, munido o suficiente para exercer sua autonomia da vontade, escolher o que melhor lhe convém, gerir melhor suas finanças e assim evitar o colapso de uma situação de superendividamento.

uma escolha consciente, para que a decisão por determinada contratação não venha a representar futuramente um risco ou uma situação real de superendividamento para o consumidor.

A educação e a informação no momento do consumo é imprescindível, sobretudo quando se trata de consumidores idosos, que como já destacamos, são por sua natureza consumidores com a vulnerabilidade agravada e que estão cada vez mais atuantes no mercado de consumo, e por via de consequência, em razão da ausência de informações, desconhecimento e decisões precipitadas, também estão se tornando um número de superendividados em potencial. Nesse sentido, a educação para o consumo, além de ser um direito básico do consumidor, é também um instrumento necessário e eficaz na prevenção e diminuição do superendividamento de consumidores idosos, pois propicia decisões mais acertadas no momento da contratação, por meio da reflexão e do planejamento a partir de maior aquisição de conhecimento e informações, evitando riscos de inadimplemento e descumprimentos das futuras obrigações, o que é bom para o fornecedor e melhor ainda para o consumidor, especialmente os idosos, que na maioria das vezes convivem com uma aposentadoria baixa e altos gastos com remédios e tratamentos de saúde, sem contar os que ainda auxiliam seus familiares.

## CONCLUSÃO

O objetivo do trabalho foi apresentar o superendividamento do consumidor idoso, especialmente sob o enfoque da condição de consumidor hipervulnerável do idoso, do direito à informação e do incentivo ao consumo de crédito/facilidade na sua concessão, mais especificamente envolvendo a modalidade do crédito consignado. Para facilitar o estudo, inicialmente foi feita uma abordagem panorâmica, com os conceitos mais importantes para a compreensão do tema e uma apresentação do superendividamento de forma geral. Em seguida é que foi realizado o estudo do superendividamento sob a ótica do consumidor idoso.

Como vimos no primeiro capítulo, o superendividamento representa a impossibilidade do consumidor quitar todas as suas dívidas decorrentes do consumo, com a renda que o patrimônio que possui. Os elementos que caracterizam o superendividamento são, em primeiro lugar, ser o consumidor pessoa física. Além disso, é preciso que haja a completa impossibilidade de quitação das dívidas e que estas tenham sido adquiridas de boa-fé pelo consumidor e que sejam provenientes de uma relação de consumo.

Observamos que existem duas espécies de superendividamento, o ativo, quando o próprio consumidor dá causa à essa situação de impossibilidade de adimplemento de seus débitos de consumo, ou passivo, quando ocorre uma situação imprevista que inviabiliza a capacidade de adimplemento do consumidor, como o caso do desemprego, por exemplo. Verificamos também que alguns princípios socorrem o consumidor superendividado, podendo ser suscitados em defesa destes, como o Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, o Princípio da Boa-fé, o Princípio da Função Social dos Contratos e o Princípio da Onerosidade Excessiva.

Analisamos que são diversas as causas de superendividamento do consumidor e, como vimos nas espécies de superendividamento, o próprio consumidor pode dar causa a essa condição ou ele pode decorrer de uma situação extraordinária, como doença e desemprego. Como as causas são múltiplas, o mais importante, como vimos, é que o consumidor preencha os requisitos que o caracterizam como superendividado, para ser considerado como tal.

No segundo capítulo, estudamos o superendividamento sob o enfoque do consumidor idoso. Observamos que existem diversos critérios para aferir o conceito de idoso, mas que o mais utilizado é o critério cronológico, baseado na idade, que considera como idoso a pessoa com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos. Essa definição pode ser encontrada também no artigo 1º do Estatuto do Idoso – Lei nº 10.741/03, conforme apresentamos.

Constatamos também que apesar de todos os consumidores terem a vulnerabilidade reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor, existe uma proteção diferenciada para determinados grupos de consumidores, a depender de determinadas características pessoais, que os tornam mais do que vulneráveis, os chamados hipervulneráveis, como é o caso dos consumidores idosos.

Verificamos que o superendividamento não é condição específica dos idosos, mas com o crescente número de idosos no país, cada vez mais ativos no mercado de consumo, cresce também o número de consumidores endividados e superendividados.

Ao analisar os principais fatores que concorrem para o superendividamento do consumidor idoso, vimos que da mesma maneira que ocorre com o superendividamento em geral, são múltiplas as causas de superendividamento dos consumidores idosos. Neste trabalho, nos ocupamos do estudo da ausência de clareza nas contratações e do incentivo/facilidade da concessão do crédito ao consumidor idoso. Observamos que esses fatores somados à condição de consumidor hipervulnerável do idoso contribuem para o superendividamento deste, sem prejuízo de outros fatores, como a publicidade enganosa e abusiva, o consumismo, a diminuição de renda, dentre outros.

Por fim, observamos que a educação para o consumo é considerada um direito básico do consumidor e representa um mecanismo de prevenção do superendividamento, na medida em que o consumidor educado, bem informado e com conhecimento é capaz de refletir melhor a respeito das contratações e tomar decisões mais acertadas, para não incorrer no risco de não conseguir adimplir com as obrigações e dívidas decorrentes do consumo.

Podemos concluir neste trabalho que o superendividamento do consumidor idoso pode ocorrer por diversos fatores, mas um dos mais relevantes diz respeito à ausência de clareza nas contratações, que afetam sobremaneira os consumidores idosos, que muitas vezes pactuam sem o conhecimento a respeito dos riscos e ônus do contrato, o que pode representar um possível consumidor em situação de superendividamento, pois futuramente ele se depara com obrigações extremamente onerosas, das quais desconhecia, se vendo impossibilitado de adimplir as suas dívidas.

Outro fator que colabora para o superendividamento dos consumidores idosos é o incentivo pelo consumo de crédito, que os fornecedores fazem por meio de publicidades apelativas e outros meios, se valendo especialmente da condição de consumidor hipervulnerável dos idosos. Além do incentivo, os fornecedores também facilitam a aquisição do crédito pelos idosos, o que faz com que eles recorram com muita facilidade à esse tipo de contratação.

Como constatamos, uma das modalidades de crédito com maior índice de contratação pelos idosos é o chamado empréstimo ou crédito consignado, que permite o desconto das parcelas diretamente dos vencimentos dos aposentados, o que representa um risco enorme de superendividamento entre os idosos, pois chega-se ao ponto em que o salário é praticamente todo comprometido com empréstimos, de modo que o consumidor idoso se vê impossibilitado de dar quitação às obrigações.

Notamos que o pano de fundo de toda essa problemática tem origem na diminuição de renda que sofrem os idosos, das despesas que surgem em decorrência da idade, no ato de consumir e, mais especificamente, no consumo sem cautela. Por isso, é preciso voltar o olhar para o consumidor, principalmente os grupos mais vulneráveis, como é o caso dos idosos. Nesse sentido, como uma solução macro, propomos a melhoria nos sistemas de previdência e de saúde, para garantir que os idosos vivam com uma aposentadoria mais digna e possuam maior capacidade financeira, nesta fase da vida em que naturalmente suas despesas aumentam, além da melhoria na eficiência do sistema de saúde, para que os idosos consigam realizar os seus tratamentos sem que para isso necessitem recorrer ao pagamento de um plano de saúde, por exemplo.

Ademais, apontamos como solução micro, por meio da educação para o consumo, o investimento em campanhas de conscientização e projetos que auxiliem o consumidor no conhecimento dos seus direitos e deveres, para que possa exigir-lhes o cumprimento e para que, no âmbito das relações de consumo, seja capaz de declarar sua vontade da maneira mais consciente e acertada possível, evitando situações extremadas, como é o caso do superendividamento.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BARRETO, Talita Moura. **Empréstimo Consignado para Aposentados e Pensionistas à luz do Direito do Consumidor**. 2011. Trabalho de Conclusão (Graduação) - Bacharelado em Direito, Faculdade Sete de Setembro, Fortaleza. 2011.

BELIK, Walter. **Estabilização econômica e inadimplência do consumidor**. Centro de tecnologia do varejo do SENAC. São Paulo, 2001.

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

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 05 out. 2015.

BRASIL. Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN). **Crédito responsável para consumidores pessoas físicas. Normativo SARB 010/2013, de 27 de junho de 2013**. Disponível em: <<http://www.autorregulacaobancaria.com.br/pdf/Normativo%20SARB%20010-2013%20-%20Cr%C3%A9dito%20Respons%C3%A1vel%20VF.pdf>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC). **Estudo sobre o Crédito e Superendividamento dos Consumidores dos Países do Mercosul**. Superendividamento no Brasil. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/?q=Estudo+sobre+o+Cr%C3%A9dito+e+Superendividamento+dos+Consumidores+dos+Pa%C3%93ses+do+Mercosul>>. Acesso em: 15 out. 2015.

BRASIL. **Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 07 out. 2015.

BRASIL. **Lei 10.741, de 01 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/2003/L10.741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.741.htm)>. Acesso em: 31 out. 2015.

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm)>. Acesso em: 23 nov. 2015.

BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Estudo revela onde estão os idosos inadimplentes no Brasil**. Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/estudo-inedito-da-serasa-revela-onde-estao-os-idosos-inadimplentes-no-brasil/>>. Acesso em: 04 nov. 2015



BRASIL. SERASA CONSUMIDOR. **Inadimplência com mais de 61 anos.**

Disponível em: <<http://www.serasaconsumidor.com.br/guiaidoso/>>. Acesso em: 06 nov. 2015.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial.** REsp: 190860 MG

1998/0074036-8. Terceira Turma. Relator: Ministro Waldemar Zveiter. Brasília, 18 de dezembro de 2000. Disponível em: <

<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/8090892/recurso-especial-resp-190860-mg-1998-0074036-8-stj>> Acesso em: 27 nov. 2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Princípio da boa-fé objetiva.** Disponível em:

<<http://www.tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/jurisprudencia-em-foco/cdc-na-visao-do-tjdft-1/principios-do-cdc/principio-da-boa-fe-objetiva>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível.**

Acórdão n.747048, 20050110251052APC. Quarta Turma Cível. Relator:

Desembargador Cruz Macedo. Brasília, 13 de janeiro de 2014. Disponível em:

<<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível.**

Acórdão n.896906, 20140110628303APC. Primeira Turma Cível. Relator:

Desembargador Alfeu Machado, Brasília, 09 de outubro de 2015. Disponível em:

<<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível.**

Acórdão n.º 793664, 20100710331636APC. Sexta Turma Cível. Relator (a):

Desembargadora Ana Cantarino, Brasília, 3 de junho de 2014. Disponível em:<

<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível.**

Acórdão n.823286, 20130111862747APC. Terceira Turma Cível. Relator:

Desembargador Alfeu Machado. Brasília, 6 de outubro de 2014. Disponível em:

<<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios. **Apelação Cível.**

Acórdão n.898662, 20130111838873APC. Quinta Turma Cível. Relator:

Desembargador Sandoval Oliveira, Brasília, 23 de outubro de 2015. Disponível em:

<<http://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj>>. Acesso em: 27 nov. 2015.

BUENO, Francisco da Silveira. **Minidicionário da língua portuguesa.** 1. ed. rev. e atual. São Paulo: FTD; LISA, 1996.

CABRAL, Hideliza Lacerda Tinoco Boechat; GONÇALVES, Raquel de Souza.

Cartão de crédito: instrumento propulsor de superendividamento? **Revista Magister**

**de Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor.** Ano IX, n. 49, fevereiro/2013.

CASADO, Márcio Mello. **Proteção do consumidor de crédito bancário e financeiro.** 2. ed. rev. atual.e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli. O perfil do superendividado: referências no Brasil In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). **Direitos do consumidor endividado:** superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

CHINI, Alexandre; CARVALHO, Diógenes Faria de. O fenômeno do superendividamento: uma resposta ao desamparo na sociedade moderna. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumidor**, v. 4, n. 15, set.2014.

CORDEIRO, Antônio Manuel da Rocha e Menezes. **Da boa-fé no direito civil.** Almedina, 1997.

COSTA, Érika Alcino; MANOLESCU, Friedhilde Maria Kustner. **A importância do crédito na economia.** Disponível em: <[http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2004/trabalhos/inic/pdf/IC6-5.pdf](http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2004/trabalhos/inic/pdf/IC6-5.pdf)> Acesso em: 24 nov. 2015.

DOLL, Johannes et. al. **Educação e envelhecimento.** Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2175-62362015000100009&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S2175-62362015000100009&script=sci_arttext&tlng=es)>. Acesso em: 16 nov. 2015.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor.** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FRADE, Catarina; MAGALHÃES, Sara. Sobreendividamento, a outra face do crédito In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (Coord.). **Direitos do consumidor endividado:** Superendividamento e crédito. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

GALEANO, Edileuza Vital; FEIJÒ, Carmem. **Crédito e crescimento econômico:** Evidências a partir de um painel de dados regionais para a economia brasileira nos anos 2000. Disponível em: <<http://www.proac.uff.br/cede/sites/default/files/TD32.pdf>>. Acesso em: 23 nov. 2015.

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

GIANCOLI, Brunno Pandori. O superendividamento do consumidor In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). **20 anos do Código de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Atlas, 2010.

GODINHO, Robson Renault. **A proteção processual dos idosos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

GOMES, Orlando. **Contratos**. 24. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

GONTIJO, Patricia Maria Oliva. **Crédito e superendividamento**: uma análise em busca da concretização do princípio da dignidade da pessoa humana. Disponível em: <<http://www.conpedi.org.br/manaus/arquivos/anais/fortaleza/3966.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2015.

HOROCHOVSKI, Rodrigo Rossi. **Empoderamento**: definições e aplicações. Disponível em: <[http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=3405&Itemid=232](http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=3405&Itemid=232)>. Acesso em: 25 abr. 2016.

JOSÉ, Thaielly Silva; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. **A proteção do consumidor idoso**: contextos e conceitos da vulnerabilidade agravada. Disponível em: <<http://www.unifra.br/eventos/sepe2012/Trabalhos/5289.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

KEMPSON, Elaine. **Over-indebtedness in Britain A report to the Department of Trade and Industry**. Disponível em: <[http://www.ggy.bris.ac.uk/pfrc/Reports/Overindebtedness\\_Britain.pdf](http://www.ggy.bris.ac.uk/pfrc/Reports/Overindebtedness_Britain.pdf)>. Acesso em: 02 dez. 2015.

LEAL, Luciana de Oliveira. **A onerosidade excessiva no ordenamento jurídico brasileiro**. Disponível em: <[http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir\\_gerais/dgcon/pdf/artigos/direi\\_civil/onerosidade\\_excessiva\\_ordenamento\\_juridico\\_brasileiro.pdf](http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir_gerais/dgcon/pdf/artigos/direi_civil/onerosidade_excessiva_ordenamento_juridico_brasileiro.pdf)>. Acesso em: 13 out. 2015.

LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Danilevicz. Explicando o superendividamento em questões: perguntas e respostas In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Karen Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, 2010.

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

LOPES, José Reinaldo Lima. Crédito ao consumidor e o superendividamento: uma problemática geral. **Revista de informação legislativa**, v. 33, n. 129, p. 109-115 de jan./mar. 1996. Disponível em: <<http://www2.senado.gov.br/bdsf/item/id/176377>>. Acesso em: 16 out. 2015.

LOPES, Paloma de Lavor. et. al. **Levantamento do perfil dos idosos aposentados e pensionistas usuários de empréstimo consignado do Município de Barra do Piraí/RJ**. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

MARQUES, Claudia Lima (Coord.). **Diálogo das Fontes: do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. In: **Revista do Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 75,p. 9-42, jul./set. 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 6. ed. São Paulo: RT, 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. Prevenção e tratamento do superendividamento In: MARQUES, Cláudia Lima; LIMA, Clarissa Costa de; BERTONCELLO, Káren Danilevicz. **Prevenção e tratamento do superendividamento – Caderno de Investigações Científicas**. vol. 1. Brasília: Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), 2010.

MARTINELLI, Ana Laura Teixeira. A boa fé objetiva e os limites da rescisão unilateral dos contratos administrativos por razões de interesse público. **Revista de Direito Público**, Londrina, v. 1, n. 6, p. 20-34, jan/abr. 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/view/8337>>. Acesso em: 26 nov. 2015.

MARTINEZ, Carolina Curi Fernandes. A tutela do consumidor superendividado e o princípio da dignidade da pessoa humana. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2619, 2 set. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/17312>>. Acesso em: 15 out. 2015.

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

MATIAS, Liliane de Paula. **Sociedade de consumo e superendividamento do consumidor: análise de um binômio frente à concepção social de contrato**. Disponível em: <<http://www.mcampos.br/posgraduacao/mestrado/dissertacoes/2011/lilianedepaulamatiassociedadeconsumosuperendividamentoconsumidor.pdf>>. Acesso em: 03 dez. 2015.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 5 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MONTEIRO, Raul. **O papel do crédito na sociedade de consumo**. Disponível em: <<http://www.politicalivre.com.br/artigos/papel-credito-na-sociedade-de-consumo/>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

MORAES, Alexandre de. **Constituição do Brasil Interpretada e Legislação Constitucional**. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2004.

NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Anotado e Legislação Extravagante**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor: com exercícios**. 5. ed. revisada, ampliada e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2010.

OLIVEIRA, Juliana Andréa. O superendividamento do consumidor: aspectos conceituais e mecanismos de solução. **Lex Humana**, v. 3, n. 1, 2011. Disponível em: <<http://seer.ucp.br/seer/index.php/LexHumana/article/view/108>>. Acesso em: 02 out. 2015.

OLIVEIRA, Stéphanie Assis Pinto de. **Responsabilidade das celebridades em campanhas publicitárias de crédito consignado destinadas a idosos**. Disponível em: <<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/1603>>. Acesso em: 16 nov. 2015.

PORTO, Elisabete Araújo. **Evolução do crédito pessoal no Brasil e o superendividamento do consumidor aposentado e pensionista em razão do empréstimo consignado**. Disponível em: <<http://tede.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/4428/1/arquivototal.pdf>>. Acesso: 10 nov. 2015.

REALE, Miguel. **Função social do contrato**. Disponível em: <<http://www.miguelreale.com.br/artigos/funsoccont.htm>>. Acesso em: 11 out. 2015.

REINALDO FILHO, Demócrito. Superendividamento: inexistência de direito do consumidor à renegociação. **Revista Jus Navigandi**, Terezina, ano 16, n. 3005, 23 set. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/20062>>. Acesso em: 02 dez. 2015.

RETONDAR, Anderson Moebus. **A (Re) Construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v23n1/a06v23n1.pdf>>. Acesso em: 29 set. 2015.

ROCHA, Amélia Soares da; FREITAS, Fernanda Paula Costa de. O superendividamento, o consumidor e a análise econômica do Direito. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2564, 9 jul. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/16949>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

ROQUE, Natália Araújo. **O superendividamento do consumidor e o papel do poder judiciário frente às práticas abusivas do mercado**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/42107/o-superendividamento-do-consumidor-e-o-papel-do-poder-judiciario-frente-as-praticas-abusivas-do-mercado>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

ROSENVALD, Nelson. **Curso de direito civil: direito dos contratos**. 3. ed. São Paulo: Juspodivm, 2013.

ROTTA, Mariza. FERMENTÃO, Cleide Aparecida Gomes Rodrigues. O Pacta Sunt Servanda - Cláusula Rebus Sic Stantibus e o Equilíbrio das Relações Contratuais na Atualidade. **Revista Jurídica Cesumar** - Mestrado, v. 8, n. 1, jan/jul 2008.

RUAS, Desireé. **Consumo e consumismo: pela consciência em primeiro lugar**. Disponível em: <<http://conscienciaeconsumo.com.br/artigos/consumo-e-consumismo-pela-consciencia-em-primeiro-lugar>>. Acesso em: 30 set. 2015.

SALGADO, Igor de Alencar. **Aspectos do superendividamento do consumidor idoso**. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

SANDRI, Jussara Schmitt. **Função social do contrato**. Conceito, Natureza jurídica e fundamentos. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/viewFile/8721/9062>>. Acesso em: 25 nov. 2015.

SANTOS, Silvana Sidney Costa. Concepções teórico-filosóficas sobre envelhecimento, velhice, idoso e enfermagem gerontogeriatrica. **Revista Brasileira de Enfermagem**. Brasília, 2010, nov-dez.

SANTOS, Vanessa Caroline dos. **O superendividamento do consumidor pessoa física de boa-fé**. Ijuí/RS, 2011. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1115/Vanessa%20Caroline%20dos%20Santos.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 01 nov. 2015.

SCHMIDT NETO, André Perin. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. **Revista da SJRJ**, Rio de Janeiro, n. 26, p. 167-184, 2009. Disponível em: <[http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista\\_sjrj/article/viewFile/36/34](http://www4.jfrj.jus.br/seer/index.php/revista_sjrj/article/viewFile/36/34)>. Acesso em: 01 out. 2015.

SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

SILVA, Luiz Vicente da Cruz e. **A boa-fé na fase pré-contratual como instrumento de prevenção ao superendividamento do consumidor**. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp144872.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2015.

TARTUCE, Flávio. **Os direitos da personalidade no novo código civil**. Disponível em: <[www.flaviotartuce.adv.br/artigos/Tartuce\\_personalidade.doc](http://www.flaviotartuce.adv.br/artigos/Tartuce_personalidade.doc)>. Acesso em: 26 nov. 2015.

VIEIRA, Andressa Alves Nunes. **O superendividamento do consumidor brasileiro e a ausência de legislação específica**: uma análise dos institutos e princípios que fundamentam o pedido revisional do contrato e as medidas adotadas no direito comparado. Disponível em: <[http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id\\_dh=14449](http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449)>. Acesso em: 29 set. 2015.