

## **XIV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA FACULDADE DE DIREITO DA FUNDAÇÃO ESCOLA SUPERIOR DO MINISTÉRIO PÚBLICO – FMP (2024)**

### **A HIPERVULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES IDOSOS FRENTE AOS CONTRATOS DE CONCESSÃO DE CRÉDITO PESSOAL NA SOCIEDADE DO HIPERCONSUMO**

Autores: Maria Eduarda Schirmer Miotto  
Orientador: Dra. Cristina Strin-gari Pasqual  
Instituição: FMP

Linha 02: Tutelas à efetivação de direitos transindividuais

Com o advento da “sociedade do hiperconsumo”, assim denominada como o fenômeno social em que o ato de consumir transcende a satisfação de necessidades básicas e se transforma em um mecanismo de construção de identidade e realização pessoal, verifica-se que o consumo excessivo de bens e serviços gera o agravamento da vulnerabilidade de certos grupos de consumidores, como é o caso dos idosos. Neste contexto, a contratação do crédito pessoal permite o acesso imediato aos produtos desejados, mas também coloca os idosos como alvos recorrentes de práticas abusivas para a concessão desses créditos por parte das instituições financeiras. À vista disso, a presente pesquisa tem por finalidade analisar a hipervulnerabilidade do consumidor idoso frente aos contratos de concessão de crédito pessoal, demonstrando a necessidade de proteção jurídica efetiva a este grupo de consumidores. Sobre o tema, destaca-se que a Constituição Federal de 1988 prevê a proteção do consumidor como um direito fundamental (art. 5º, XXXII) e como um princípio limitador da iniciativa privada (art. 170, V), tendo em vista que as relações de consumo são desequilibradas por fatores de vulnerabilidade dos consumidores em face dos fornecedores. Nesta perspectiva, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece o princípio da vulnerabilidade como base de seu microsistema, a fim de promover o equilíbrio contratual entre as partes. Não obstante a relevância de tais marcos legislativos, à medida em que a sociedade e as relações de consumo evoluem, torna-se necessário reconhecer certos grupos sociais como hipervulneráveis, com o objetivo garantir o equilíbrio contratual previsto no CDC. Posto isto, a hipervulnerabilidade representa uma condição de agravamento da vulnerabilidade atribuída ao consumidor, a qual depende da análise de fatores que podem intensificar a condição de vulnerabilidade, tais como aspectos biológicos, sociais, culturais e econômicos. Para tal análise, a metodologia utilizada foi a hipotético dedutiva, por meio do estudo bibliográfico, legislativo e jurisprudencial, com a utilização do método exploratório. Como resultado, constata-se que determinados idosos se qualificam como consumidores hipervulneráveis nas relações de consumo que visam a concessão de crédito pessoal quando, além de verificada a perda ou diminuição de determinadas aptidões físicas ou intelectuais decorrentes da condição biológica natural de envelhecimento, esteja presente o baixo grau de instrução desses indivíduos. Além disso, a necessidade de determinados produtos ou serviços inseridos no mercado de consumo também situa estes idosos em uma relação de dependência com os fornecedores. Ressalta-se que o Estatuto da Pessoa Idosa conceituou o termo “idoso” apenas como pessoa com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos. Em razão disso, para fins de qualificação da hipervulnerabilidade, é de extrema relevância não se ater somente ao critério cronológico criado pelo legislador, visto que também é necessário considerar as condições biológicas e econômicas do consumidor. Portanto, conclui-se que a lógica do hiperconsumo

influencia a dinâmica dos contratos de crédito pessoal direcionados aos idosos, visto que estes são persuadidos pelas instituições financeiras a integrar a sociedade do hiperconsumo por meio da contratação de créditos pessoais que podem conter cláusulas abusivas que exploram da sua hipervulnerabilidade.

**Palavras-chave:** direito do consumidor; hipervulnerabilidade; idoso; crédito, sociedade do hiperconsumo

