

O SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO EM RELAÇÃO À HIPOSSUFICIÊNCIA

OVERCOMING THE ELDER CONSUMER IN CONNECTION WITH HYPOSSUFICIENCE

Claudio Rodrigues de Souza^{1,2}

¹ Aluno do Curso de Direito do Centro Universitário ICESP de Brasília

² Artigo desenvolvido sob a orientação da Prof.^a Ms. Ana Cecília Pereira Melo, do Curso de Direito do Centro Universitário ICESP de Brasília

Resumo: O presente trabalho tem como tema o superendividamento do consumidor idoso em relação à hipossuficiência. Compreende-se que superendividamento é a impossibilidade integral do consumidor de adimplir dívidas atuais e futuras provinda do consumismo, caracterizando a morte civil deste, pois sua competência econômica torna-se inferior ao montante dos débitos. Mesmo não sendo um fenômeno relacionado a uma categoria específica em que ocorrer independente da profissão, idade, sexo, classe social entre outros, o objetivo do trabalho será analisar os principais fatores que cooperam para o superendividamento do consumidor idoso, como a falta de clareza nas contratações e a facilidade na concessão de crédito. Para tanto, utilizamos o método de pesquisa hipotético-dedutivo, fez-se necessário a coleta de dados por meio de pesquisa bibliográfica, revistas especializadas, doutrinas, notícias e plataformas digitais.

Palavras-chave: Hipossuficiência; Consumidor; Idoso; Superendividamento; Concessão de Crédito.

Abstract: The present work has as subject the over-indebtedness of the elderly consumer in relation to the hyposufficiency. Understanding of over-indebtedness is an integral impossibility of consumption of future data and future consumption opportunities, highlighting the life of an executive, as his economic career becomes less than the amount of the debts. Even though, not being an example related to an issue that is considered independent of the profession, age, sex, social class, among others, the objective of the study will be to analyze the main factors that cooperate for the elderly indebtedness, such as a lack of clarity of hiring and ease of lending. To do so, it uses the hypothetico-deductive research method, it was necessary to collect data through bibliographic research, specialized magazines, doctrines, news and digital platforms.

Keywords: Hypnosis; Consumer; Old man; Super indebtedness; Credit Granting.

Sumário: Introdução. 1. Conceito de consumidor. 1.1. Proteção especial do consumidor. 1.2. Hipossuficiência do consumidor idoso. 2. Superendividamento. 2.1. Dos princípios que regulam a defesa do superendividamento do consumidor. 2.1.1. Princípio da boa-fé. 2.2.2. Princípio da onerosidade excessiva. 2.2.3. Princípio da função social dos contratos. 3. Fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso. 3.1. Ausência de clareza nas contratações. 3.2. Facilidade na concessão de crédito. Considerações finais. Referências.

Introdução

O presente trabalho se destina a pesquisa de artigo científico, requisito obrigatório para a conclusão do curso de Direito pelas as Faculdades ICESP. Tem-se como temática o superendividamento do consumidor idoso em relação à sua hipossuficiência.

A partir de 1994, houve a expansão do crédito no Brasil com o equilíbrio da moeda em virtude do Plano Real, as instituições financeiras passaram a facilitar a concessão de crédito e, além disso, surgiu ordenamento jurídico interno permitindo a consignação na remuneração dos trabalhadores ou nos benefícios previdenciários, o que permitiu maior consumo de crédito e influenciou o superendividamento.

A disponibilidade de crédito propicia a inclusão dos indivíduos no mercado de consumo, porém muitos mostram-se desprovido para enfrentar essa circunstância o que origina a problemática do superendividamento principalmente do consumidor idoso.

O número de idosos endividados ocorre por vários fatores, mas, principalmente, em razão da facilidade que o crédito consignado e a emissão de cartões de créditos oferecidos pelas instituições financeiras, que não observam os limites de crédito a ser concedido ao idoso.

Portanto, esse estudo justifica-se pela relevância da pesquisa e faz-se necessário para a contribuição dos operadores do Direito que lidam com esse cenário; e para auxiliar na fomentação de novas pesquisas e conhecimento das relações de consumo aos estudantes de Direito e a toda população, despertando assim a atenção para o consumo consciente.

Então essa pesquisa tem como objetivo geral analisar principais fatores que cooperam para o superendividamento do consumidor idoso em razão da sua hipossuficiência. Para tanto utilizaremos o método de pesquisa hipotético-dedutivo, fez-se necessário a coleta de dados por meio de pesquisa bibliográfica, revistas especializadas, doutrinas, notícias disponibilizadas Consultor Jurídico e Procon e plataformas digitais como: Google Acadêmico e *Scielo*, com descritores as palavras-chaves: consumidor, superendividamento do idoso, vulnerabilidade, adimplemento das obrigações, hipovulnerabilidade.

1. Conceito de consumidor

A definição legal do consumidor está inserida no Código de Defesa do Consumidor, art. 2º que o conceitua como pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final sem reempregá-lo no mercado de consumo como objetivo de lucro, analisando

o aspecto de vulnerabilidade e a destinação sem cunho econômico do produto ou serviço (MIRAGEM, 2014, p.145).

(...) o legislador brasileiro optou por uma concepção objetiva de consumidor, considerando este 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 (SILVA NETO, 2013, p. 30).

É considerado consumidor quando a aquisição do produto ou do serviço for para a justificativa de uma necessidade pessoal ou familiar do comprador, desta forma, incide relação de consumo caso as aquisições não estejam efetivadas na disposição de uma atividade empresarial exercida pelo adquiridor, sendo o destinatário final econômico e fático do serviço ou produto. Assim, compreende-se com o dispositivo do CDC que a conceituação de consumidor possui caráter econômico (PFEIFFER, 2015, p. 63).

É inegável que vivemos em uma sociedade de consumo, com relações jurídicas como os contratos de adesão, efetivados precedentemente pelos fornecedores, impossibilitando a negociação por parte do consumidor, este apenas opta por aderir ou não o instrumento que é lhe denotado. Em consequência, o consumidor é posto em uma condição de vulnerabilidade, justificada pela a proteção especial que o CDC lhe confirma (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 25).

A doutrina apresenta duas correntes teóricas acerca da definição de consumidor *stricto sensu*. Tem-se a corrente finalista, sendo mais restritiva, e a corrente maximalista que amplia a noção do termo consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 25).

A teoria finalista limita a conceituação do termo consumidor para o não profissional, seja pessoa física ou jurídica, conferindo-lhe maior nível de proteção em razão da jurisprudência ser estabelecida sobre casos em que o consumidor era realmente a parte mais fraca da relação de consumo, e não sobre casos em que profissionais-consumidores reclamam mais benesses do que o direito comercial já lhes concede. Assim, o destinatário final a que a lei se refere é aquele que retira o bem do mercado, dando-lhe uma destinação pessoal, sem qualquer interesse profissional (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 25).

(...) ser destinatário do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. Neste caso, não haveria a exigida 'destinação final' do produto ou do serviço, ou, como afirma o STJ, haveria consumo intermediário, ainda dentro das cadeias de produção e de distribuição (MARQUES; BENJAMIN, 2009, p. 71).

A teoria maximalista amplia a noção de consumidor, permitindo a aplicabilidade do termo em todos os agentes do mercado que às vezes podem assumir a parte consumidora ou a parte fornecedora, utilizando de um critério simplesmente objetivo. Nesse âmbito o destinatário final é aquele que retira o produto ou o serviço do mercado e o utiliza e consome, não é de relevância se a pessoa é física ou jurídica, se terá ou não fim lucrativo. Observamos, portanto que para ser caracterizado como consumidor deve ser esgotado o ciclo econômico, o bem não poderá ser renegociado ou reintroduzido no mercado (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 25).

Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário final seria o destinatário fático do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, consome, por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para reutilizar e a destrói. Segundo esta teoria maximalista, a pergunta da vulnerabilidade in concreto não seria importante. Defende que, diante de métodos contratuais massificados, como o uso de contratos de adesão, todo e qualquer co-contratante seria considerado vulnerável (MARQUES; BENJAMIN, 2009, p. 71).

De acordo com a concepção do Superior Tribunal de Justiça a teoria finalista aprofundada é admitida hodiernamente, sendo necessário o reconhecimento do consumidor por equiparação e a sua vulnerabilidade independente de ser pessoa física ou jurídica é apenas essencial que qualquer desses tenham adquirido o produto como destinatário final. Portanto, o que define a teoria finalista aprofundada é a presunção de vulnerabilidade o qual fragiliza o sujeito de direitos e faz com que a relação de consumo fique desequilibrada.

1.1. Proteção especial do consumidor

O Código de defesa do consumidor reconhece a vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor, com o objetivo de uma proteção especial ao consumidor. Porém essas características se distinguem.

A presunção da vulnerabilidade do consumidor é absoluta, é princípio essencial do direito do consumidor, designa o consumidor como a parte fraca na relação jurídica de consumo, estabelecendo-lhe tratamento diferenciado em face fornecedor. Poderá ser vulnerabilidade técnica, vulnerabilidade jurídica, vulnerabilidade fática e internacional. A que tem maior frequência é a vulnerabilidade fática que sintetiza em vulnerabilidade econômica sendo a fraqueza do consumidor em relação ao aspecto econômico (MARQUES, 2011, p. 330).

A vulnerabilidade técnica do consumidor está atrelada à ausência de conhecimentos técnicos específicos na relação de consumo; a vulnerabilidade jurídica decorre da superioridade do fornecedor pelo fato de atuar como litigante habitual, o que implica na existência de um corpo jurídico permanente e especializado; a vulnerabilidade fática está vinculada ao aspecto econômico e, por fim, a vulnerabilidade informativa diz respeito ao “déficit informacional” do consumidor (LEITE, 2016, p. 31).

Neste diapasão, Código de Defesa e Consumidor, art. 4º, inciso I, estabelece que:

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: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

A premissa de igualdade entre as partes envolvidas é eliminada na vulnerabilidade, devido essa desigualdade que o vulnerável é protegido pelo o ordenamento jurídico interno com o objetivo de garantir os princípios constitucionais da isonomia e igualdade nas relações jurídicas minimizando as diferenças.

Apesar disso, alguns consumidores são considerados mais vulneráveis, devido suas características pessoais e denominados como hipossuficiência, por exemplo, o idoso, o deficiente, a criança. Assim, estamos expressando sobre um grupo específico de consumidores, que precisam de uma atenção e proteção superior nas relações de consumo (MIRAGEM, 2014, p. 125-126).

A presunção de hipossuficiência não é concedida a todo e qualquer consumidor, deve ser analisado as circunstâncias no processo, caso a caso, para que seja possível o equilíbrio da relação de consumo na competência da ação judicial (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 29).

A hipossuficiência funciona, como um traço particular dado consumidor, isto é, o art. 6º, inciso VIII, do CDC, que confere assento à hipossuficiência, possui natureza processual, depende que o consumidor diante de sua pretensão deduzida em juízo demonstre que não possui condições financeiras, sociais ou culturais de “fazer a prova necessária à instrução do processo” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p. 29).

Todo consumidor é vulnerável, mas nem sempre poderá ser considerada sua hipossuficiência, sendo que vai além dos termos “*sem recursos*” ou “*pobreza*” como é aplicado na Justiça Gratuita no âmbito processual. A definição de hipossuficiência é mais ampla, cada caso deve ser avaliado pelo aplicador dentro de sua necessidade no momento em que reconhece sua desproporção técnica ou informacional diante o caso, assim na próxima seção abordaremos demonstração efetiva do caso concreto em relação questão a hipossuficiência do consumidor idoso, temática de grande valia para o objetivo do trabalho.

1.2. Hipossuficiência do consumidor idoso

O crescimento da senilidade é um dos mais expressivos do mundo, pressupõe que o século XXI será destacado sob o envelhecimento da população, sendo necessária a imposição de políticas públicas com o objetivo de garantir a dignidade e o bem-estar dessa categoria jurídica (MARQUES; MIRAGEM, 2014, p. 146).

As alterações biológicas, físicas, psíquicas e sociais provocadas pelo envelhecimento do ser humano, transformam a sua condição existencial. Não é apenas a vitalidade e a longevidade dos idosos que são afetadas, é perceptível a influência na capacidade de discernimento e raciocínio em alguns casos, ocasionando maior vulnerabilidade em concepções físicas, sociais e psíquicas.

Para os idosos as atividades que antes eram corriqueiras acabam se tornando intensas e difíceis como na leitura, audição prejudicada, raciocínio mais lento. Prejudicando o idoso em atividades de trato civil como celebração de contrato. Por consequência, os idosos merecem uma tutela existencial e patrimonial diferenciada em aspectos qualitativos e quantitativos.

Compreende-se que a vulnerabilidade é reconhecida na população idosa, porém especialmente nas relações de consumo essa vulnerabilidade atribuída ao idoso adquire nuances intensificadas e a presunção de vulnerabilidade é agravada em razão aos efeitos provocados pela idade, passando a ser presumida sua hipossuficiência.

Será, contudo na seara contratual, que veremos exposta uma intensa vulnerabilidade do consumidor idoso perante o fornecedor, daí falarmos em hipervulnerabilidade como um paradigma a ser adotado na proteção do indivíduo mais fragilizado (SCHMITT, 2009, p. 151).

O conceito de consumidor idoso é fundado após a interpretação do conceito amplo de consumidor e de idoso, conjecturado no ordenamento jurídico interno como Código de Defesa do Consumidor e Estatuto do Idoso, concluindo que o consumidor idoso é toda pessoa com idade igual ou superior a sessenta anos que adquira ou utilize o produto ou serviço como destinatário final (GRAEFF, 2013).

(...) a família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas (...), resultando na edição de um microsistema próprio para proteção de tal categoria jurídica: o Estatuto do Idoso. A defesa do consumidor idoso deverá ser realizada mediante o diálogo do Código de Defesa do Consumidor e Estatuto do Idoso como uma verdadeira cláusula geral que vigora em todos os atos de consumo (DETROZ, 2012, p. 144).

A hipossuficiência do idoso é manifesta no âmbito de contratações que são ordinariamente celebradas por consumidores de vulnerabilidade apenas presumida. O público idoso revela-se como alvo potencial de propagandas e práticas comerciais abusivas que se aproveitam da reduzida capacidade de discernimento do idoso para impor a contratação de serviços. Um dos exemplos mais paradigmáticos é a celebração de contratos de empréstimos consignados entre instituições financeiras e consumidores idosos, pois a lógica da sociedade de consumo visualizou lucros certos com tal contratação eis que, via de regra, idosos possuem rendimentos mensais fixos, sendo por isso a contratação mais segura.

Os idosos, vítimas de desrespeito por parte dos que os cercam, têm na Lei no 10.741/2003 um conjunto de medidas estatais para resguardá-los, providências de variada ordem que visam a resgatar-se o respeito e, principalmente, a viabilizar-lhe o exercício da cidadania. Por isso, são-lhes assegurados ou declarados novos significativos direitos. Toda a sociedade é convocada para reconhecer e a reculturar-se, passando a tributar a reverência devida àqueles que fazem por merecer a consideração humana, familiar e social (MARTINEZ, 2005, p. 13).

Contudo, é de supra relevância a adoção do critério de hipossuficiência do consumidor idoso pelo o ordenamento jurídico, para que haja a efetivação dos direitos fundamentais dessa categoria. É necessária a proteção do patrimônio do idoso e a garantia de bem-estar, inclusão social e a dignidade.

2. Superendividamento

O superendividamento é a contração de um crédito de boa-fé, mas posteriormente encontra-se impossibilitado de adimplir as suas dívidas atuais e futuras oriundas do consumo excessivo, executadas as dívidas com o Fisco, ou aquelas provenientes de delitos ou alimentos, em um tempo razoável com sua renda ou seu patrimônio. Não existe quantia mínima de débito para ser considerado (MARQUES, 2011, p. 21).

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 (CABRAL; GONÇALVES, 2013, p. 50).

Assim, no tocante à caracterização do superendividamento é necessário observar três requisitos: ser pessoa física; utilizar a boa-fé; impossibilidade de adimplemento. Pode ser classificado como ativo sendo o devedor que contribui para se colocar nessa situação com a acumulação exorbitante de crediário; ou passivo quando a situação não foi previsível, como a perda de emprego, doença, divórcio ou morte situações que atingem o adimplemento (BERTOCELLO; LIMA, 2010, p. 28).

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 inexistir bens disponíveis para a liquidação, configurarão o superendividado com tratamento prioritário (NORMATIVO SARB 010/2013).

Observa-se que o superendividamento sucede da concessão inconsequente de crédito e fortalece como um problema social na atualidade onde a pessoa que não figura como consumidor acaba por não existir enquanto ser social. Mesmo que em *prima facie* a concessão de crédito permita um acréscimo instantâneo no mercado consumidor, a sua inadimplência gera efeitos ao longo prazo reduzindo o consumo produzindo efeito “*sanfona*” de reparação na economia.

É inegável que o superendividamento é um fenômeno da realidade do mundo contemporâneo, sendo necessário receber uma proteção especial, ocasiona não apenas aos consumidores uma situação financeira, pessoal e familiar irreversível que deprecia a sua dignidade quanto ser humano, é importante ressaltar que também prejudica o desenvolvimento

da economia. Dessa forma, na próxima seção faz-se imprescindível abordar sobre a questão dos princípios que regulam a defesa do superendividamento do consumidor, visto que os princípios são fontes do direito e auxiliam na defesa do consumidor.

2.1. Dos princípios que regulam a defesa do superendividamento do consumidor

2.1.1. Princípio da boa-fé

O Código de Defesa do Consumidor ao positivar o princípio de boa-fé, impõe a todos os partícipes das relações de consumo deveres éticos de conduta, trazendo consigo padrões de honestidade lealdade e transparência. Em caso de violação é fonte da obrigação de indenizar em razão de constituir um fator de determinação em concreto dos efeitos de um vínculo obrigacional (KHOURI, 2013, p.61-62).

O princípio da boa-fé é um instrumento de valiosíssima importância para o operador do direito na interpretação do contrato, bem como para os próprios partícipes da relação de consumo. Dessa forma, a boa-fé desempenha não apenas a função integrativa, mas também uma função corretiva de estipulações contratuais, em que sua violação traduz um incumprimento contratual, com a correlativa responsabilidade” (KHOURI, 2013, p. 62).

Vale salientar que o princípio da boa-fé está disciplinado pelo o artigo 4º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor:

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.

O princípio da boa-fé previsto 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 (MELO, 2015, p. 38).

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 (MELO, 2015, p. 38).

(...) 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 (MIRAGEM, 2014, p. 135).

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, em razão do consumidor ser um leigo, naturalmente vulnerável e o fornecedor um profissional que deve conhecer os dados essenciais sobre os bens que comercializa, motivo pelo qual deve propiciar ao consumidor a imediata e fácil compreensão a respeito das cláusulas contratuais (KHOURI, 2013, p. 70).

Na questão do consumidor superendividado o limite mínimo exigível 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. Em casos de contratação irresponsável e inconsequente, 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 (MELO, 2015, p. 41).

2.1.2. Princípio da onerosidade excessiva

O princípio da onerosidade excessiva é definido como um estado contratual que decorre de acontecimentos supervenientes, extraordinários e imprevisíveis que acarreta mudanças na situação fática, refletindo acerca da prestação devida, convertendo em onerosa para o devedor enquanto a outra parte possui benefícios imoderados (PEREIRA, 2006, p. 45).

Para que seja caracterizada a onerosidade excessiva é necessário verificar alguns requisitos como: onerosidade do contrato, ou seja, ambas as partes tem obrigações, obtém vantagens, porém também arcam com um ônus; modificação substancial das condições econômicas na execução do contrato, conflitando com o que foi pactuado na celebração do contrato, sucedendo na dificuldade ou impossibilidade de cumprimento da obrigação por uma das partes; e por último deve haver uma situação excepcional e imprevisível (LEAL, 2003, p. 160).

Há algumas situações que a onerosidade excessiva poderá implicar no âmbito do Direito do Consumidor, dentre elas o direito de modificação da cláusula que estabelece a obrigação desproporcional que preserva o equilíbrio do contrato conforme previsto pelo artigo 6º, inciso V, do Código de Defesa do Consumidor; o direito de obter revisão contratual em decorrência dos acontecimentos supervenientes que tornem as prestações onerosas; e o direito de requerer a nulidade da cláusula que estabelece a desvantagem excessiva conforme previsto pelo o artigo 51, inciso IV e § 1º, inciso III do Código de Defesa do Consumidor (LEAL, 2003, p. 163).

Entretanto, a desproporção das contraprestações proporciona a excessiva onerosidade para o devedor, permitindo que fique em uma posição desfavorável diante a relação jurídica, enquanto para a outra parte é atribuído um enriquecimento injustificável. É possível verificar essa situação na condição de superendividamento em que gera o direito de revisão do contrato, por onerar excessivamente o cumprimento da obrigação inicialmente estabelecida no contratualmente (VIEIRA, 2014, [s/p]).

2.2.3. Princípio da função social dos contratos

O Código Civil de 2002 em seu artigo 421 reconheceu como inovação a função social dos contratos, dispõem que “a liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato”. O contrato visa alcançar objetivos não apenas sob o viés individual e sim também sob os aspectos sociais (SANDRI, 2011, p. 129).

(...) 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 (REALE, 2003, [s/p]).

A manifestação de vontade apenas dos contratantes não mais importa, é necessário verificar os efeitos do contrato na sociedade e a condição econômica e social dos participantes da relação jurídica em razão da concepção atribuída pelo o Código de Defesa do Consumidor e do Código Civil. Assim, será possível obter um equilíbrio, legitimando a autonomia de vontade das partes e protegendo interesses não apenas de cunho individual, mas sim englobando interesse social e

valorizando a confiança, as expectativas e a boa-fé do vínculo de contratação (ROTTA, 2008, p. 207).

Nesse diapasão, Pereira (2006) afirma que *“a função social do contrato serve para limitar a autonomia da vontade quando tal autonomia esteja em confronto com o interesse social e este deva prevalecer, ainda que essa limitação possa tingir a própria liberdade de contratar”* (PEREIRA, 2006, p. 13).

Compreende-se que o princípio da função social dos contratos estabelece a prevalência do interesse coletivo sobre o individual. Tal princípio poderá ser violado quando os seus efeitos prejudiquem os interesses da sociedade, ou de terceiros que não tenha relação direta com o negócio jurídico pactuado (SANDRI, 2011, p. 129).

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. (NERY JUNIOR; NERY, 2003, p. 336).

A liberdade de contratar não é retirada com o princípio da função social, porém limita quando há interesses difusos ou interesse individual relacionado à dignidade humana como é verificado em casos de superendividamento. Assim, é possível afastar os abusos na contratação, em razão do contrato celebrado entre as partes não poder ser objeto de abusos.

CONSUMIDOR. CONTRATO BANCÁRIO. EMPRÉSTIMO. DEVEDOR. SUPERENDIVIDAMENTO. CONTA-CORRENTE. PROVENTOS. PARCELAS. DESCONTOS. LIMITE 30%. IMPOSIÇÃO. MÍNIMO EXISTENCIAL. GARANTIA. ABUSIVIDADE. CONFIGURAÇÃO. DANO MORAL. INDENIZAÇÃO. EXCESSIVIDADE. NÃO CONSTATAÇÃO. SENTENÇA. MANUTENÇÃO. I - Nos contratos, a liberdade de contratar deve ser exercida em razão e nos limites da função social do contrato, respeitando-se, também, a dignidade da pessoa humana. II - O superendividamento consiste na impossibilidade, duradoura e estrutural, do devedor proceder ao pagamento das suas dívidas ou, se consegue honrá-las, o faz com sérias dificuldades e com riscos reais de acarretar a sua insolvência civil. III - Evidenciado que os descontos das parcelas dos contratos de mútuo equivalem a 90% da aposentadoria recebida pelo autor, com evidente prejuízo à sua subsistência, especialmente por se tratar de pessoa idosa, contando com mais de 80 anos de idade, imperiosa é a intervenção do Judiciário na relação privada, a fim de proteger os princípios da função social do contrato e da dignidade humana. IV- Os descontos das parcelas do mútuo em conta devem ser reduzidos ao patamar de 30% dos proventos do devedor superendividado. Precedentes do Superior Tribunal de Justiça e desta Corte Estadual. V - Constatada a abusividade da

conduta do Banco Acionado, mantem-se o dever de indenizar pelo dano moral e confirma-se o valor da verba reparatória, que atende à dupla finalidade de proporcionar razoável dissabor ao causador do dano e compensar a vítima do constrangimento, sem configurar excessividade ou enriquecimento sem causa. RECURSO NÃO PROVIDO. (CLASSE: APELAÇÃO, NÚMERO DO PROCESSO: 0546632-53.2016.8.05.0001, RELATOR (A): HELOÍSA PINTO DE FREITAS VIEIRA GRADDI, QUARTA CÂMARA CÍVEL, PUBLICADO EM: 22/02/2018).

(Disponível em: <https://tj-ba.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/548690418/apelacao-apl-5466325320168050001?ref=serp>. Acesso em: 10 de ago. 2018)

O princípio da função social dos contratos pode ser suscitado na defesa do consumidor superendividado⁹⁸, 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 violem direitos e garantias fundamentais, como a dignidade da pessoa humana e o mínimo existencial (VIEIRA, 2014, [s/p]).

3. Fatores que contribuem para o superendividamento do consumidor idoso

As exigências pertinentes da idade geram mais fatores que impactam na renda do consumidor, renda essa que durante a velhice muitas vezes é limitada somente a aposentadoria, e que sofre com a adição de remédios e tratamentos, por isso o idoso muitas vezes precisa ponderar quais necessidades são mais importantes, pois sua renda total pode não ser suficiente para suprir todas essas necessidades.

Cada despesa a mais pode acarretar um endividamento, que pode facilmente evoluir para uma situação de superendividamento e não existe um único fator que leva o consumidor idoso a isso, existem muitas variáveis que podem causar essa situação, assim será mostrado como a ausência de clareza nas contratações e o incentivo e facilidades do consumo de crédito são grandes causas para esses problemas.

3.1. Ausência de clareza nas contratações

Ao realizar uma contratação o consumidor tem o direito de receber todas as informações pertinentes ao negócio, e para assegurar que o consumidor tenha a possibilidade de escolha clara e esteja ciente de todos os termos é necessário informar, a definição completa do bem ou serviço além de todas as cláusulas do negócio de maneira clara e eficiente. Esses termos são ainda mais importantes no caso de uma transação eletrônica, pois, não existe proximidade física

com o bem e com o provedor, por isso o direito de receber informações pode ser considerado um dos principais direitos da defesa do consumidor (BARBIERI, 2013, p. 118-127).

Nesse diapasão, a Lei nº 8.078/90, em seu artigo 6º, inciso III, relaciona entre os direitos básicos do consumidor:

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;

Com relação aos serviços e riscos o artigo 31, da referida lei determina que:

A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem prestar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Dentre os vários direitos básicos do consumidor, talvez o mais importante seja o direito à informação, pois está interligado aos princípios da transparência e vulnerabilidade, esse direito garante que o consumidor tenha o direito da liberdade de escolha, sendo esse oposto ao dever do fornecedor de informar (CAVALIERI FILHO, 2011).

Funda-se o regime no direito do consumidor à informação, cuja tônica reside na transparência, encontrando como seus postulados primeiros a lealdade e a veracidade e que devem envolver tanto as mensagens publicitárias como também as embalagens, as etiquetas, as instruções para uso, as condições sobre preços, enfim, todos os elementos de aproximação entre fornecedor e consumidor (BITTAR, 2002, p. 49).

O dever de informar possui dois aspectos o primeiro se fundamenta na relação funcionário-cliente, por exemplo, compra e venda de produtos, e o segundo é fundamentado em relações indeterminadas, cujo número de consumidores não é determinado, um exemplo seriam propagandas (CAVALIERI FILHO, 2011).

Na maioria dos casos o direito à informação acaba dependendo muito de deveres inerentes ao fornecedor, e que mesmo o dever de informar também depende de outros deveres, como o dever da colaboração e do respeito a outra parte, sendo que esses deveres ainda dependem da boa-fé do fornecedor, e então também necessita-se do dever de informar com veracidade, ou

seja, para que um direito do consumidor seja garantido é necessário que vários deveres do fornecedor sejam cumpridos (MIRAGEM, 2014, p. 201).

Contudo, a informação passada ao cliente deve sempre ser verdadeira, de forma que é necessário que não sejam criadas barreiras desnecessárias que possam complicar e/ou restringir o seu acesso, ademais é preciso que a informação deve ser adequada, ou seja, esclarecer as dúvidas do consumidor, transmitir a informação verdadeira e adequadamente é um dever do fornecedor e um direito do consumidor (MIRAGEM, 2014, p. 201-203).

O homem é o “*melhor juiz de seus interesses*”, portanto o homem deve se impor somente de sua própria vontade, para que expresse sua vontade e livre-arbítrio em uma compra ou venda precisa-se do conhecimento, e de informações verdadeiras sobre o produto ou serviço que pode vir a ser contratado, para então ser decidido se lhe convém ou não (ROQUE, 2014, [s/p]).

(...) à informação tem como pano de fundo a educação básica de todos os consumidores, com o fim de torná-los parte de massa crítica capaz de, ao deparar com o mercado de consumo, distinguir seus benefícios e malefícios, bem como defender seus interesses em consonância com os preceitos legais que os protegem (EFING, 2000, p. 67).

Porém muitas vezes o cliente não possui todas as informações e/ou conhecimento necessárias para a ponderação, seja por barreiras impostas pela burocracia excessiva ou por má fé dos fornecedores de não repassarem completamente as informações, ou para se aproveitarem da vulnerabilidade do consumidor, principalmente se aparentarem ser mais suscetível, como os idosos por exemplo, aparentam ser.

A má-fé não é o único fator que leva a uma possível desinformação dos consumidores idosos, podem ser citadas também em muitos casos, a falta de conhecimento, a inexperiência e boa-fé dos consumidores, todos esses fatores dificultam a capacidade de avaliação por parte do cliente e aumenta os riscos que muitas vezes só serão descobertos depois do produto ser adquirido ou serviço ser contratado além disso, pode-se pontuar que, em um período onde a tecnologia avança rapidamente, os idosos principalmente, possuem certas dificuldades para acompanhar essa evolução o que acaba os deixando mais e mais vulneráveis (ROQUE, 2014, [s/p]).

Sendo assim, conclui-se que para que o consumidor possa realizar uma escolha clara, é necessário que ele tenha o conhecimento e o acesso fácil e adequado às informações sobre o que quer que tenha interesse, entretanto os idosos acabam encontrando diversas barreiras na

hora de tomar uma decisão, como: desinformação, dificuldades frente as ferramentas tecnológicas, além de estarem suscetíveis à má-fé do fornecedor, todos esses fatores contribuem para uma possível situação de superendividamento, já que dificultam ou mascaram o julgamento correto dos idosos perante um determinado contrato.

3.2. Facilidade na concessão de crédito

No Brasil, com o Plano Real em 1994 o crescimento de crédito intensificou-se com a estabilização da moeda, antes o costume era voltado para a poupança em que os consumidores eram reconhecidos como seguros, poupadores e autênticos. Durante o período do Governo de Fernando Collor Melo, a perda da poupança e mudanças em procedimentos das instituições financeiras facilitaram a concessão de créditos e, ainda, com o ordenamento jurídico interno possibilitando a consignação na remuneração dos trabalhadores ou em benefícios previdenciários, gerou o maior consumo de serviço de crédito (ALVES, 2012, [s/p]).

A disponibilidade de crédito propicia a inclusão dos indivíduos no mercado de consumo, porém muitos mostram-se desprovido para enfrentar essa circunstância o que origina a problemática do superendividamento.

Durante a transição do Feudalismo para o Capitalismo as coisas passam a girar à volta de rendimentos e do desejo por aquisição de bens, proporcionando assim desenvolvimento econômico e o crescimento dos níveis de consumo.

A origem da lógica de consumo elencada no desejo de possuir resulta na maior parte das vezes com compulsividade que leva o indivíduo a assimilação de uma necessidade de consumo refém do poder de aquisição de bens. A facilidade e o incentivo na obtenção de crédito convertem-se em problema social em vez de beneficiar o consumidor com melhores condições financeiras.

O Ministério da Previdência Social disponibilizou, em julho de 2017, o volume de contratação de empréstimo consignado por aposentados e pensionistas chegou a R\$ 110 bilhões. Os idosos além de serem consumidores do crédito consignado têm aderido o uso de cartões de crédito. De acordo, com a pesquisa realizada pela Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (ABECS) o índice de pessoas com mais de 60 anos que utilizam cartão de crédito e débito passou de 52% (cinquenta e dois por cento) para 68% (sessenta e oito

por cento) entre os anos de 2009 e 2012, evidenciando a receptividade dos consumidores mais velhos quanto à utilização do crédito na versão cartão de crédito e de débito.

Nesse diapasão, crédito consignado é definido como:

(...) 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 (BARRETO, 2011, p. 47).

Observa-se que a facilidade na concessão de crédito é um dos principais motivos que favorece ao superendividamento, principalmente ao público de idosos já que recebem mais propostas do que os demais. Foi instituído pela Lei nº 10. 820/03 a modalidade de crédito consignado aos aposentados e pensionistas do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), possibilitando a contratação de empréstimos como descontos na folha de pagamento não poderão ultrapassar 30% (trinta por cento) da renda líquida. Assim, as empresas percebem um mercado lucrativo com os consumidores idosos já que os riscos de prejuízo são quase nulos (SALGADO, 2015, [s/p]).

Ainda que o crédito consignado tenha sido criado com o objetivo de atender os trabalhadores em geral, os focos prioritários das instituições financeiras de crédito passaram a ser os aposentados e pensionistas do INSS. Essas instituições acabam utilizando distintas estratégias para atingir o público alvo, concedendo facilidade para a concessão do crédito por meio do marketing e publicidades.

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 (BERTOCELLO; LIMA, 2010, p. 54-55).

Mesmo diante as regras para a contratação do empréstimo consignado muitos idosos acabam se endividando, pois quando estão concluindo o pagamento de uma dívida, recebem

ofertas irrecusáveis e efetuam novo contrato, gerando um ciclo interminável de dívidas. O que seria caracterizado como facilidade e praticidade para servir e beneficiar o consumidor com melhores condições financeiras melhorando o seu patamar de vida tornou-se uma problemática social.

(...) 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 (LOPES; GOMES; SANTOS; JUNQUEIRA; FERREIRA FILHO, 2014, p. 6)

Contudo, a facilidade e o incentivo para a concessão de crédito em conjunto com a hipervulnerabilidade do consumidor idoso e a falta de informações pelas empresas financeiras são fatores relevantes para guiar o consumidor ao superendividamento.

Considerações finais

A disponibilidade de crédito propicia a inclusão dos indivíduos no mercado de consumo, porém muitos mostram-se desprovido para enfrentar essa circunstância o que origina a problemática do superendividamento, que é a impossibilidade integral do consumidor de adimplir dívidas atuais e futuras provinda do consumismo, caracterizando a morte civil deste, pois sua competência econômica torna-se inferior ao montante dos débitos.

Mesmo não sendo um fenômeno relacionado a uma categoria específica em que ocorrer independente da profissão, idade, sexo, classe social entre outros, focamos apenas no superendividamento do consumidor idoso.

Assim, o presente trabalho procurou esclarecer quais os principais fatores que cooperam para o superendividamento do consumidor idoso.

Para atingir esse objetivo, no primeiro capítulo, foi realizada uma definição dos conceitos mais relevantes para a compreensão da temática, inicialmente pela a conceituação de consumidor prevista pelo artigo 2º do CDC, é considerado consumidor quando a aquisição do produto ou do serviço for para a justificativa de uma necessidade pessoal ou familiar do comprador, desta

forma, incide relação de consumo caso as aquisições não estejam efetivadas na disposição de uma atividade empresarial exercida pelo adquirente, sendo o destinatário final econômico e fático do serviço ou produto.

Foi demonstrado que o superendividamento é a impossibilidade integral do consumidor quitar suas dívidas, com a renda e o patrimônio que possui. Para identificar o superendividamento é necessário estar presente alguns elementos como o consumidor deve ser pessoa física, que as dívidas tenham sido adquiridas de boa-fé pelo consumidor e que sejam provenientes de uma relação de consumo.

E que a vulnerabilidade é princípio essencial do direito do consumidor, é algo natural e objetivo em que todo consumidor é vulnerável. A definição de hipossuficiência é mais ampla, cada caso deve ser avaliado pelo aplicador dentro de sua necessidade no momento em que reconhece sua desproporção técnica ou informacional. Assim, o consumidor idoso é considerado hipossuficiente em razão da redução ou perda de algumas aptidões físicas ou intelectuais tornando mais suscetível à atuação negociais.

É inegável que o superendividamento é um fenômeno da realidade do mundo contemporâneo, sendo necessário receber uma proteção especial, ocasiona não apenas aos consumidores uma situação financeira, pessoal e familiar irreversível que deprecia a sua dignidade quanto ser humano, é importante ressaltar que também prejudica o desenvolvimento da economia.

No segundo capítulo, foi versado acerca dos princípios que regulam a defesa do superendividamento do consumidor como princípio da boa-fé, princípio da onerosidade excessiva, princípio da função social dos contratos, visto que os princípios são fontes do direito e auxiliam na defesa do consumidor.

No terceiro capítulo, ao analisar os fatores que cooperam para o superendividamento do consumidor idoso, vimos que do mesmo modo poderá acontecer com o superendividamento em geral e há distintos motivos de superendividamento dos consumidores idosos. Ressaltamos os principais com a ausência de clareza nas contratações e da facilidade na concessão de crédito ao consumidor idoso. Esses fatores incluindo a hipossuficiência do consumidor idoso colaboram para seu superendividamento.

A falta de clareza nas contratações afeta demasiadamente os consumidores idosos, que na maioria vezes contratam sem conhecimento sobre os ônus e riscos do contrato. Em razão disso, no futuro poderá depara-se com obrigações onerosas, das quais não tinha conhecimento e fica inábil de adimplir as suas dívidas.

A facilidade na concessão de crédito também é outro motivo que justifica o superendividamento do idoso, os fornecedores fazem por meio de publicidades apelativas e outros meios, se valendo especialmente da condição da hipossuficiência do consumidor idoso. Nessa seara é possível destacar a facilidade na modalidade do crédito consignado, sendo que os idosos recebem mais proposta que os demais públicos.

Vale ressaltar que a Lei nº 10.820/03 instituiu a modalidade de crédito consignado aos aposentados e pensionistas do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS), possibilitando a contratação de empréstimos como descontos na folha de pagamento não poderão ultrapassar 30% (trinta por cento) da renda líquida. Assim, as empresas percebem um mercado lucrativo com os consumidores idosos já que os riscos de prejuízo são quase nulos.

Contudo, observamos as exigências pertinentes da idade geram mais fatores que impactam na renda do consumidor, renda essa que durante a velhice muitas vezes é limitada somente a aposentadoria, e que sofre com a adição de remédios e tratamentos, por isso o idoso muitas vezes precisa ponderar quais necessidades são mais importantes, pois sua renda total pode não ser suficiente para suprir todas essas necessidades, cada despesa a mais pode acarretar um endividamento, que pode facilmente evoluir para uma situação de superendividamento. Por isso, é preciso voltar o olhar para o consumidor, principalmente os grupos mais vulneráveis, como é o caso dos idosos.

Referências

ALVES, Adler A. Cruz. *Aspectos jurídicos do empréstimo consignado em benefícios do INSS*. Conteúdo Jurídico, Brasília, DF, 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2noBERW>>. Acesso em: 15 abr. 2018.

BARBIERI, Diovana. *A proteção do consumidor no comércio eletrônico: estudo comparado à luz dos ordenamentos jurídicos português e brasileiro*. Curitiba: Juruá, 2013.

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.

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

BITTAR, Carlos Alberto. *Direitos do consumidor: código de defesa do consumidor*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

BRASIL. Lei 10.820 de 17 de dezembro de 2003. *Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências*. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2003/L10.820.htm>. Acesso em: 27 fev. 2018.

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>. Acesso em: 27 fev. 2018.

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

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

EFING, Antônio Carlos. *O Código de Defesa do Consumidor e os problemas causados pelo bug do ano 2000*. In: FIGUEIRA JÚNIOR, Joel Dias (Org.); STOCO, Rui (Org.). *Responsabilidade Civil do fabricante e intermediários por defeitos de equipamentos e programas de informática: direito e processo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

GRAEFF, Bibiana. *Direitos do consumidor idoso no Brasil*. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo, 2013, v. 22, no 86.

JÚNIOR THEODORO, Humberto. *Direitos do Consumidor*. 9ª ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

KHOURI, Paulo Roberto Roque. Antonio. *Direito do Consumidor: Contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

LEAL, Luciana de Oliveira. *A onerosidade excessiva no ordenamento jurídico brasileiro*. Revista da EMERJ, v. 6, n. 21, 2003.

LOPES, Paloma de Lavor; GOMES, Carla Cristina da Silva; SANTOS, Etienne Rodrigues dos; JUNQUEIRA, Fernanda Campos; FERREIRA FILHO; Edson Pinto. *Levantamento do Perfil dos Idosos Aposentados e Pensionistas Usuários de Empréstimo Consignado do Município de Barra do Pirai/RJ*. XI Simpósio de excelência em gestão e tecnologia, 2014. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/22920308.pdf>>. Acesso em: 15 de nov. 2018.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman V. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 4ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

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*. 6ª ed. São Paulo: RT, 2011.

MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O novo Direito Privado e a proteção dos vulneráveis*. 2ª. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

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

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

NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. *Código Civil anotado e legislação extravagante*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NORMATIVO SARB 010/2013. *Normativo de crédito responsável*. Disponível em: <https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/05/Normativo-SARB-010_2013.pdf>. Acesso em: 10 de ago. 2018.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. *Defesa da Concorrência e bem-estar do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

REALE, Miguel. *Função Social do Contrato*. 2003. Disponível em: <<http://www.miguelreale.com.br/artigos/funsoccont.htm>>. Acesso em: 15 de nov. 2018.

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 de ago. 2018.

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.

SALGADO, Igor de Alencar. *Aspectos do superendividamento do consumidor idoso*. 2015. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/36742/aspectos-do-superendividamento-do-consumidor-idoso>>. Acesso em: 05 abr. 2018.

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: 10 ago. 2018.

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

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

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*. 2014. Disponível em: <http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=14449>. Acesso em: 15 de nov. 2018.

Artigo submetido à *Virtù: Direito e Humanismo*, recebido em 21 de março de 2019. Aprovado em 8 de maio de 2019. A construção argumentativa, a adequada utilização do referencial bibliográfico, as opiniões e as conclusões são de responsabilidade da autora.

Edição publicada em 3 de junho de 2019.