

A HIPERVULNERABILIDADE DO IDOSO E A PROTEÇÃO LEGAL DIANTE DO CONSUMO ABUSIVO

LILIANE ROCHA¹; FERNANDO DE AZEVEDO²

¹*Universidade Federal de Pelotas – rocha.liliane@ufpel.edu.br*

²*Universidade Federal de Pelotas – fernando.azevedo@ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o Brasil tem vivenciado um acelerado processo de envelhecimento populacional. Esse fenômeno demográfico impõe novas reflexões sobre os direitos e condições de vida das pessoas idosas, e tem impactado diretamente o mercado de consumo, que passou a direcionar produtos e serviços a esse público (IBGE, 2024). No entanto, essa situação também evidencia um cenário preocupante: o aumento de práticas abusivas voltadas aos idosos, que exploram suas vulnerabilidades físicas, cognitivas, sociais e econômicas.

A pessoa idosa frequentemente enfrenta dificuldades para compreender as condições contratuais, identificar a real necessidade de produtos e serviços e resistir a estratégias de vendas agressivas, como o telemarketing excessivo (ROSA; CASTRO, 2023). A oferta de crédito consignado sem a devida informação se enquadra nessas práticas, que podem ser consideradas uma exploração econômica de um grupo social altamente vulnerável (DOLL; CAVALLAZZI, 2016). Essas situações reforçam a condição do idoso como um sujeito hipervulnerável, conceito que vai além da vulnerabilidade presumida pelo Código de Defesa do Consumidor (MIRAGEM, 2024), abrangendo também a aplicação preventiva das normas de proteção (NUNES, 2025) e identificação de diferentes espécies de vulnerabilidade, como a técnica, jurídica e a socioeconômica (GIANCOLLI, 2024).

A hipervulnerabilidade representa uma condição de agravamento da vulnerabilidade, na qual determinadas categorias de consumidores, por estarem em uma situação de maior potencial de risco de lesão, devem receber tutela jurídica diferenciada (PASQUALOTTO; SOARES, 2017).

Dante desse quadro, este resumo tem como objetivo discutir a hipervulnerabilidade do idoso no contexto das práticas abusivas de consumo, analisando como essas práticas violam direitos e afetam a dignidade desse público. A reflexão apresentada aqui é fundamental para que se possa avançar na construção de um mercado mais justo e ético, que respeite as particularidades de um grupo de consumidores que merece atenção e proteção especial.

2. METODOLOGIA

A pesquisa desenvolvida é de natureza qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica e análise crítica da legislação brasileira aplicável ao tema. O método adotado foi a leitura e interpretação de obras clássicas e atuais do Direito do Consumidor, a exemplo de Miragem (2024), que aborda o princípio da vulnerabilidade como fundamento do sistema protetivo, de Nunes (2025) que discute a aplicação preventiva das normas consumeristas, e de Giancolli (2024), que diferencia espécies de vulnerabilidade presentes no mercado.

Além disso, utilizou-se a contribuição de Pasqualotto e Soares (2017) para a conceituação de hipervulnerabilidade, ressaltando fatores de risco que tornam determinados consumidores ainda mais expostos a práticas abusivas.

No campo normativo, utilizou-se a Constituição Federal de 1988, especialmente os artigos 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, que tratam da defesa do Consumidor, bem como a utilização do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), do Estatuto da Pessoa Idosa (Lei nº 10.741/2003) e de alguns dispositivos referentes à Lei nº 10.820/2003, relativa ao crédito.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados da análise demonstram que a pessoa idosa, ao ingressar no mercado de consumo, encontra-se em uma posição de vulnerabilidade agravada, o que caracteriza sua hipervulnerabilidade. Tal condição não decorre apenas do desequilíbrio estrutural presente em todas as relações de consumo, mas também de fatores específicos relacionados à idade, à saúde, à compreensão de informações complexas e do impacto de novas tecnologias digitais.

Entre algumas das práticas mais recorrentes, destacam-se: o crédito consignado, que é apresentado como alternativa ao crédito, mas que em muitos casos transforma-se em armadilha econômica. Como ressaltam Doll e Cavallazzi (2016), essa modalidade representa uma exploração econômica de grupo social reconhecidamente vulnerável. A crítica também é reforçada por Miragem (2024), que aponta a necessidade de lealdade e informação transparente nos contratos dirigidos a idosos; o telemarketing abusivo, que, conforme Rosa e Castro (2023), utiliza estratégias de comunicação que configuram um verdadeiro assédio de consumo, criando desejos artificiais para pressionar o idoso a contratar sem reflexão e os contratos complexos e publicidade enganosa, cujas práticas pré-contratuais são abrangidas pelo CDC, que pode ser aplicado mesmo antes da formalização do negócio, atuando de forma preventiva contra o erro de risco ou dano (NUNES, 2025), enquanto para Giancoli (2024) a falta de conhecimento técnico e jurídico impedem a plena compreensão dos contratos.

A discussão demonstra que, embora a legislação brasileira reconheça a vulnerabilidade como característica essencial do consumidor, a situação do idoso exige atenção redobrada. Para Pasqualotto e Soares (2017), a hipervulnerabilidade decorre de fatores que agravam a suscetibilidade ao dano, como condições biológicas e socioeconômicas, tornando indispensável uma tutela diferenciada.

Portanto, a efetividade da proteção jurídica depende não apenas da aplicação literal das normas, mas de uma interpretação sensível à realidade social dos idosos. A atuação conjunta de órgãos de defesa do consumidor, Ministério público e sociedade civil é indispensável para reduzir práticas abusivas e promover equilíbrio nas relações de consumo.

4. CONCLUSÕES

A análise realizada confirma que o idoso, como consumidor, está sujeito a uma condição de hipervulnerabilidade, que potencializa os riscos de lesão em suas relações de consumo. As práticas abusivas de crédito consignado, telemarketing excessivo e contratos desproporcionais exemplificam como o mercado, em muitas situações, explora a fragilidade desse grupo social.

Mais do que reconhecer a vulnerabilidade agravada, é necessário garantir a efetiva aplicação do CDC e do Estatuto da Pessoa Idosa, fortalecendo a prevenção de abusos e responsabilização de fornecedores. A inovação deste estudo deve ser compreendida como uma exigência ética e jurídica, vinculada ao princípio da dignidade da pessoa humana e ao dever constitucional de defesa do consumidor. Assim, conclui-se que a construção de um mercado de consumo mais justo, passa necessariamente, pelo fortalecimento da tutela diferenciada ao idoso, reconhecendo sua hipervulnerabilidade e combatendo práticas abusivas que comprometam sua autonomia e bem-estar.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Último acesso em 01/08/2025.

BRASIL. **Estatuto do Idoso: Lei nº 10.741 de 01 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto da Pessoa Idosa e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.741.htm. Último acesso em 01/08/2025.

BRASIL. **Lei nº 8.078/1990, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/8078compilado.htm. Último acesso em 01/08/2025.

BRASIL. **Lei nº 10.820 de 17 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a autorização para desconto de prestações em folha de pagamento, e dá outras providências. Diário Oficial da União: Seção 01, Brasília, DF, 18 dez. 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.820.htm. Último acesso em: 01/08/2025.

DOLL, Johannes; CAVALLAZZI, Rosangela Lunardelli. Crédito Consignado e o Superendividamento dos Idosos. **Revista Direito do Consumidor**, v. 107, p.309 - 341, set out/2016.

GIANCOLLI, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor** - 6ª Edição 2024. 6. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2024. E-book. p.42. ISBN 9788553623303. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553623303/> Acesso em: 02 ago. 2025.

IBGE. Agência de Notícias. **Em 2023, expectativas de vida chega aos 76,4 anos e supera patamar pré-pandemia**. Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41984-em-2023-expectativa-de-vida-chega-aos-76-4-anos-e-supera-patamar-pre-pandemia>. Último acesso em: 01/08/2025

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor** - 9ª Edição 2024. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. E-book. p.93. ISBN 9786559648856. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559648856/>. Acesso em: 01 ago. 2025.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 16ª edição. São Paulo: SaraivaJur, 2025. Disponível em: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553625987/epubcfi/6/2\[%3Bvnd. vst.idref%3Dhtml1\]!/4/2/2%4051:2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553625987/epubcfi/6/2[%3Bvnd. vst.idref%3Dhtml1]!/4/2/2%4051:2) . Último acesso em: 02/08/2025.

PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor Hipervulnerável: Análise Crítica, Substrato Axiológico, Contornos e Abrangência. **Revista Direito do Consumidor**, v. 113, p. 81 - 119, set - out. 2017. Disponível em: https://e-aula.ufpel.edu.br/pluginfile.php/2262636/mod_resource/content/2/ARTIGO%20RDC%20-%20CONSUMIDORES%20HIPERVULNER%C3%81VEIS%20%20Prof.%20Dr.%20Adalberto%20Pasqualotto%29.pdf. Último acesso em: 02/08/2025

ROSA, Luiz Carlos Goiabeiro; CASTRO, Renata. Assédio de consumo e dano existencial: a violação dos direitos da pessoa idosa por meio do telemarketing abusivo. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 147, p. 225 - 243, maio - junho/2023.