

## **A PROTEÇÃO DO IDOSO NO MERCADO DE CONSUMO**

Priscila Sobhie<sup>1</sup>; Luis Gustavo Zanini Borelli<sup>2</sup>

Estudante do Curso de Direito; e-mail: prisobhie@hotmail.com<sup>1</sup>

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: lzanini@umc.br<sup>2</sup>

Área do Conhecimento: Direito das Relações de Consumo, Direito Civil, Direito Constitucional, Direitos Humanos.

Palavras-chave: Consumidor; idoso; Estatuto do Idoso; Relações de consumo; hipervulnerabilidade.

### **INTRODUÇÃO**

Encontra-se previsto no rol de proteção dos direitos fundamentais do artigo 5º da Constituição Federal Brasileira, consagrado, pois, com a rigidez de cláusula pétrea, a defesa do consumidor. Como decorrência de sua importância no mercado, faz-se necessária que a relação de consumo seja regada pelo direito, especialmente pela perspectiva da proteção do consumidor, que é considerado subjetivamente vulnerável na relação de consumo. O princípio da vulnerabilidade é a base que justifica a existência e aplicação do Direito do Consumidor. Para além dessa vulnerabilidade, há situações reveladoras de uma fragilidade acentuada, que necessita de um tratamento diverso, ainda mais protetivo. Nesse sentido, quanto ao consumidor pessoa idosa, há a necessidade de um preciso ajustamento como imposição protecionista, uma vez que a vulnerabilidade tende a dilatar com a senilidade. A partir desta assertiva, passa-se a esquadrihar uma proteção especial e mais adequada, que possa atenuar os efeitos da hipervulnerabilidade que naturalmente se avoluma na faixa dos consumidores de avançada idade. A hipervulnerabilidade do consumidor idoso carece de um acentuado debate entre as fontes do Código de Direito do Consumidor e da Lei nº 10.741/2003 (Estatuto do idoso). Nesta esteira, objetiva-se pelo presente estudo investigar e discutir a categoria jurídica do consumidor idoso, por meio da verificação quanto à existência de elementos que confirmam a necessidade de efetiva proteção dos particulares interesses diante das diferenças que naturalmente surgem para essa categoria de pessoas consumidoras.

### **OBJETIVOS**

Esta pesquisa tem como objetivo analisar a hipervulnerabilidade do consumidor idoso frente às relações de consumo, bem como propor políticas públicas de atenção para essa crescente população e verificar a associação entre o Estatuto do Idoso e o Código de Defesa do Consumidor, na tutela deste grupo vulnerável da sociedade.

### **METODOLOGIA**

Trata-se de pesquisa qualitativa de natureza pura, com finalidade descritiva que teve como base as técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, utilizando-se da análise de Leis, jurisprudências e doutrinas sobre a proteção do idoso no mercado de consumo.

### **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O direito de acesso ao consumo deve ser percebido como um direito fundamental, especialmente pelo fato de que, atualmente, consumir não é uma opção e sim uma necessidade, representando uma subsistência biológica e inclusão social do indivíduo.

Tratando-se dos idosos, especificamente, embora sejam destinatários de um diploma legal específico, a vulnerabilidade, inerente aos consumidores em geral, é potencializada pela vulnerabilidade fática e técnica, pois são leigos frente a especialistas em cadeias de fornecimentos e comercializações de serviços e produtos, revelando-se desamparados quanto ao gozo de seus direitos consumeristas, livre de abusos e assédios. O envelhecimento é um evento fisiológico e importante na vida das pessoas e determina profundas transformações biológicas, psíquicas, inter-relacionais e socioculturais que podem interferir em sua saúde física e mental, o que desencadeia uma necessidade de ajustamentos a essas mudanças. Sob tal ótica, o Estatuto do Idoso enfatizou os princípios constitucionais que garantem aos cidadãos com idade igual ou superior a sessenta anos os direitos que preservem a dignidade, sem distinção de origem, raça, sexo e idade. O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, reconhece a vulnerabilidade de todos os consumidores, ressaltando grupos que demonstram uma fragilidade ainda maior nas relações de consumo, isto é, pessoas ainda mais vulneráveis à atuação do fornecedor. São os chamados consumidores hipervulneráveis, ou seja, aqueles que, em razão de sua especial condição, ficam ainda mais expostos às práticas comerciais, à periculosidade e nocividade de certos produtos, a abusos, e todas atividades desempenhadas pelos fornecedores no mercado de consumo. Percebeu-se, durante a pesquisa, que os idosos se apresentam como vítimas frente a condutas fraudulentas e de prevaricação, em razão das debilidades advindas com o avanço da idade, como alterações cognitivas e intelectuais, somadas ainda ao intenso desenvolvimento tecnológico. Sob esse aspecto, a fraqueza expressa pela pessoa idosa pode ser utilizada contra ela.

Neste sentido, Ana Camarano aduz:

Assume-se que a idade traz vulnerabilidades, perda de papéis sociais com a retirada de atividade econômica, aparecimento de novos papéis (ser avós), agravamento de doenças crônicas e degenerativas, perdas de parentes e amigos entres outras. [...]. Pode-se dizer que as principais características do grupo são o crescimento, proporcional à idade, das suas vulnerabilidades físicas e mentais e a proximidade da morte. (CAMARANO e PASIANTO, 2004. p. 2-3.)

Cada vez mais, o consumidor é alvo de uma pressão psicológica que lhe é exercida através do convencimento e da manipulação por meio de publicidades maciças que estimulam o consumo, através dos meios de comunicação. Aliado a esta estratégia de convencimento está a fragilidade de boa parte dos consumidores que acabam sendo ludibriados pelas armadilhas dos fornecedores. A relação de consumo deve compreender medidas assecuratórias de proteção à vida, segurança, respeito à dignidade, entre outros aspectos fundamentais. Nesta esteira, esclarece Gonçalves (2011, p.464) que o intuito das Leis é proteger certas pessoas que, pela posição em que se encontram, podem resultar em vítimas de aventureiros interessados em seu patrimônio. Assim, a utilização de técnicas mercadológicas que se aproveitam da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social para impingir-lhe seus produtos ou serviços (artigo 39, IV, CDC) é considerada prática abusiva. A justificativa de ações que promovam proteção e direitos aos idosos encontra respaldo na inserção desse indivíduo no meio social, garantindo-lhe a promoção de sua dignidade, com preservação de um mínimo social, permitindo maior igualdade de tratamento.

## **CONCLUSÕES**

O tema escolhido foi de extrema relevância e abrangência pois refere-se sobre um fenômeno fisiológico e natural ao ciclo da vida, qual seja, o envelhecimento. Ademais, o aumento da expectativa de vida da população brasileira revela a importância da proteção

e preservação dos direitos dos idosos, objetivando as suas necessidades, respeito à dignidade, saúde, segurança, proteção de seus interesses econômicos, entre outros. Verificou-se que entre a Lei e a realidade na aplicação efetiva dos direitos dos idosos existe uma lacuna enorme a ser preenchida. Não basta que existam diplomas legais aperfeiçoados, é preciso, acima de tudo, que o governo e a população valorizem e respeitem o cumprimento das Leis, dando-lhe a efetividade necessária. A proposta de tal estudo, portanto, baseia-se em um programa com uma equipe multiprofissional, que contemple ações de prevenção, promoção e reabilitação à saúde e em consequência a sua qualidade de vida. Além disso, é válida a criação de sites, distribuição de cartilhas e palestrar, abordando todas as informações capazes de ajudar não apenas os idosos, mas aqueles que para eles prestam serviços e atividades. Competem às entidades políticas a criação de locais de atendimento aos idosos, centro de convivência e universidades/cursos (informática, noções de direito, gastronomia) direcionados especificamente para a terceira idade. Em relação aos consumidores em geral, existe um Órgão próprio para a proteção dos mesmos, qual seja, o PROCON. De tal modo, é oportuna também a criação de um Órgão especializado na defesa do Consumidor Idoso, o qual terá poder para impor medidas específicas aos casos em concreto, decretando multa e outros tipos de sanções aos infratores, impondo-lhes que, da mesma maneira que produzem produtos com qualidades e tamanhos, cores e formas diferentes, também atentem para as peculiaridades de saúde, segurança e direitos dos consumidores. A Constituição Federal e o Estatuto do Idoso trazem a prioridade da pessoa idosa na elaboração das políticas públicas, porém não preveem a mesma prioridade da fonte financeira para o custeio, o que, muitas vezes, inviabiliza a sua execução. Assim, faz-se necessário uma concentração de esforços nas diferentes áreas profissionais e familiares, objetivando proporcionar um envelhecer de forma saudável, assistência legal e à saúde, reabilitação da capacidade funcional, apoios com estudos e pesquisas, assim como garantido em Lei. Ressalta-se, por fim, que ser idoso não é uma faculdade, é uma certeza que assolará a todos.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. 21 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. 11 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

BRASIL. **Estatuto do idoso**: Lei n. 10.741, de 1º de outubro de 2003, e legislação correlata. 4.ed. Brasília: Câmara dos Deputados, 2009.

CAMARANO, Ana Amélia e PASIANTO, Maria Teresa. **Introdução in: Os Novos Idosos Brasileiros: Muito Além dos 60?**. Rio de Janeiro: IPEA, 2004, p. 2-3.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro**. 8ª ed. São Paulo: Saraiva, 2011.  
PROCON. **Direitos do consumidor idoso e outras informações úteis**. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/pdf/DireitosdoConsumidorIdoso52015.pdf>>. Acesso em 10 de maio de 2017.

RABELO, D. F.; NERI, A. L. **Recursos psicológicos e ajustamento pessoal frente à incapacidade funcional na velhice**. Psicologia em Estudo. V. 10. Maringá, 2005.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Vulneráveis**. São Paulo: Atlas, 2014.

SCHIMITT, Cristiano Heineck. **A hipervulnerabilidade do consumidor idoso.** Revista de Direito do Consumidor. V. 18. N. 70. São Paulo, 2009, p. 139-71.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo.** 37 ed. São Paulo: Malheiros, 2013.