



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DO CONSUMO
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS DO CONSUMO

ANDERSON EMANOEL DOS SANTOS RODRIGUES

**ACESSO AO CRÉDITO E INADIMPLÊNCIA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS: O
CASO DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**

Recife, abril de 2022.

ANDERSON EMANOEL DOS SANTOS RODRIGUES

**ACESSO AO CRÉDITO E INADIMPLÊNCIA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS: O
CASO DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Ciências do Consumo da Universidade Federal Rural de Pernambuco como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências do Consumo.

Orientadora: Dra. Laurileide Barbosa da Silva

Recife, abril de 2022.

ANDERSON EMANOEL DOS SANTOS RODRIGUES

**ACESSO AO CRÉDITO E INADIMPLÊNCIA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS: O
CASO DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Bacharelado em Ciências do Consumo da Universidade Federal Rural de Pernambuco como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências do Consumo.

Recife - PE, 19 de maio de 2022

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Laurileide Barbosa da Silva
Departamento de Ciências do Consumo - UFRPE
Presidente

Profa. Dra. Dayse Amâncio dos Santos Veras Freitas
Departamento de Ciências do Consumo - UFRPE
Examinadora Interna

Profa. Msc. Hortência Cruz de Albuquerque
Departamento de Ciências do Consumo - UFRPE
Examinadora Interna

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

R696a Rodrigues, Anderson Emanuel dos Santos
ACESSO AO CRÉDITO E INADIMPLÊNCIA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS: O CASO DA UNIVERSIDADE
FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO / Anderson Emanuel dos Santos Rodrigues. - 2022.
30 f. : il.

Orientadora: Laurileide Barbosa da Silva.
Inclui referências.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em
Ciências do Consumo, Recife, 2022.

1. Inadimplência. 2. Jovens Universitários. 3. Acesso ao Crédito. I. Silva, Laurileide Barbosa da, orient. II. Título

CDD 640

ACESSO AO CRÉDITO E INADIMPLÊNCIA DE JOVENS UNIVERSITÁRIOS: O CASO DA UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO

Anderson Emanuel dos Santos Rodrigues
Dra. Laurileide Barbosa da Silva

RESUMO: Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar a relação entre o acesso ao crédito, superendividamento e inadimplência de jovens universitários da Universidade Federal Rural de Pernambuco, mais especificamente verificar se a facilidade no acesso ao crédito foi implementada após ingressarem no ensino superior; bem como identificar se os jovens universitários tiveram acesso à educação financeira. Para este fim, realizou-se pesquisa descritiva, a partir da coleta de dados primários e secundários. O corpus da pesquisa foi constituído pela revisão bibliográfica de documentos, artigos e livros sobre os temas mencionados, bem como aplicação de formulário google para coleta de dados a respeito do grupo respondente. Os resultados mostraram que o acesso ao crédito depende de outros fatores para influenciar a inadimplência, que os jovens do grupo respondente perceberam facilidade no acesso ao crédito a partir do ingresso na universidade e a maioria não teve acesso à educação financeira.

Palavras-chave: Inadimplência. Jovens universitários. Acesso ao crédito.

Abstract: This research had the general objective of analyze the relationship between access to credit, over-indebtedness and default of young university students from the Universidade Federal Rural de Pernambuco, more specifically to verify whether the ease of access to credit was implemented after entering higher education; as well as find out if university students had access to financial education. For this purpose, a descriptive research was carried out, based on the collection of primary data. The research corpus consisted of a bibliographic review of documents, articles and books on the mentioned topics, as well as the application of a google form to collect data about the respondent group. The results showed that access to credit depends on other factors to influence defaultness, that young people in the respondent group perceived ease of access to credit after entering university and most did not have access to financial education.

Keywords: Default. Young university students. Access to credit.

1. INTRODUÇÃO

O endividamento é um fenômeno que acompanha grande parte da população brasileira, quase que inerente ao cotidiano daqueles que dispõem de renda, seja fixa ou variável. O conceito se refere aos indivíduos que contraem dívidas e comprometem uma parcela significativa de seus rendimentos para pagá-las posteriormente. É uma condição comum na atual sociedade de consumo, pois todos aqueles que utilizam do crédito para fazer as compras, são sujeitos endividados, uma vez que efetuarão o pagamento em momento posterior. Não há nenhum mal em endividar-se e comprometer parte da renda quando está dentro do planejado, e sem exageros que afetem o bem estar financeiro, caso contrário esta situação pode dar origem a outro fenômeno, o superendividamento (OLIVATO; SOUZA, 2007).

O superendividamento refere-se a situação da pessoa física que adquiriu crédito e contraiu dívidas que demandam grande parte de sua renda, ou até mesmo mais do que seus atuais rendimentos, excedendo certo nível de segurança e tornando o devedor vulnerável, comprometendo seu bem-estar, pois este precisará escolher entre pagar as dívidas e os gastos essenciais para sobrevivência. Segundo Marques et al. (2010), é um fenômeno que atinge todas as classes sociais, mas as classes desfavorecidas, com baixo grau de instrução e próximas ao limiar da pobreza, são mais vulneráveis, uma vez que qualquer alteração negativa em sua renda pode possibilitar o acúmulo de dívidas. Já o conceito de inadimplência se refere a pessoa que contraiu uma dívida e não honrou seu pagamento em tempo hábil, pode ser considerada a etapa inicial para o superendividamento, visto que a situação pode fugir do controle dos consumidores e consumidoras e essas dívidas acumularem. Os sujeitos inadimplentes no Brasil são registrados em um banco de dados disposto pela Serasa (Centralização de Serviços dos Bancos), no qual são definidos como maus pagadores e perdem o acesso ao crédito por cinco anos ou até pagar suas dívidas.

O presente trabalho busca analisar a relação entre o acesso ao crédito, o superendividamento e a inadimplência de jovens da Universidade Federal Rural de Pernambuco. A problemática da pesquisa busca analisar a facilidade do acesso ao crédito como um dos possíveis fatores à inadimplência de jovens universitários e universitárias. A facilidade ao crédito e publicidade serão temas abordados, porque estão estritamente ligados aos contratos de crédito, envolvendo consumidores que são atraídos, muitas vezes, por

necessidades criadas a partir dos apelos midiáticos. Outro assunto também abordado é a importância da educação financeira no cotidiano da população para evitar tanto a inadimplência quanto o superendividamento.

Segundo a Serasa, em outubro de 2021, o número de inadimplentes no Brasil alcançou a marca de 63,4 milhões de pessoas com o nome negativado no banco de dados; 12,4% desse total, têm entre 18 e 25 anos de idade, o que equivale a cerca de 7,8 milhões de jovens. A Confederação Nacional do Comércio apontou que em abril de 2022, 77,7% das famílias brasileiras estão endividadas, enquanto 28,6% do total estão inadimplentes, apresentando aumento em relação ao ano anterior (NETO, 2022). Portanto, o objetivo geral desta pesquisa é analisar a relação entre a inadimplência, o superendividamento e o acesso ao crédito de jovens universitários e universitárias da Universidade Federal Rural de Pernambuco. Mais especificamente verificar se a facilidade no acesso ao crédito foi implementada após ingressarem no ensino superior; bem como descobrir se os jovens tiveram acesso à educação financeira durante seu ciclo de vida.

Por fim, o trabalho traz um tema atual, pertinente e bastante importante para a vida da população brasileira, considerando que estamos vivendo na sociedade de consumo, uma vez que os jovens, ao se endividarem além da margem de segurança tornam-se inadimplentes de maneira precoce, podem ter que viver sob as consequências do superendividamento pelo resto da vida. Os jovens universitários estão próximos de entrar no mercado de trabalho e a condição de inadimplência pode prejudicar a transição deles neste âmbito, visto que estão endividados e registrados de maneira negativa em um banco de dados compartilhado por diversos fornecedores de todo o país.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico serão apresentados os conceitos de crédito, seus contratos e a relação entre o consumidor e o fornecedor; além das condições de endividamento, superendividamento, inadimplência, suas relações e impacto no cotidiano do devedor e da devedora.

2.1 CONTRATOS E EVOLUÇÃO DO ACESSO AO CRÉDITO

O crédito é o fruto de um acordo entre duas partes, o credor, majoritariamente bancos, que emprestam uma quantia em dinheiro para a outra parte, o devedor ou devedora, este que

assume a responsabilidade de pagar essa quantia a prazo, mediante contrato. Com o passar dos anos, o crédito tornou-se necessário e indispensável no cotidiano de grande parte da população brasileira, uma vez que acompanha famílias de classes sociais distintas nas relações de compra, atividade inerente à sobrevivência do ser humano para satisfação de suas necessidades e desejos, porque através desse recurso financeiro é possível antecipar a compra de bens e serviços que só poderiam ser obtidos após poupar por um longo período (FREY, 2018).

Dessa maneira, o crédito se tornou uma ferramenta essencial para que os consumidores e consumidoras possam comprar aquilo que desejam, pois o contrato de crédito possibilita a união de dois interesses: o de quem consome, que nos últimos anos tem aumentado seu impulso de compra; e o do fornecedor, que quer vender seu produto ou serviço. Essa relação acontece mesmo que no momento da aquisição o consumidor ou consumidora não tenha condições de comprar, pois o fornecedor pode aceitar o crédito, recebendo o pagamento posteriormente, enquanto a outra parte adquire o produto ou serviço no momento da compra (RIZZARDO, 2000 apud FREY, 2018).

O contrato feito no momento da aquisição do crédito obriga o consumidor e a consumidora a arcar com o pagamento, acrescido de juros. Segundo Marques et al. (2010), crédito é um “tempo” que o devedor adquire através de contrato oferecido pelas instituições, como bancos e lojas, para pagar suas dívidas, uma vez que recebe imediatamente a quantia necessária em dinheiro para o consumo do bem ou serviço desejado e devolve esse valor em parcelas, com juros e taxas acrescidos, em alguns meses ou até mesmo anos, e quanto maior o intervalo para o pagamento, maiores serão os juros.

Dentre os serviços de crédito oferecidos pelas instituições bancárias e financeiras, destaca-se o cartão de crédito. O cartão de crédito é uma forma de empréstimo, disponibilizado pelas instituições, que possibilita o pagamento a prazo, com acréscimo de taxas de juros, como dito anteriormente. O recurso apresenta limite de crédito, acordado no contrato, que pode aumentar conforme o devedor ou devedora honra suas dívidas, proporcionando maior volume de compra. Segundo o levantamento realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes e Lojistas (CNDL), Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e SEBRAE, divulgada em outubro de 2021, o cartão de crédito foi a principal modalidade do serviço de crédito utilizada pelos consumidores e consumidoras nos últimos 12 meses, na frente do crediário e empréstimo pessoal, equivalente a 75% do total da estimativa

de 62,3 milhões de brasileiros, que possuíam, até o mês anterior à pesquisa, contas parceladas a pagar (CNDL, 2021).

O acesso a esse recurso financeiro, como já mencionado, se dá por meio de contrato, imposto pelo banco ou instituição financeira, de forma unilateral, que obriga o consumidor e a consumidora ao cumprimento, uma vez que este tem o resguardo, conforme a legislação vigente, de acessar o contrato previamente, assim como é dever da instituição dispor as informações necessárias sobre o que estão oferecendo ao cliente, antes da efetivação do contrato. A legislação em questão trata-se do artigo 46 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), que dispõe a respeito da transparência, implicando na não obrigação do consumidor perante o contrato, podendo ser interpretada de duas maneiras: a primeira implica que, se o consumidor ou consumidora não tiver acesso prévio às cláusulas do contrato, este não terá validade, assim como na segunda interpretação, quando a informação é passada anteriormente ao contrato, mas o entendimento do consumidor ou da consumidora é comprometido (BRASIL, 1990). Dessa forma, caso a instituição não forneça previamente as informações ou dificulte o entendimento da pessoa que consome, esta não terá nenhuma obrigação contratual (FREY, 2018).

A oferta desses contratos de crédito tem passado por diversas mudanças ao longo dos anos, juntamente com os pré-requisitos necessários para que quem vai consumir pudesse acessar este recurso financeiro. Segundo Costa (2008), a oferta de crédito está em expansão desde o século passado, oferecendo cada vez mais facilidade ao acesso, uma vez que para adquirir um cartão de crédito em 1987 era necessário que o cliente comprovasse renda de, no mínimo, cinco salários mínimos. Dez anos depois, o valor exigido caiu, tornando possível ter acesso ao cartão de crédito com renda mensal de R\$ 200,00 e, em alguns casos, sem a taxa de anuidade. Já em 2007, existiam 83 milhões de cartões de crédito, destes, 15 milhões eram de trabalhadores e trabalhadoras com renda de até R\$ 500,00. No ano em que este trabalho foi publicado (2022), é possível encontrar ofertas de crédito até mesmo para indivíduos negativados, registrados na lista da Serasa.

A publicidade está diretamente ligada às ofertas de crédito, e conseqüentemente a sua facilidade de acesso. Visto que é um dos principais meios de comunicação e comercialização da atual sociedade de consumo, tem o objetivo de persuadir, inspirar, estimular necessidades e desejos, alterar comportamentos e novas culturas ou estilos de vida, podendo ser caracterizada como o meio mais efetivo para se ofertar e vender um produto ou serviço. Pode estar

associada apenas à informação, mas quando atrelada à oferta de produtos e serviços, seu objetivo essencial é o de induzir o consumidor e a consumidora à compra, por meio de persuasão (FREY, 2018).

A facilidade ao crédito não atinge apenas os trabalhadores e trabalhadoras adultas, mas atinge também os que não possuem comprovação de renda, como muitos jovens universitários, implicando na criação de ofertas especiais para este grupo específico. Segundo Teixeira (2010), ao ingressarem no ensino superior, os jovens e as jovens se tornam o público alvo das instituições financeiras e bancos, que passam a oferecer diversos benefícios universitários, como cartão de crédito, cheques universitários, financiamento de veículos, contas especiais e descontos em serviços e tarifas com preços exclusivos. De acordo com Franco (2007), jamais foi oferecido tanto dinheiro, e de maneira tão fácil aos jovens, as ofertas são feitas em todo local, nas ruas, lojas, através de mídias como televisão e até mesmo dentro das faculdades.

Segundo Franco (2007), com o passar dos anos, as mídias evoluíram e as ofertas passaram de ser propagadas não apenas pela televisão, rádio, jornais, outdoors e etc, começaram a ser difundidas também pela internet, através das mídias sociais, hoje, um dos maiores meios de comunicação existentes. Ainda segundo o autor, é necessário apenas uma assinatura para obter o financiamento do bem desejado, por meio do cartão de crédito ou cheque especial. Possivelmente, por consequência dessa facilidade no acesso ao crédito, muitos jovens podem ter seus nomes na lista de negativados, classificados como maus pagadores da Serasa, tornando-os inadimplentes, condição esta que implica restrição de crédito futuro para esses jovens, que iniciam a vida adulta “no vermelho”, o que pode, eventualmente, dificultar seu trânsito no mercado de trabalho e em outras esferas sociais.

2.2 INADIMPLÊNCIA E SUPERENDIVIDAMENTO

Há diferentes conceitos envolvendo a relação de crédito entre os devedores e credores, o endividamento, a inadimplência e o superendividamento. Existem particularidades em cada um, relacionando-os a diferentes estágios da condição do devedor ou devedora. Segundo Olivato e Souza (2007), o endividamento é descrito como a situação em que os indivíduos adquirem dívidas e comprometem uma parcela expressiva de suas rendas e rendimentos para pagá-las, sendo uma condição comum, vivenciada por muitos brasileiros e brasileiras.

Conforme pesquisa da CNDL e SPC Brasil, divulgada em outubro de 2021, cerca de 62 milhões de brasileiros se encontram em situação de endividamento por crédito (CNDL, 2021).

A situação de inadimplência refere-se aos devedores e devedoras que deixam de cumprir um contrato ou determinada cláusula do contrato, são aqueles e aquelas que contraem dívidas, mas não as pagam, tornando-se assim, inadimplentes. Este fenômeno não está atrelado diretamente com a quantidade de dívidas contraídas pelo indivíduo, mas sim com a ausência do pagamento em tempo hábil para quitar essas dívidas, ou seja, esta situação independe do valor a ser pago e não compromete, necessariamente o bem estar financeiro do consumidor ou da consumidora, diferentemente do superendividamento. Os indivíduos inadimplentes, no Brasil, têm seus nomes registrados na lista de maus pagadores do Serasa, resultando numa possível exclusão desses cidadãos e cidadãs do mercado de consumo e muitas vezes também do mercado de trabalho, uma vez que seu acesso ao crédito é impossibilitado por até cinco anos, dificultando seu trânsito nestes âmbitos.

Contrapondo-se ao endividamento, o superendividamento, na visão de Frey (2018), é caracterizado como a situação da pessoa física que adquire um serviço de crédito de boa-fé, mas não consegue sanar por completo todas as suas dívidas, devido seu patrimônio e sua renda serem insuficientes para honrá-las. É hoje um fenômeno cada vez mais comum e característico de uma sociedade moderna, cada vez mais capitalista e praticante do consumismo desenfreado (FREY, 2018).

Marques et al. (2010), constataam que o superendividamento pode ser definido como: a impossibilidade do consumidor ou consumidora, leigo e de boa-fé, de honrar suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluindo as dívidas oriundas da justiça, como pensão alimentícia) em tempo hábil, com sua atual renda e patrimônio.

Como já mencionado anteriormente, o endividamento é condição corriqueira, um fato característico da vida na sociedade de consumo, que afeta todas as classes sociais, por consequência de uma população cada vez mais imediatista, que proporcionalmente no decorrer do tempo, possui cada vez mais facilidades no acesso ao crédito, gerando uma sociedade consumista, e como consequência, o superendividamento de parcela considerável da população. Os consumidores superendividados, bem como as consumidoras superendividadas, incapazes de honrar suas dívidas, passam também a serem chamados de inadimplentes, visto que não honraram o contrato, e são registrados no banco de dados. A situação de inadimplência acompanha o superendividamento lado a lado, mas não está ligada

necessariamente a ele, pois nem todo consumidor ou consumidora inadimplente está superendividado, mas todo superendividado está inadimplente. Essa condição evidencia a possibilidade de um problema social e econômico, porque exclui o consumidor e a consumidora do mercado de consumo, dificulta sua estabilidade emocional e social, bem como compromete também a saúde econômica do país, por isto, o superendividamento pode ser caracterizado também como uma falência da pessoa física (MARQUES et al., 2010).

Marques et al. (2010) ressaltam que o superendividamento não está diretamente relacionado com o fator pobreza, visto que consumidores e consumidoras pertencentes a outras classes sociais também ensejam a lista de inadimplentes e o superendividamento, mas apresenta maior intensidade nas classes sociais que sofrem com o processo de empobrecimento, onde o risco é consideravelmente mais alto, posto que são consumidores, normalmente desfavorecidos, que possuem baixo grau de instrução e se submetem a trabalhos precarizados (SANTOS e SILVA, 2021). Esse fato se torna mais agravante quando consideramos as consumidoras, que são atingidas particularmente pelo fenômeno de feminização da pobreza, caracterizado por mulheres negras, chefes de família, desprovidas de assistência por parte das políticas públicas e que são submetidas a trabalhos precarizados (SOUZA et al., 2020).

De acordo com FREY (2018), o superendividamento é dividido em dois: o ativo e o passivo. O ativo é caracterizado pelo abuso de crédito, é relacionado ao indivíduo que se endivida voluntariamente, por impulso por exemplo, seja por "má-fé" ou por desorganização e também por falta de administração do orçamento familiar, as dívidas são maiores do que seus ganhos, impossibilitando o pagamento total. O superendividamento ativo ainda é subdividido em ativo consciente, que acontece quando o devedor age de "má-fé", assumindo as dívidas deliberadamente, consciente de que não pode pagar antes mesmo do momento do contrato; e o superendividado ativo inconsciente, que não age por "má-fé", mesmo que aja de maneira impulsiva e irresponsável, não o faz consciente de forma a enganar o fornecedor, diferentemente do ativo consciente este não se endivida de propósito, mas sim de maneira inconsequente, por impulso, pela facilidade do acesso ao crédito, tentação e publicidade, produtos da sociedade capitalista (FREY, 2018).

Vale ressaltar que a atribuição "má-fé", seja ao consumidor ou à consumidora, que se torna inadimplente por vontade própria não é uma expressão válida no âmbito do direito do consumidor, pois o Código de Defesa do Consumidor, segundo o inciso I, art. 4º, atribui que

em uma relação de consumo, o consumidor é por princípio, a parte vulnerável perante o fornecedor de produtos e serviços, sendo assim, isento de má-fé, além disso também é direito do consumidor a inversão do ônus da prova, de acordo com inciso VIII, art 6º do CDC (BRASIL, 1990). Por este motivo, a expressão “má-fé” é utilizada de forma inadequada e, a partir dos dados obtidos na pesquisa, a expressão será trocada por “vontade própria” a partir da seção de Resultados e Discussão, visto que o consumidor ou a consumidora, muitas vezes, é vítima das instituições financeiras que, de maneira irresponsável, oferecem quantidade de crédito além da renda dos consumidores e consumidoras, permitindo que entrem em dívidas para além de suas realidades.

Já o superendividamento passivo, na visão de Miragem (2016), desdobra-se de um fato imprevisto, contra a vontade do consumidor e da consumidora, como desemprego, morte de familiares, doença e outros casos, que impossibilitam a pessoa devedora de honrar suas dívidas, visto que houve uma redução dos recursos financeiros e o crédito é usado por necessidade. É um tipo comum e caracterizado como acidente de consumo, pois no momento que o consumidor ou consumidora busca o crédito, ele/ela está fragilizado/a pela situação e necessitado de recursos, como consequência acaba aceitando qualquer oferta, sem condições de analisar o contrato de forma minuciosa, no qual os juros podem ser exorbitantes, dificultando o pagamento da dívida posteriormente.

O desemprego, a facilidade de acesso ao crédito de forma indiscriminada, as altas taxas de juros praticadas pelos cartões de crédito, a influência das mídias sociais para criar necessidades e desejos, bem como a falta de educação para o consumo, são alguns dos vários antecedentes da inadimplência dos indivíduos devedores, consequências do sistema capitalista, que busca sucessivamente o consumismo, utilizando-se das ferramentas do marketing para persuadir a mente humana. Em decorrência dessa situação de inadimplência, os consumidores e particularmente as consumidoras, são excluídas de boa parte do mercado de consumo, visto que seu acesso ao crédito é muitas vezes negado ao ter seu nome registrado na lista de maus pagadores. Ademais, essa situação pode implicar também em dificuldade de trânsito no mercado de trabalho, complicando ainda mais a vida dos devedores e devedoras, principalmente dos/as jovens, que estão iniciando a jornada adulta de trabalho (FREY, 2018).

O descontrole emocional é uma das principais consequências da inadimplência e pode afetar negativamente algumas esferas da vida do devedor e da devedora, sobretudo o âmbito pessoal, social, familiar e bem estar físico, econômico e psicológico. Segundo um

levantamento feito pelo SPC e CNDL, exposto em março de 2020, cerca de 80% das pessoas em estado de inadimplência sofreram impacto emocional negativo por consequência das dívidas. As pessoas entrevistadas alegaram que a condição de estarem negativados incitou o surgimento de sentimentos como ansiedade, estresse, irritação, tristeza, desânimo, angústia e vergonha (BRASIL, 2020)

Essas frustrações podem afetar o bem estar do indivíduo, bem como de suas famílias, e implica diretamente nas relações sociais e pessoais, uma vez que o comprometimento da saúde psicológica, física e financeira podem provocar o distanciamento da pessoa no âmbito do trabalho e outras esferas da vida em sociedade e familiar, por falta de confiança, desmotivação, além da vergonha e medo. Por este motivo, faz-se necessário maior abrangência do acesso à informação e educação para o consumo, a fim de prevenir e evitar a inadimplência e o superendividamento.

Na visão de Marques et al. (2010), a informação é o maior instrumento de prevenção à inadimplência e conseqüentemente ao superendividamento. Fornecer informação detalhada ao consumidor e à consumidora é um dever de boa-fé, pois este/a precisa ter conhecimento sobre os elementos principais dos contratos e também, como parte vulnerável nas relações de consumo, deve ser esclarecido/a sobre os riscos do crédito e o comprometimento futuro de sua renda. Para evitar alguns pontos, como o descontrole nas compras com o crédito e falta de planejamento, e também garantir informação aos consumidores/as, faz-se necessário implementar a educação financeira, educação para o consumo, como ferramenta de acesso à informação e contra o endividamento desenfreado, tal como previsto no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990).

Do ponto de vista de Pinheiro (2008), a educação financeira pode ser definida como a capacidade do indivíduo de fazer as escolhas certas ao administrar seus recursos financeiros durante seu ciclo de vida, e esses cidadãos e cidadãs, quando bem instruídos, possuem a capacidade de lidar com questões financeiras comuns do dia a dia e as imprevistas, avaliar os impactos das tomadas de decisão na sua vida e de seus familiares, compreender seus direitos e deveres, e, por fim, o conhecimento de fontes confiáveis de consulta. A educação financeira, bem como a educação para o consumo, é portanto, segundo Luz et al. (2019), um instrumento para auxiliar a qualidade das decisões financeiras tomadas pelos consumidores e consumidoras, está diretamente ligada aos níveis de endividamento, inadimplência e superendividamento. No entanto, para se tornar financeiramente educado, é necessário

iniciativas governamentais para garantir esse direito na rede de ensino, seja ela particular ou pública, pois quanto antes iniciar o processo de educação financeira, melhores resultados serão contemplados.

Atualmente, segundo Kiyosaki e Lechter (2000), boa parcela dos/as jovens têm acesso ao cartão de crédito, dependentes ou próprios, antes de concluir o ensino médio, mesmo que nunca tenham passado por disciplinas a respeito de educação financeira, ou mesmo de educação para o consumo, sobre dinheiro, juros praticados por financeiras, crédito e de como usá-lo. Esta facilidade no acesso ao crédito pode se tornar um perigo para a vida financeira e pessoal do indivíduo, independente de classe social, caso este não saiba administrar seus recursos disponíveis. A educação financeira pode ajudar as crianças a se tornarem adultos mais conscientes e informados ao compreenderem o valor do dinheiro, o custo de crédito e as reverberações do endividamento, aprendem a gerir suas finanças desde cedo e também a se defenderem das estratégias do marketing, que visam os persuadir. Pode proporcionar aos jovens estudantes importantes competências que lhes ajudarão a conquistar a independência financeira e realizações em cada etapa da vida, como a compra de imóveis, veículos e preparação para aposentadoria (PINHEIRO, 2008).

Diante do exposto, esta pesquisa teve como objetivo geral analisar a relação entre o acesso ao crédito, inadimplência e superendividamento de jovens universitários da Universidade Federal Rural de Pernambuco, mais especificamente verificar se a facilidade no acesso ao crédito foi implementada após ingressarem no ensino superior; bem como descobrir se os jovens universitários tiveram acesso à educação financeira. Os métodos utilizados para este fim, estão na sequência.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa teve como finalidade aprofundar o conhecimento acadêmico sobre endividamento, inadimplência, superendividamento e a importância da educação financeira, visando enriquecer a área de conhecimento nas ciências do consumo e poder servir como base de dados para futuras pesquisas semelhantes, inclusive aquelas com aplicação prática, caracterizando-se quanto à sua natureza, como pesquisa básica (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Para atingir os objetivos deste estudo, foi-se utilizada a pesquisa descritiva, caracterizada segundo Bertucci (2009 apud FERREIRA et al., 2015, n.p), como uma pesquisa

que “busca estabelecer relações entre as variáveis analisadas e levantar hipóteses ou possibilidades para explicar estas relações”. Segundo Gil (2008, p.28) “este tipo de pesquisa também tem como objetivo descrever as características e particularidades de determinada população ou fenômeno, além do estabelecimento de relações entre as variáveis”. Dessa forma, a pesquisa descritiva foi utilizada para estudar as características da relação entre acesso ao crédito, inadimplência e superendividamento de jovens universitários.

Para a coleta de dados deste trabalho foi escolhido o método quanti-qualitativo, pois juntamente com o tipo descritivo fornece informações a respeito das características e particularidades do objeto de estudo a partir dos dados coletados. Para Deslauriers (1991 *apud* GERHARDT e SILVEIRA, 2009), a finalidade dos dados obtidos é de produzir informações, quaisquer que sejam, pois servirão para complementar a pesquisa e revelar novos dados ao pesquisador ou pesquisadora. Dessa maneira, a pesquisa quanti-qualitativa se debruça sobre os aspectos da realidade sejam eles quantitativos ou qualitativos, preocupando-se também com a compreensão e explicação das relações sociais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Os procedimentos utilizados para a coleta de dados foram pesquisa bibliográfica, feita a partir de documentos, artigos, livros e pesquisas, a fim de estabelecer o referencial teórico, necessário para análise dos dados, com autores de obras relacionadas aos temas referentes à pesquisa, como acesso ao crédito, inadimplência, superendividamento e educação financeira. Também foi utilizada a pesquisa de campo como ferramenta para coleta de dados primários, através de questionário online pelo *Google Forms*, com objetivo de coletar informações socioeconômicas do público-alvo e também as referentes ao acesso ao crédito e inadimplência, para que assim fosse possível, a partir desses dados, atender aos objetivos propostos (GIL, 2008).

A pesquisa foi realizada com jovens universitários e universitárias com até 29 anos de idade da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), nos cursos de graduação do campus sede da cidade de Recife. Segundo informações obtidas no site da Instituição, a Universidade foi fundada em 03 de novembro de 1912 e ao longo desses anos conquistou tradição em ensino, pesquisa e extensão no estado de Pernambuco e no Brasil e caracteriza-se pela “capacidade de inovação ao buscar contribuir com a superação dos problemas socioambientais e o desenvolvimento sustentável em projetos e pesquisas que envolvem as ciências tecnológicas, agrárias, humanas, sociais e exatas”.

A faixa etária escolhida é baseada na definição exposta pelo Estatuto da Juventude, que considera jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos de idade, conforme a Lei Nº 12.852, de 5 de agosto de 2013 (BRASIL, 2013).

A pesquisa foi realizada entre os dias 28 de março a 04 de abril do ano de 2022 com discentes dos cursos de graduação do Campus SEDE da Universidade Federal Rural de Pernambuco, na cidade de Recife, estado de Pernambuco. Para verificação da efetividade das perguntas e obtenção dos dados solicitados no questionário, foi feito um pré-teste antes da coleta oficial de dados, com aplicação de 20 pré-testes, que posteriormente foram excluídos do corpus da pesquisa. Os questionários oficiais foram enviados através de redes sociais, como *WhatsApp* e *Facebook*, nos grupos relacionados à Universidade, além disso também foi solicitado aos discentes que repassassem, se possível, os questionários para outros estudantes, e foram obtidos, após o período descrito, 61 questionários respondidos e válidos.

Os/as discentes que fazem parte do grupo respondente pertencem aos cursos de: Administração; Bacharelado em Ciências Biológicas; Bacharelado em Ciência da Computação; Bacharelado em Ciências do Consumo; Bacharelado em Gastronomia; Ciências Econômicas; Engenharia Agrícola e Ambiental; Engenharia Ambiental; Engenharia de Pesca; Engenharia Florestal; Licenciatura em Computação; Licenciatura em Física; Licenciatura em Matemática; e Medicina Veterinária.

Segundo informações concedidas pelo Departamento de Registro e Controle Acadêmico (DRCA) da UFRPE, o número de estudantes devidamente matriculados nos cursos de graduação da universidade é de 12.022, referente ao semestre 2021.1. Com o recorte na faixa etária, são 9.636 discentes de até 29 anos de idade matriculados.

Nos enunciados das questões a serem respondidas, foram explicados os conceitos chaves para que o grupo respondente pudesse entender as diferenças entre inadimplência, endividamento e superendividamento, a fim de ajudá-los/as a não cometer equívocos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

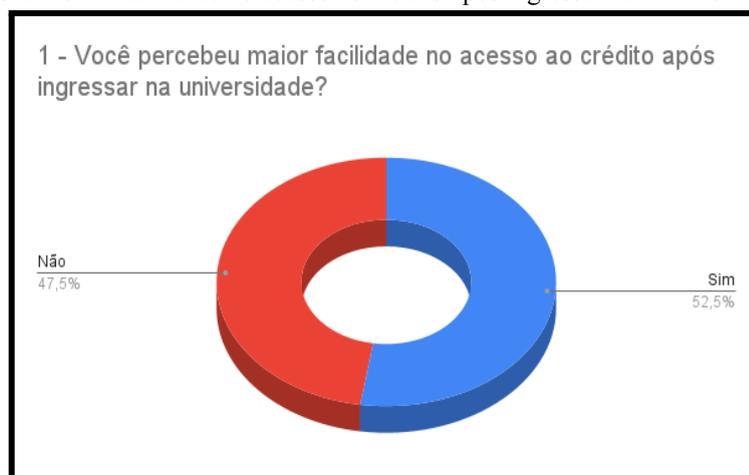
Os dados socioeconômicos solicitados revelaram que a maior parte do grupo respondente é do sexo feminino, totalizando 67,2% e 32,8% são do sexo masculino. A faixa etária com maior número de respostas foi a que abrange jovens de 18 a 24 anos de idade, correspondente a 85,2% do total, 11,5% têm entre 25 e 29 anos e os menores de 18 anos somam 3,3%.

Cerca de 93,4% dos entrevistados têm ensino superior incompleto, ou seja, estão na primeira graduação, enquanto 4,9% têm ensino superior completo, e estão, pelo menos, na segunda graduação e 1,6% conciliam a graduação com a pós-graduação.

Sobre a renda familiar mensal, 24,6% recebem até 1 salário mínimo, 41% recebem de 1 a 2 salários mínimos e concentra a maior parte das respostas, 16,4% recebem de 2 a 4 salários mínimos, enquanto a opção de 5 a 10 salários mínimos somam 13,1% das respostas e 4,9% recebem mais de 10 salários mínimos mensalmente juntando todos os familiares da residência.

Foi perguntado aos jovens universitários se, ao ingressarem na universidade, perceberam maior facilidade no acesso aos serviços de crédito oferecidos por bancos e instituições financeiras e 52,5% responderam que sim, enquanto 47,5% dos discentes responderam que não perceberam facilidade no acesso ao crédito, conforme é demonstrado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Facilidade no acesso ao crédito após ingressar na universidade



Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados obtidos, como apontado no Gráfico 1, demonstra que a percepção dos universitários e universitárias a respeito da facilidade do acesso ao crédito após ingressarem na instituição está dividida, mas aqueles que perceberam maior facilidade se apresentam como maioria.

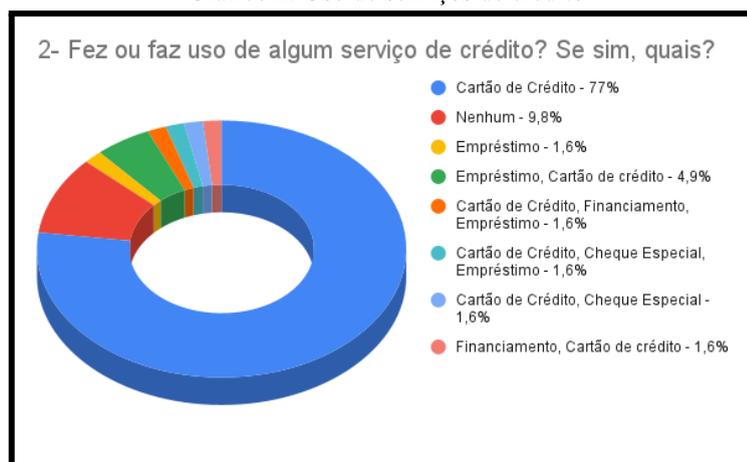
Essa informação depende de alguns fatores para ser concretizada, como: utilização de redes sociais e o período em que se encontra o discente, pois como não houve um recorte, os que se encontram em períodos inferiores (estão a menos tempo na universidade) foram menos expostos às propagandas de instituições bancárias, se realmente houveram.

As informações coletadas corroboram com o descrito por Teixeira (2010), que apontou a facilidade de crédito oferecida para jovens que ingressaram no ensino superior, pois passam a ser alvos de bancos e instituições financeiras, a partir de propostas exclusivas, sendo elas, por exemplo, o cartão de crédito e financiamento universitário.

Segundo Teixeira (2010), as instituições financeiras possuem estratégias de marketing voltadas ao público universitário, oferecendo descontos nas tarifas, ausência de anuidade, entre outros serviços já descritos. O Banco do Brasil, por exemplo, oferece atualmente a este público, em seu site, uma conta exclusiva 100% digital, com limite de crédito com cerca de R \$1.500,00 sem necessidade de comprovação de renda, apenas de faixa etária, pois só maiores de 18 anos podem solicitar a abertura da conta (BANCO DO BRASIL, 2022).

A segunda pergunta direcionada aos jovens foi referente ao uso de serviços de crédito, na qual 9,8% responderam que não fazem uso de nenhum serviço de crédito em nenhuma instituição, enquanto 88,5% já fizeram ou fazem uso do cartão de crédito, desses, somente 1,6% o fazem juntamente com o cheque especial e empréstimo, outros 1,6% o fazem simultaneamente com o financiamento, 1,6% fazem uso junto com o serviço de cheque especial, e outros 1,6% fazem uso do cartão de crédito, financiamento e empréstimo. Cerca de 4,9% fazem uso do cartão de crédito e de empréstimo e apenas 1,6% faz uso do serviço de empréstimo somente, conforme o Gráfico 2.

Gráfico 2: Uso de serviços de crédito



Fonte: Dados da pesquisa

Os dados coletados a partir da segunda pergunta evidenciam informações a respeito do uso dos serviços de crédito pelos e pelas estudantes de graduação e estão de acordo com o levantamento feito pela CNDL e SPC Brasil em outubro de 2021, no qual, o cartão de crédito

era o serviço mais utilizado pelo público geral que possuíam compras parceladas a pagar, com 75% das respostas totais. Esse resultado se repete nesta pesquisa, confirmando que o cartão de crédito é o meio mais utilizado pelo grupo respondente (CNDL, 2021).

Outra questão levantada é a de que, apesar de quase metade do grupo respondente ter afirmado que não perceberam maior facilidade no acesso ao crédito após ingressarem na universidade, a maioria, no geral, fazem uso de serviços de crédito, o que ressalta a expansão da oferta de crédito apontada por Costa (2008), que vem acontecendo desde o século passado e está cada vez mais aparente no cotidiano da população, à medida que é exigido cada vez menos requisitos para o consumidor e consumidora ter acesso aos serviços de crédito.

Ao serem questionados sobre estarem atualmente endividados, 50,8% dos e das estudantes responderam que sim, estão endividados e endividadas e 49,2% responderam que não estão endividados ou endividadas, como mostra o Gráfico 3.

Gráfico 3: Endividamento atual



Fonte: Dados da pesquisa

Apesar da maioria já ter feito uso dos serviços de crédito, não possuem, atualmente, dívidas parceladas a pagar. Esses dados também caminham junto com a estimativa apontada pelo levantamento da CNDL e SPC Brasil, que cerca de 62 milhões de brasileiros e brasileiras possuíam dívidas a serem honradas (CNDL, 2021). Apesar de mais de 50% das jovens discentes terem respondido que estão endividadas, não quer dizer que isso seja uma situação negativa, visto que endividar-se para satisfazer necessidades e desejos é um cenário comum numa sociedade capitalista.

Com o intuito de descobrir se os/as estudantes já passaram pelos fenômenos da inadimplência e do superendividamento, ficou evidenciado que 77% das jovens respondentes

nunca estiveram nessas situações, enquanto 23% responderam que sim, estão ou já estiveram inadimplentes ou superendividados, como é possível analisar no Gráfico 4.

Gráfico 4: Superendividamento e inadimplência



Fonte: Dados da pesquisa

A título de comparação, o Mapa da Inadimplência, disposto pela Serasa, também apontou, em outubro de 2021, que cerca de 7,8 milhões dos jovens brasileiros que possuem entre 18 e 25 anos de idade estavam em situação de inadimplência, com o nome negativado no banco de dados de maus pagadores (SERASA, 2021). Apesar da faixa etária que foi escolhida nesta pesquisa (18 a 29 anos) ser diferente da faixa etária da pesquisa das instituições citadas (18 a 25 anos), o resultado possui semelhança e expõe um número expressivo de jovens que já passaram ou estão passando pela situação de inadimplência.

Como já exposto anteriormente, os jovens e as jovens em situação de inadimplência perdem o acesso ao crédito por até cinco anos, ou até honrar as dívidas que os levaram a esta situação. Entretanto, com o crescimento da facilidade no acesso ao crédito, atualmente há instituições financeiras que oferecem crédito até para negativados, embora as chances para aprovação sejam inferiores comparada à aprovação em condições normais. Iniciar a vida adulta “no vermelho”, com restrições ao crédito, os impactos emocionais e sociais da inadimplência, podem prejudicar os jovens universitários e jovens universitárias ao comprometer seu trânsito no mercado de trabalho, visto que estão prestes a se aventurar neste âmbito (FRANCO, 2007).

Aos jovens que responderam “sim” na pergunta relativa à inadimplência e ao superendividamento, foi questionado também os motivos que os levaram a essa situação, ou seja, os antecedentes desses fenômenos, e as respostas se desdobraram em desemprego com 71,4%, desses, 21,4% associaram também a problemas de saúde, 7,1% responderam que além

do desemprego, há também a facilidade ao crédito como um dos motivos, outros 7,1% associou a falta de educação financeira e também cobrança indevida.

Os que citaram falta de educação financeira, facilidade no acesso ao crédito e problemas de saúde além do desemprego somam também 7,1%, cerca de 28,6% citaram somente o desemprego. Também foi citado o corte de bolsa da universidade, junto com falta de educação financeira, com 7,1%. Aqueles que alegaram “vontade própria” somam 14,2%, desses 7,1% associou também a falta de educação financeira e facilidade no acesso ao crédito. Por fim, somente a falta de educação financeira aparece com 7,1% das respostas, conforme o Gráfico 5.

Gráfico 5: Motivos para o superendividamento e inadimplência



Fonte: Dados da pesquisa

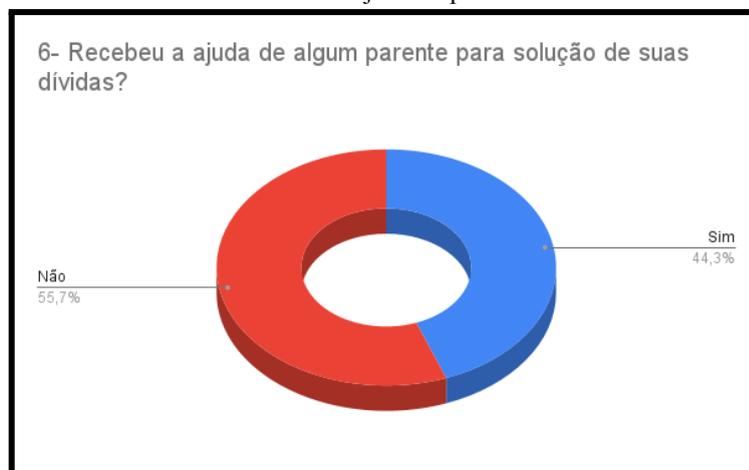
Dos motivos citados, pode-se separá-los em dois: passivos e ativos para o superendividamento. Falta de educação financeira, facilidade no acesso ao crédito e "vontade própria" são, como apontado por Frey (2018), motivos que levam ao superendividamento ativo, sendo ativo consciente a “vontade própria”, porque acontece quando a pessoa devedora assume as dívidas de forma consciente de que não pode pagar; enquanto a falta de educação financeira e facilidade no acesso ao crédito são ativo inconsciente, pois são motivos que levam o devedor ou devedora ao superendividamento sem que este tenha plena consciência de que não vai poder honrar suas dívidas, mesmo que as tenha contraído de maneira impulsiva. A partir da análise dos dados, é possível ressaltar que, o superendividamento "ativo" não é de responsabilidade total do indivíduo, porque este foi exposto a atual conjuntura da sociedade capitalista e facilidade no acesso ao crédito, isto somado a ausência de educação financeira,

torna a pessoa ainda mais hipossuficiente, inviabilizando-a dessa culpa, pois também não chegou nessa situação “por vontade própria”.

É possível identificar a partir dos dados que o desemprego, problemas de saúde, cobranças indevidas e cortes de bolsas são motivos para o superendividamento passivo dos jovens e das jovens, pois desdobram-se de um fato imprevisto, que não está sob controle do consumidor, acarretando na redução dos recursos disponíveis para honrar as dívidas. Caracterizado como hipossuficiência do/a consumidor/a, porque este encontra-se fragilizado pela situação e necessitado do recurso do crédito, torna-se ainda mais suscetível às ofertas de instituições financeiras (MIRAGEM, 2016).

Outra questão direcionada ao grupo respondente buscou descobrir se os/as jovens receberam ajuda de parentes para solucionar suas dívidas no geral, não necessariamente relacionadas à inadimplência, cerca de 55,7% responderam que não receberam e 44,4% responderam que sim, já receberam ajuda de parentes para honrar suas dívidas, como mostra o Gráfico 6.

Gráfico 6: Ajuda de parentes



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 6 mostra que menos da metade do grupo respondente recebe ajuda dos pais para sanar suas dívidas, mas ao traçar um comparativo com a pergunta do Gráfico 4, pouco mais da metade dos jovens que responderam já terem passado ou estão passando pelo superendividamento e inadimplência, cerca de 57%, já receberam ajuda de parentes para pagar as dívidas, mesmo que não tenham sido as dívidas que os levaram à inadimplência.

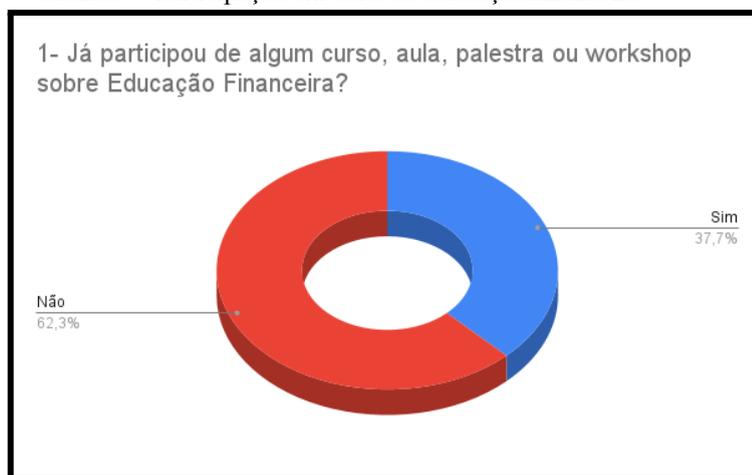
Na visão de Franco (2007), esse cenário atinge a microeconomia familiar, visto que, os jovens e as jovens por serem dependentes, acabam afetando os pais e avós, por exemplo, que

resultam por gastar mais do que o planejado para dar suporte a netos e filhos, muitas vezes, esse dinheiro estaria sendo poupado para ser utilizado em outros fins, como financiar casa, veículo, investir na aposentadoria e afins.

Entendendo a Educação Financeira como uma alternativa para prevenir e evitar o superendividamento, buscou-se perceber como a educação financeira está inserida na vida dos/as jovens.

Na primeira pergunta foram questionados/as, se em algum momento, já participaram de algum curso, aula, palestra ou workshop sobre educação financeira, aproximadamente 62,3% responderam que não, enquanto apenas 37,7% responderam que já participaram de algum conteúdo sobre educação financeira, como é apresentado no Gráfico 7.

Gráfico 7: Participação em aulas de educação financeira

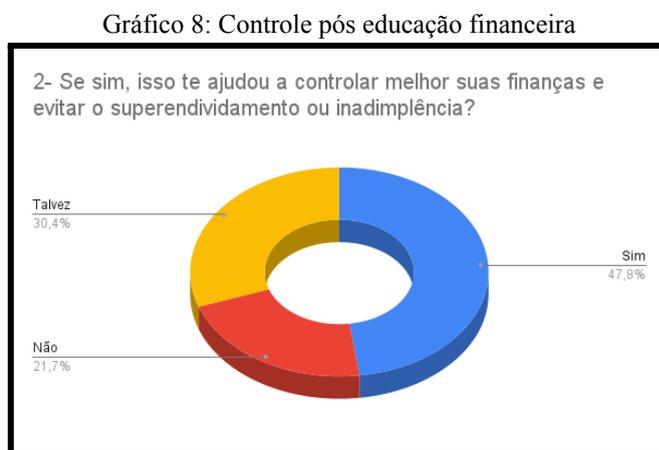


Fonte: Dados da pesquisa

As respostas apresentadas pelos/as discentes mostram que a educação financeira não esteve incluída, até então, no cotidiano da maioria dos respondentes, mesmo que a maior parte deles já tenha usado serviços de crédito e são economicamente ativos, o que é muito semelhante ao apontado por Kiyosaki e Lechter (2000), que explicitam o fenômeno dos jovens, atualmente, terem acesso ao cartão de crédito, dependentes ou próprios, mesmo antes de concluir o ensino médio, ainda que jamais tenham passado por aulas ou afins a respeito de educação financeira, sobre dinheiro e de como usá-lo.

A próxima pergunta foi direcionada aos jovens que responderam já terem participado de aulas, palestras ou workshops sobre educação financeira. Foram questionados se a participação nesses eventos ajudou, de alguma forma, a controlar melhor suas finanças e evitar o superendividamento e/ou inadimplência, e assim, cerca de 47,8% responderam que

sim, a participação os ajudou, aproximadamente 21,7% responderam que não fez diferença e 30,4% afirmaram que talvez tenha ajudado nos itens mencionados, como exposto no Gráfico 8.



Fonte: Dados da pesquisa

Os dados apontam que a educação financeira ainda é um assunto pouco debatido, mesmo para os/as jovens respondentes que já participaram de aulas sobre o tema, visto que pouco menos da metade responderam que a participação nesses eventos, ajudou, de fato no controle de finanças e no combate à inadimplência e ao superendividamento, enquanto mais da metade responderam que não fez diferença ou que talvez tenha surtido algum efeito.

É importante salientar que a educação financeira é um processo contínuo e demorado e deve ser trabalhado desde cedo ainda no ensino básico, desde a educação infantil, visto que os jovens têm acessado serviços de crédito cada vez mais cedo. Luz et al. (2019) afirmam que para se tornar financeiramente educado é necessário disciplina e mudanças de hábitos, e quanto antes iniciar o processo de educação financeira, melhores resultados serão alcançados.

Com o intuito de analisar a percepção do grupo respondente a respeito da inadimplência e do superendividamento de jovens universitários e universitárias, optou-se em deixar, ao final do questionário, uma questão aberta, na qual foram perguntados sobre qual motivo principal pode levar esses jovens à inadimplência e/ou ao superendividamento. As respostas continham também experiências pessoais e variaram entre falta de educação financeira, falta de renda suficiente para os gastos com a universidade, desemprego, comportamento compulsivo, facilidade no acesso ao crédito e estímulos do marketing.

Falta de educação financeira foi o motivo mais citado entre o grupo respondente, cerca de metade das respostas, aproximadamente 42,6% apontaram diretamente como sendo o

motivo principal do superendividamento e/ou inadimplência e outra parte citou de forma indireta ao não declarar a falta de educação financeira em si, mas sim alguns consequentes dela, como o descontrole financeiro e desinformação sobre como gerir o dinheiro.

Dentre estas respostas, foi apontado também a falta de educação financeira desde os níveis iniciais do sistema educacional, reiterando o já exposto anteriormente sobre a importância do ensino a partir da infância, assim como é sugerido por Marques et al. (2010), a criação de programas de educação financeira nas creches e escolas de ensino fundamental e médio, da rede pública e particular, como uma ferramenta de prevenção ao superendividamento da população.

Outro motivo citado foi não dispor de renda suficiente, principalmente para os gastos universitários, como cópias e outros materiais, além dos gastos essenciais para se manter nos cursos de graduação como alimentação, transporte, vestuário e viagem no caso de alguns cursos.

Os/as jovens também alegaram a dificuldade para entrar no mercado de trabalho, seja por falta de tempo ou por oportunidades e isso implica diretamente na renda disponível para os gastos com a universidade. Também citaram a ausência de bolsas de estudo com valor suficiente para os gastos, além da dificuldade para obtê-las.

Diversos são os fatores citados, e a combinação deles na vida cotidiana é passível de fazer com que o estudante e a estudante tornem-se inadimplentes para se manter na universidade, principalmente na compra de equipamentos e serviços para auxiliar nos estudos.

Um dos relatos apontou que o estudante tornou-se inadimplente por ter a renda comprometida ao ficar desempregado, juntamente com sua esposa, e isto, aliado com os gastos gerais, desencadeou no superendividamento, tornando-o inadimplente. Outro relato expôs que além do desemprego, houve falta de apoio familiar, e a combinação desses fatores, tornou-o inadimplente, já que precisou endividar-se com a compra de alimentos e remédios, e sua renda é um auxílio universitário que é insuficiente para honrar essa dívida sem comprometer seu bem estar.

Comportamento compulsivo e estímulos do marketing foram respostas apresentadas em conjunto pela percepção do grupo respondente. Como explicado por Frey (2018), a publicidade é hoje um dos principais meios de comunicação na sociedade capitalista, estando muitas vezes aliada com a venda de serviços e produtos, com o objetivo de estimular desejos e necessidades de potenciais consumidores. Esta ferramenta em conjunto com o comportamento

compulsivo de consumidores específicos, pode sim os levar ao superendividamento, como relatado pelos jovens e pelas jovens.

Por fim, a facilidade no acesso ao crédito também foi citada como um dos principais motivos que pode levar o/a jovem universitário/a à inadimplência e conseqüentemente ao superendividamento, mas apareceu, nas respostas dos/as estudantes, sempre atrelada a outros fatores, como a falta de educação financeira, desemprego, falta de renda suficiente, necessidades para se manter na universidade e comportamento compulsivo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os resultados obtidos nesta pesquisa pode-se concluir que historicamente o acesso ao crédito tem sido cada vez mais facilitado, passando a demandar cada vez menos exigências ao consumidor e à consumidora. A maioria dos/as jovens universitários do grupo respondente perceberam maior facilidade no acesso ao crédito após ingressarem na universidade, mas as respostas foram bastante divididas, pois apenas pouco mais da metade afirmaram a facilidade, descartando uma conclusão mais precisa. Alguns fatores podem ter influenciado este resultado, o primeiro refere-se ao tempo em que estes jovens estão na universidade, porque se forem de períodos iniciais, foram conseqüentemente menos expostos às ofertas de crédito. o segundo refere-se à possibilidade de que, antes de entrarem na universidade, a oferta de crédito presente nos seus cotidianos já era tamanha que, ao ingressarem no ensino superior, não foi percebida diferença significativa.

Em relação ao objetivo de analisar se os jovens universitários ou as jovens universitárias do grupo respondente têm acesso à educação financeira e são financeiramente educados, conclui-se que a maioria não participou de aulas, palestras e workshops sobre educação financeira e mesmo aqueles que participaram não sabem discernir o suficiente se a presença desses conhecimentos têm ajudado no controle financeiro no cotidiano de suas vidas.

Este resultado reflete muito bem algumas conseqüências da ausência de educação financeira nas escolas desde a educação básica e também a presença de maneira tardia, que demanda mais esforço do indivíduo para educar-se, pois precisa conciliar com outros afazeres.

Ao analisar os resultados obtidos a partir da pesquisa quanti-qualitativa, conclui-se que o acesso ao crédito não é, em si próprio, um fim que possa levar os/as jovens universitários à inadimplência e ao superendividamento, mas a facilidade no acesso, junto a

outros fatores podem sim os levar a estas condições. Todo caso de inadimplência citado pelo grupo respondente passou pelo estágio inicial da facilidade de acesso ao crédito, mas nenhum citou-o como motivo exclusivo para o superendividamento. O acesso ao crédito como agente participante do superendividamento está sempre atrelado a outros fatores, tais como: a falta de educação financeira, desemprego, problemas de saúde e renda insuficiente para gastos necessários, além da influência do marketing e publicidade que envolvem a psique do consumidor e da consumidora.

Portanto, afirmar que o acesso ao crédito é, em si próprio, um agente facilitador do superendividamento e inadimplência é incorreto e superficial, a questão engloba outros fatores para chegar a este fim, e um dos principais deles é a falta de educação financeira, hoje realizada de forma insuficiente nos sistemas educacionais públicos e privados do país.

Por fim, ressalta-se a importância da educação financeira na formação dos/as jovens, desde a infância, no sistema de ensino como sendo elemento fundamental até o resto da vida, porque é um tipo de conhecimento que precisa estar sendo estimulado recorrentemente para que o consumidor e consumidora adquiram e perpetuem habilidades de gerenciamento financeiro, possam se livrar de situações adversas que comprometam seu bem estar psicológico, físico e financeiro, além de poderem argumentar contra as ferramentas utilizadas pelo marketing para persuadir a população e inculcar necessidades antes inexistentes. Por isto, faz-se necessário aprofundar este conhecimento em pesquisas futuras, a fim de contribuir para a vida na sociedade de consumo.

REFERÊNCIAS

BANCO DO BRASIL. **Conta Universitária**. Disponível em: [Banco do Brasil \(bb.com.br\)](http://Banco do Brasil (bb.com.br)). Acesso em: 11 abr. 2022.

BRASIL, CNDL. 8 em cada 10 inadimplentes sofreram impacto emocional negativo por conta das dívidas, revela pesquisa CNDL/SPC Brasil. **CNDL**, 2020. Disponível em: CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas. Acesso em: 11 abr. 2022.

BRASIL, **Dos Direitos e das Políticas Públicas de Juventude**, Lei Nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112852.htm. Acesso em: 30 mar. 2022.

BRASIL. **Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [L8078 \(planalto.gov.br\)](http://L8078 (planalto.gov.br)). Acesso em: 30 mar. 2022.

CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas. **Comportamento do Consumidor no Uso do Crédito**. Brasília: CNDL, 2021. Disponível em: <https://materiais.cndl.org.br/pesquisa-uso-do-credito-comportamento-do-consumidor>. Acesso em: 30 mar. 2022.

COSTA, Fernando Nogueira da. Bancos e crédito no Brasil: 1945-2007. **História e Economia, revista interdisciplinar**, São Paulo, v. 4, n. 2, 2008.

FERREIRA, Mariana Félix *et al.* Educação Financeira, Acesso ao Crédito e o Endividamento de Jovens Universitários da Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu (MG). **Anais do Seminário Científico do UNIFACIG**, n.1, 2017. Disponível em: <http://www.pensaracademico.facig.edu.br/index.php/semiariocientifico/article/view/315/282>. Acesso em: 20 out. 2021.

FRANCO, Thiago Caldas. **O Jovem e o Crédito: Uma Estratégia de Endividamento Precoce?** 2007. Disponível em: http://www.puc-rio.br/pibic/relatorio_resumo2007/relatorios/dir/relatorio_thiago_franco.pdf. Acesso em: 20 out. 2021.

FREY, Janaina. **O superendividamento da população brasileira e sua relação com a publicidade de crédito fácil realizada por bancos e financeiras**. 2018. Disponível em: <https://repositorio.unisc.br/jspui/handle/11624/2174>. Acesso em: 01 dez. 2021.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre, Rio Grande do Sul: UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/serasdownloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2022.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KIYOSAKI, R.; LECHTER, S.L. **Pai rico, pai pobre**. O que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro. 57 ed, Campus Ensine, 2000.

LUZ, Elton John Ferreira; AYRES, Marcos Aurélio Cavalcante; MELO, Maria Aldiléia Silva. Orçamento Familiar: uma análise acerca da educação financeira. **Humanidades & Inovação**, v. 6, n. 12, p. 206-218, 2019.

MARQUES, C. L.; LIMA, C. C.; BERTONCELLO, K. K. R. D. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Brasília: DPDC/SDE, 2010. Disponível em: <prevenção-e-tratamento-do-superendividamento.pdf> — Português (Brasil) (www.gov.br). Acesso em: 01 dez. 2021.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed., rev., atual. e ampl. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2016.

NETO, Luciana. **Endividamento e inadimplência voltam a bater recorde em abril**. 2022. Confederação Nacional do Comércio. Disponível em: <https://www.portaldocomercio.org.br/noticias/tres-em-cada-dez-familias-atrasam-contas-e-dividas-em-abril/423808>. Acesso em: 04 mai. 2022.

OLIVATO, Herica; SOUZA, Patricia Keli Botari de. Endividamento: um estudo preliminar dos fatores contribuintes. **Anais do 1º Simpósio de Educação e do 1º Encontro Científica de Educação da Unisalesiano, Lins/São Paulo**, 2007.

PINHEIRO, R. P. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**. São Paulo, 2008. Disponível em: <https://livrozilla.com/doc/736542/educa%C3%A7%C3%A3o-financeira-e-previdenci%C3%A1ria-a-nova-fronteira-do...>. Acesso em: 19 mar. 2022.

SANTOS, Dayse Amâncio dos; SILVA, Laurileide Barbosa da. Relações entre trabalho e gênero na pandemia do Covid-19: o invisível salta aos olhos. **Oikos: Família e Sociedade em Debate**, v. 32, n. 1, p.10-34, 2021.

SERASA. **Mapa da inadimplência e renegociação de dívidas no Brasil**. 2021. Disponível em: [Mapa de inadimplência e renegociação de dívidas no Brasil da Serasa](#). Acesso em : 13 dez. 2021.

SOUZA, V. de; PENTEADO, C.; NASCIMENTO, R. do; RAIHER, A. P. A **FEMINIZAÇÃO DA POBREZA NO BRASIL E SEUS DETERMINANTES**. Informe GEPEC, [S. l.], v. 24, n. 1, p. 53–72, 2020. DOI: 10.48075/igepec.v24i1.22710. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/gepec/article/view/22710> . Acesso em: 8 maio. 2022.

TEIXEIRA, E. F. Jovem Universitário e o Crédito. **Conversas e controvérsias** , v.1, n.1, p. 57-78, 2010. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/conversasecontroverias/article/view/6871>. Acesso em: 19 mar. 2022.