

CONSCIENTIZAÇÃO PARA PROGRAMAÇÃO DO ORÇAMENTO FAMILIAR NOS GRUPOS DE TERCEIRA IDADE EM CAÇADOR

*AWARENESS TO SCHEDULE A FAMILY'S BUDGET GROUP OF SENIORS IN
CAÇADOR*

Thiago Augusto Duarte¹
Paulo Cezar Campos²

Recebido em: 20 dez. 2013
Aceito em: 27 fev. 2014

Resumo: Este artigo trata de um trabalho de conscientização para orçamento familiar e reorganização das finanças especialmente desenvolvida para pessoas da terceira idade, com o objetivo de proporcionar aos idosos uma visão mais clara dos riscos que os mesmos correm ao realizarem o empréstimo consignado, demonstrando-lhes a real importância da programação do orçamento familiar e incentivando-os a controlar seus rendimentos. Ministraram-se palestras a 12 grupos de idosos na cidade de Caçador – SC. Essas palestras foram apresentadas em data show durante os encontros com esses idosos acontecidos, uma vez por semana em cada bairro.

Palavras-Chaves: Idosos. Organização. Finanças. Administração. Renda.

Abstract: This article deals with an awareness for family budget and reorganization of finances especially designed for seniors. In specific attempt to provide the elderly a clearer picture of the risks that they run to perform the payroll loan, showing them the real importance of the family budget programming and encouraging them control of their income. The lectures were 12 groups of elderly in the town of Caçador - SC. These lectures were delivered on time show during the meetings of the elderly that happen once a week in each neighborhood.

Keywords: Elderly. Organization. Finance. Administration. Revenue.

INTRODUÇÃO

Segundo o IBGE, em 34 anos a população brasileira praticamente dobrou em relação aos 90 milhões de habitantes da década de 1970 e, somente entre 2000 e 2004, aumentou em 10 milhões de pessoas. Em 2050, haverá 259,8 milhões de

¹ Acadêmico do curso de Administração, cursando 3ª fase, integrante da equipe de projetos da Empresa Junior da Uniarp.

² Professor orientador do projeto. Coordenador do curso de administração da Universidade Alto Vale do Rio do Peixe.

brasileiros e a expectativa de vida, ao nascer, será de 81,3 anos, a mesma dos japoneses hoje. Mas o envelhecimento da população está se acentuando: em 2000, o grupo de 0 a 14 anos representava 30% da população brasileira, enquanto os maiores de 65 anos eram apenas 5%; em 2050, os dois grupos se igualarão em 18%. Pela Revisão 2004 da Projeção de População do IBGE, em 2062, o número de brasileiros vai parar de aumentar (2008).

Ainda segundo o IBGE, esses estudos demográficos demonstram que as famílias estão tendo cada vez menos filhos: em 1960, a média era de seis filhos por mulher, caiu para 2,89 em 1991 e, em 2000, para 2,39. A projeção para 2004 é de 2,31 e, em 2023, a média deverá ser de 2,01 filhos por mulher – ou seja, a mera reposição das gerações. A população continuará crescendo embora com taxas cada vez menores: dos 3% ao ano entre 1950 e 1960, a taxa caiu para 1,44% ao ano em 2004, cairá para 0,24% em 2050 e, finalmente, para zero em 2062, quando a população brasileira começará a se reduzir.

Desde que esses dados começaram a ser analisados, aumentou-se a preocupação com a qualidade de vida do idoso. Em 2004, criou-se e começou a vigorar o estatuto do idoso que lhe assegura deslocamento interurbano e urbano gratuito, meia-entrada em eventos culturais e, mais recentemente, meia diárias em hotéis e pousadas.

No entanto, conta-se no país com uma medicina curativa e não preventiva, fazendo com que muitos aposentados gastem grande parte do que ganham em medicamentos, sobrando pouco para suas despesas e muito menos para lazer.

Na cidade de Caçador, a realidade não é diferente. Tem-se, então, um grande número de aposentados, desses, grande parte recebe um salário mínimo. Também, conta-se com um sistema único de saúde falho, como em todo Brasil, o que contribui para que esses idosos gastem grande parte da sua aposentadoria em medicamentos e em procedimentos médicos, tornando-se alvos fáceis às empresas de “factory” que prometem empréstimos fáceis.

O que essas empresas não divulgam são os juros ou se divulgam adaptam as parcelas para que essas fiquem pequenas e pareçam mais fáceis de pagar.

Devido a esses fatos, tem-se um problema para ser resolvido, pois se esses idosos tivessem esclarecimento suficiente sobre quanto gastam e quanto ganham e o quanto se paga pelos empréstimos, talvez eles pensassem mais antes de contrair um empréstimo.

Nesse contexto é que se insere e se justifica este trabalho desenvolvido com grupos de idosos da Cidade de Caçador – SC para levar esclarecimento sobre organização financeira à terceira idade, uma vez que os idosos, na grande maioria aposentados, são alvos fáceis para empresas de “factory” e muitos têm dificuldade em administrar sua vida financeira, pois gastam parte de sua aposentadoria em medicamentos.

O objetivo foi o de ministrar palestras de Conscientização aos grupos de idosos da cidade de Caçador, organização financeira e esclarecimento sobre juros de empréstimos e programação de orçamento familiar.

PRINCÍPIOS E FUNDAMENTOS

O Governo Federal entregou ao mercado financeiro uma fonte de lucros impressionante. Está-se falando da oferta de crédito consignado aos aposentados e pensionistas do Instituto Nacional de Seguridade Social - INSS. Nessa modalidade de crédito, o aposentado toma o empréstimo junto à Instituição Financeira, sendo que os pagamentos são repassados pelo próprio INSS, mediante desconto em folha de benefícios, o denominado empréstimo consignado. O público alvo é o idoso.

O portal do Jornal “International Press” na Internet asseverou que “o grande número de empréstimos consignados é composto pela população de baixa renda. Em razão disso, o tomador potencial não tem condições sequer de saber quanto paga de juros, muito menos procurar saber qual instituição cobra um juro mais baixo. Apenas, sabe que o comprometimento da prestação é de 30% da renda mensal”(Binichski, 2005).

O volume de negócios é impressionante. São 19 milhões de aposentados e pensionistas e mais de 6 milhões de operações já foram realizadas, sendo que mais de 50% dos negócios foram realizados por pessoas que recebem benefícios de até 01 salário mínimo mensal. Entre janeiro de 2005 e janeiro de 2006 o número de operações cresceu 664,12%.

Para sustentar o crescimento vertiginoso do mercado de empréstimo consignado, valem-se as empresas de fortes estratégias de “marketing”, exibidas, de forma especial, em programas populares de televisão. Para tanto, diversas personalidades aparecem, diariamente, oferecendo facilidades para obtenção de empréstimo, são artistas, esportistas, cantores, apresentadores de programas de

auditórios etc.

A publicidade das empresas é contundente ao afirmar que disponibilizam dinheiro rápido e fácil, sem burocracia, para você fazer o que quiser; que para sua vida ser mais completa basta que se utilize do crédito; que você sonha e os Bancos, mediante a concessão de empréstimos, realizam o seu sonho e outras do gênero.

A mensagem publicitária é acompanhada de imagens que deixam transparecer felicidade, contentamento, enfim, sentimentos que a situação financeira do País impede ao cidadão comum sentir com a intensidade demonstrada na publicidade. Todas as dificuldades do homem comum podem ser suplantadas mediante a obtenção de crédito.

A propaganda, eficiente na oferta de crédito, todavia, é ineficiente para alertar a população consumidora dos riscos do negócio, em especial do fenômeno do superendividamento. A omissão, por óbvio, não é acidental, mas uma estratégia deliberada com o fim de lesar os consumidores. Perceptível na publicidade utilizada à intenção de chamar atenção para os sonhos que podem ser realizados com a tomada do empréstimo, desviando a atenção do perigo decorrente da contratação de juros. Ou seja, na propaganda, a ideia, passada de maneira subliminar, é vender o crédito consignado fazendo o incauto consumidor acreditar que, assim agindo, estaria com sua família feliz, que estariam livres para fazer o que bem quisessem. A publicidade esconde, todavia, o fato de que a aquisição de bens mediante financiamento recheados de encargos e juros, na prática, conduz à situação de redução do rendimento mensal, prejudicando, a curto e médio prazo toda a família.

Geraldo de Farias Martins da Costa adverte sobre o efeito da publicidade ao asseverar que "iludido pela publicidade matreira, o consumidor é psicologicamente condicionado pela ideia 'por que não eu?' Ou pelos refrãos 'você pode comprar', 'compre tudo, imediatamente tudo". Enfim, no mundo influenciado pela publicidade moderna, pagar parcelado tornou-se um hábito, ou até uma boa forma de viver. Sim, o crédito permite ascender a um nível de vida superior. Permite adquirir sem esperar. A geladeira, o fogão, o rádio, a televisão, o computador, o automóvel, a casa própria. O sonho de consumo, induzido pela publicidade pode se tornar realidade (COSTA, 2002).

Todavia, o crédito não aumenta as rendas, ao contrário, diminui-as, tornando-se mais uma impressão, ou até mesmo uma ilusão de aumento do nível de vida, que uma realidade?. O crédito, apresentado como uma possibilidade para

todos os consumidores de ter acesso a produtos oferecidos pela sociedade da abundância, transforma-se em um mecanismo de exclusão social. “Em um flagelo que provoca a pobreza e a miséria”.

Segundo Cláudia Lima Marques, o princípio da identificação obrigatória da mensagem como publicitária "serve de um lado para proibir a chamada publicidade subliminar, que no sistema do CDC seria considerada pratica de ato ilícito, civil e mesmo penal." Por isso, o Código de Autorregulamentação publicitária, reconhecendo a forte influência de ordem cultural sobre grandes massas da população (art. 7.º) estimula que a propaganda deve ser "preparada com o devido senso de responsabilidade social" (art. 2.º), ausente à espécie (MARQUES, 2002).

É fato notório e objeto de constantes debates no seio social a fragilidade à qual estão expostos os consumidores que tomam os empréstimos consignados, afetando a saúde financeira dos aposentados e fomentando um problema social de enormes proporções com o beneplácito do atual governo. Diga-se de passagem, o Governo Federal quiçá, tardiamente, percebeu o mal causado aos aposentados, prometendo uma ampla campanha de orientação. Campanha ainda não iniciada, pois o que se vê, ao revés, é o atual governo declarar o fato de ter criado o chamado empréstimo consignado, sem, no entanto, ter criado regras claras de proteção aos consumidores.

As Instituições Financeiras, sem nenhum senso social, aproveitando da brecha inserida pela legislação, atraiu de forma beirando às raias da criminalidade, considerável parte dos aposentado-consumidores, incutindo-lhes o desejo de contrair financiamento em longo prazo, comprometendo parte substancial da renda. E ainda, fazendo-os crer que o empréstimo fosse uma bondade para os aposentados quando, em verdade, constitui uma verdadeira armadilha.

Para atrair os incautos, as Instituições Financeiras utilizam-se da prática mais nefasta, silenciando sobre os riscos do endividamento.

O assunto da enganosidade no silêncio dos riscos do endividamento (ou superendividamento) não passou despercebido pelas entidades de defesa dos aposentados. Veja que ainda, no ano passado (2013), o vice-presidente da Federação de Aposentados e Pensionistas de Pernambuco, José Gilberto, alertava que devido ao parcelamento dos pagamentos por um longo período, no futuro haverá dor-de-cabeça para toda a família.

Inobstante a clarividência da necessidade de alertar os

consumidores/aposentados, com rendas escassas, dos riscos na contratação de um empréstimo, a publicidade enviada pelas Instituições Financeiras deixa de afirmar algo relevante e que, por isso mesmo, induz ao erro, ao deixar de dizer o que deveria ter dito; fazendo, assim, que se possa aventar a nulidade da estipulação de juros nos contratos já firmados, com a consequente devolução das quantias indevidamente já cobradas.

Vale mencionar que o endividamento é um fato inerente à vida em sociedade, especialmente na sociedade de consumo. A economia de mercado é, por natureza, uma economia de endividamento. Consumo e crédito são duas faces de uma mesma moeda. Geraldo de Faria Martins da Costa leciona que, "na economia do endividamento, tudo se articula com o crédito. O crescimento econômico é condicionado por ele. O endividamento dos lares funciona como 'meio de financiar a atividade econômica'. Segundo a cultura do endividamento, viver a crédito é um bom hábito de vida. Maneira de ascensão ao nível de vida e conforto do mundo contemporâneo"(COSTA, 2002).

Mas não é possível que se admita, a pretexto de fomentar a economia, e se oportunize, sem as devidas advertências, que o consumidor caia na esparrela do superendividamento. Isso, no Brasil, é tão grave que pode ser comparado a questões de saúde pública, tais como o tabagismo e o alcoolismo.

O que se vê realmente são os aposentados esperando na fila do SUS para receberem atendimento médico. Esses então tentam obter seus medicamentos em farmácias públicas e, na maioria das vezes, seus medicamentos não são encontrados no SUS, ora por estarem em falta ora por não fazerem parte da lista de medicamentos essenciais.

ORÇAMENTO FAMILIAR

Entende-se por orçamento familiar a previsão dos gastos e das receitas que pode ser avaliado a médio e em longo prazo.

A elaboração do orçamento familiar é uma tarefa difícil, no entanto, necessária uma vez que visa prevenir surpresas futuras. O importante é estabelecer metas e objetivos dos quais toda a família participe dos planos financeiros. Assim ficarão unidos em torno dos mesmos objetivos.

Essa previsão de renda e de despesa destina-se a permitir que a pessoa

visualize de forma organizada como estão suas contas hoje e como ficarão num determinado período de tempo à frente.

Um bom planejamento financeiro pessoal começa pela criação de um orçamento pessoal confiável, o que significa previsões com um satisfatório grau de precisão.

De um modo geral, as previsões menos problemáticas são as de despesas. Já as previsões de renda, a obtenção de um orçamento confiável exige apenas a observação de alguns princípios básicos.

Uma pessoa pode ter um orçamento bem elaborado, sem maiores dificuldades com projeções de renda e despesas e, ainda assim, enfrentar sérios problemas na administração de suas rendas pessoais, isto acontece quando existe um descasamento temporário entre renda e despesa.

MATERIAIS E MÉTODOS

Realizaram-se encontros para discussão dos assuntos sobre a programação do orçamento familiar com idosos, em grupos de idosos da cidade de Caçador – SC durante um semestre. Nesses encontros, ministraram-se palestras focando a conscientização dessas pessoas para que analisassem a real necessidade de contrair um empréstimo. E caso necessário, também incluí-lo na programação do seu orçamento familiar. Uma vez que, trinta dias após a aquisição do empréstimo, ocorrerá o desconto das parcelas automaticamente da sua pensão ou aposentadoria, ou seja, ao sacá-lo no banco haverá uma quantia a menos no que se refere a essa prestação, podendo acarretar em uma nova frustração se não houver uma programação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o cronograma pré-estabelecido no primeiro mês, fez-se a revisão bibliográfica e planejaram-se as palestras, havendo quatro reuniões com a coordenadora dos grupos de Terceira Idade (Marines Colaço). Nessas reuniões, discutiram-se, elaboraram-se e formataram-se dois tipos de palestra em “Power Point”. Dentre as duas palestras, optou-se em apresentar a que ficou numa linguagem mais adequada para esses grupos.

Também, de início, os idosos receberam, de forma não muito amigável, a

informação de que teriam essas palestras. Mas, foi só apresentá-lhes o ao Projeto para aprovarem a ideia e participarem com afinco das discussões geradas com mesmo. Durante tais discussões, surgiram casos contados pelos idosos que aconteceu com amigos ou parentes, como por exemplo: a senhora que recebeu um telefonema de um banco X lhe informando que a mesma havia sido sorteada e que era só passar na agência sacar um valor aproximado de R\$ 2500,00. Com isso, essa pobre senhora adquiriu uma dívida, segundo o relato da participante da palestra, no valor aproximado de R\$ 8000,00. Outra artimanha que vem sendo utilizada pelas Financiadoras são as “ofertas de brindes”, tais como cestas básicas – que, segundo vários idosos relataram, vem sendo oferta via campanha publicitária em estação de rádio local.

No entanto, no meio desses casos de exploração, há também casos de idosos um pouco mais informados e atentos, ou que ainda não deixaram de ter o chamado espírito empreendedor. Como exemplo, cita-se um idoso do grupo COABII que procurou contato, após a palestra e relatou possuir duas pensões a pagar todo mês a duas ex-mulheres; uma de R\$150,00 e outra de R\$100,00 e ainda uma prestação oriunda de um empréstimo com parcelas no valor de R\$195,00 que ele contraiu para juntar com uma economia que possui no banco para construir uma pequena casa para alugar. E, segundo ele, tudo isso só é possível porque sua aposentadoria é de um valor razoável e houve também um planejamento na hora de contrair o empréstimo.

Portanto, trabalhou-se com os doze grupos de doze bairros:

Berger;

COABII;

Bom Sucesso;

Vereda dos Trevos;

Figueroa;

Vila Santa Catarina;

Sorgatto;

Catedral (Centro);

Gioppo;

Bello;

Santa Clara;

Bom Jesus;

Todos os grupos receberam bem os pesquisadores e o objetivo do projeto foi atingido. Buscou deixar as palestras ficassem com uma linguagem acessível a todos e, com isso, houve uma interação dos participantes com o palestrante tirando-os da zona de conforto e dando oportunidade a todos de dar o seu contributo.

CONCLUSÃO

Conclui-se, com este trabalho que há muito ainda a ser feito em prol dessas pessoas, uma vez que mesmo tendo sido esclarecidos sobre os assuntos levantados nas palestras, as dúvidas surgem no decorrer dos dias, exatamente quando os idosos encontram-se em dificuldades financeiras. Não havendo uma fiscalização sobre essas empresas financeiras em relação ao método de abordagem que utilizam para atrair um cliente em potencial. Percebe-se utilização de métodos agressivos, aproveitando-se, muitas vezes, da falta de informação, ou da necessidade, ou falsas promessas e até mesmo por pressão psicológica de um familiar interessado e atraído pela facilidade e taxas de juros que são menores que as de mercado.

REFERÊNCIAS

- FRANKENBERG, Luis. **Seu Futuro Financeiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- GOMES, J. V. **Finanças Pessoais**. UFS – SE.
- HALFED, Mauro. **Investimentos**: como administrar melhor o seu dinheiro. 1. ed. São Paulo: Fundamento educacional, 2001.
- PEREIRA, Gloria Maria Garcia. **A energia do dinheiro** – estratégia pra reestruturar sua vida financeira. 8. ed. São Paulo: Gente, 2001.
- RIBEIRO, Lair. **Prosperidade**: fazendo amizade com o dinheiro. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1992.
- Finanças de uma família. **VOCÊ S/A**. São Paulo, p. 80, Abr./Jun. 2005.
- COSTA, Geraldo de Farias Martins da*. **Superendividamento**: A Proteção do Consumidor de Crédito em Direito Comparado Brasileiro e Francês. Biblioteca de Direito do Consumidor. v. 20. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 88/89.
- MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de defesa do consumidor**. O novo regime das relações contratuais. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, p. 674.

Binicheski, Paulo Roberto, Empréstimos consignados e proteção ao idoso. Ação civil pública. Distrito Federal: JUS Navigandi, 2005. Disponível em: <<http://jus.uol.com.br/busca/?cx=015944045065689591623%3As-ilshyzoi4&cof=FORID%3A11&q=aposentados+e+pensionistas#1518>>. Acesso em: 20 jun. 2008.