

**XXVII ENCONTRO NACIONAL DO
CONPEDI SALVADOR – BA**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

EVERTON DAS NEVES GONÇALVES

MARIA CLAUDIA DA SILVA ANTUNES DE SOUZA

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

CLAUDIA LIMA MARQUES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais

Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Santa Catarina

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM – Distrito Federal

Relações Internacionais para o Continente Americano

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul)

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

Comunicação:

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina)

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul)

Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais)

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFBA

Coordenadores: Everton das Neves Gonçalves; Maria Cláudia da S. Antunes de Souza; Mariana Ribeiro Santiago; Cláudia Lima Marques – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-654-3

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito, Cidade Sustentável e Diversidade Cultural

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Salvador, Brasil).

CDU: 34



XXVII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI SALVADOR – BA DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

É com grande satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I”, durante o XXVII Encontro Nacional do CONPEDI, ocorrido entre 13 e 15 de junho de 2018, em Salvador/Bahia, sobre o tema “Direito, cidade sustentável e diversidade cultural”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa em direito no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre o tema das relações de consumo, no contexto da globalização, à luz da ética, da sustentabilidade e da solidariedade social, paradigmas da Constituição Federal.

De fato, não se pode olvidar que a as questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto em segmentos ambiental, social e econômico, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar.

Os temas tratados nesta obra mergulham nos ideais de consumo justo e de consumo sustentável, no fenômeno do consumismo enquanto cultura, nas práticas abusivas observadas em determinados seguimentos do mercado, na proteção dos dados pessoais do consumidor, no impacto da publicidade sobre o consumo e sua autorregulação, nos aspectos da responsabilidade civil etc.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas e sutilezas, sua importância para a defesa de uma sociedade equilibrada e das gerações futuras, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica. Boa leitura!

Everton Das Neves Gonçalves (UFSC)

Maria Claudia da Silva Antunes De Souza (UNIVALI)

Mariana Ribeiro Santiago (UNIMAR)

Claudia Lima Marques (UFRGS)

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

O RECONHECIMENTO DA HIPERVULNERABILIDADE COMO MECANISMO DE EQUILÍBRIO NEGOCIAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR

THE RECOGNITION OF HIPERVULNERABILITY AS A MECHANISM OF BUSINESS BALANCE OF CONSUMER LAW

William Paiva Marques Júnior ¹

Resumo

O reconhecimento da hipervulnerabilidade nas relações de Direito do Consumidor tem por escopo tentar restabelecer o equilíbrio negocial. Essa característica do consumidor decorre diretamente da dignidade da pessoa humana. Por sua vez, o reconhecimento da hipervulnerabilidade tem sido aplicado na orientação jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça (STJ) como forma de proteger consumidores em situações especiais, tais como crianças, idosos, indígenas, dentre outros.

Palavras-chave: Reconhecimento, Hipervulnerabilidade, Mecanismo, Equilíbrio negocial, Direito do consumidor

Abstract/Resumen/Résumé

The recognition of hypervulnerability in the relations of Consumer Law is intended to try to reestablish the negotiating equilibrium. This characteristic of the consumer stems directly from the dignity of the human person. In turn, the recognition of hypervulnerability has been applied in the jurisprudential orientation of the Superior Court of Justice (STJ) as a way to protect consumers in special situations, such as children, elderly, indigenous, among others.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Recognition, Hypervulnerability, Mechanism, Business balance, Consumer law

¹ Mestre e Doutor em Direito Constitucional pela Faculdade de Direito da Universidade Federal do Ceará (UFC). Professor Adjunto I do Departamento de Direito Privado da Faculdade de Direito da UFC.

1. INTRODUÇÃO

Os influxos do neoconstitucionalismo reverberam sobremaneira nas transformações dos tradicionais paradigmas informativos das relações jurídico-privadas, em especial no atinente aos contratos, à propriedade e às famílias.

Diversos fatos sociais tais como: a emancipação feminina; o reconhecimento das relações homoafetivas; decadência dos valores religiosos; globalização cultural, econômica e social; as novas relações familiares; cultura hedonista; declínio do patriarcado; reconhecimento dos direitos das minorias étnico-raciais; sociedade sujeita aos riscos decorrentes dos danos ambientais; alterações na estrutura etária e o envelhecimento das sociedades; individualismo exacerbado imanente ao capitalismo e a valorização dos direitos humanos; crise econômica nos países europeus e Estados Unidos que implicou no desmonte dos pilares sobre os quais se assenta o Estado do Bem Estar Social (*Welfare State*), típico da visão eurocêntrica contemporânea, dentre vários outros são fatores sociais e jurídicos que contextualizam a necessidade de uma abordagem inovadora no campo das relações jurídico-privadas.

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor é enquadrado como um dos fundamentos da política nacional de relações de consumo, conferindo feição instrumental à proteção da defesa do consumidor e, prontamente, da dignidade da pessoa humana.

Logo, tendo por fundamento a dignidade da pessoa humana nas relações de consumo se mostra indispensável o respeito à vulnerabilidade do consumidor também para restabelecer o equilíbrio negocial nas relações consumeristas. Ademais, o reconhecimento da hipervulnerabilidade tem sido aplicado na orientação jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça (STJ) como forma de proteger consumidores em situações especiais, tais como crianças, idosos, indígenas, dentre outros grupos.

No Estado de Direito Liberal a Pandectista, a Escola Histórica, a Jurisprudência dos Conceitos e a Escola da Exegese formaram a base metodológica do Direito Civil clássico, consoante o qual Código Civil ocupava a posição central no sistema jurídico, ao mesmo tempo em que o constitucionalismo tradicional (de cunho liberal e absentista) verificava a Constituição como sendo o documento responsável pela organização estatal e proteção dos cidadãos ante os arbítrios estatais. A hermenêutica deste período menoscabava a função do intérprete à tarefa comezinha de subsunção formal do fato social à norma jurídica. Trata-se de um prisma reducionista uma vez que ignora a Constituição e transforma o Código Civil em centro irradiador exclusivo das

soluções no âmbito jurídico-privado, acarretando a supervalorização de sua utilização na solução das relações travadas entre particulares.

Utiliza-se, como metodologia, de pesquisa do tipo bibliográfica por meio da análise de livros, artigos jurídicos, documentos internacionais, da legislação e da jurisprudência. A pesquisa é pura e de natureza qualitativa, com finalidade descritiva e exploratória.

2. HUMANIZAÇÃO, DESCODIFICAÇÃO E MICRONORMATIZAÇÃO NO DIREITO PRIVADO E SUAS REPERCUSSÕES NO DIREITO DO CONSUMIDOR

Diante do contexto do constitucionalismo em sua fase mais recente observa-se que o universo do Direito Privado deixa de suprir as expectativas das novas demandas sociais, substituindo-se o paradigma da codificação pela descodificação o que implica em uma eclosão de microssistemas normativos, como reflexo da constitucionalização das relações jurídico-privadas. A ideologia da normatização que representa a descodificação é a proteção das partes hipossuficientes das relações jurídico-privadas (o consumidor, o empregado, os idosos, os menores, as mulheres, dentre outras). Nesse contexto, surge o arcabouço normativo plasmado no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº.: 8.078/90).

Nessa ordem de ideias, aduz Orlando Gomes (1983, pág. 09) que a autonomia privada, entendida como poder de autorregulação de interesses, retrai-se em relação à massa de consumidores e usuários e se expande, aumenta e reforça para os empresários, provocando a degeneração do contratualismo pela difusão crescente do contrato de adesão e pelo hibridismo de sua natureza pública e privada.

O Texto Constitucional de 1988, no contexto de humanização das relações jurídico-privadas reconheceu a defesa do consumidor como direito fundamental. A realidade nacional sofreu influência direta do reconhecimento de uma cidadania universal, especialmente, no atinente à tendência de universalização dos direitos humanos fundamentais, da dignidade da pessoa humana e do valor constitucional da solidariedade. O comprometimento da capacidade de autodeterminação do cidadão/consumidor diante do constante apelo para a aquisição de produtos ou serviços, impõe um giro hermenêutico que reconhece a hipervulnerabilidade, ampliando a liberdade do consumidor no momento de expressar seus anseios nas práticas negociais.

Conforme assevera Gustavo Tepedino (2004, págs. 08 a 11), são as seguintes características dos estatutos oriundos da micronormatização: em primeiro lugar, nota-se

uma alteração profunda na técnica legislativa. Cuidam-se de leis que definem objetivos concretos; uma legislação de objetivos, que vai muito além da simples garantia de regras estáveis para os negócios. O legislador fixa as diretrizes da política nacional de consumo; estabelece as metas a serem atingidas no tocante à locação de imóveis urbanos; define programas e políticas para a proteção integral da criança e do adolescente. O legislador vale-se de cláusulas gerais, abdicando da técnica regulamentar que, na égide da codificação, define os tipos jurídicos e os efeitos deles decorrentes. Cabe ao intérprete depreender de cláusulas gerais os comandos incidentes sobre inúmeras situações futuras, algumas delas sequer alvitradas pelo legislador, mas que se sujeitam ao tratamento legislativo pretendido por se inserirem em certas situações-padrão: a tipificação taxativa dá lugar a cláusulas gerais, abrangentes e abertas. Em segundo lugar, verifica-se uma alteração radical na linguagem empregada pelo legislador. As leis passam a ter uma linguagem menos jurídica e mais setorial, uma linguagem que, não obstante os protestos dos juristas, atende às exigências específicas, ora atinentes às questões da informática, ora relacionadas às inovações tecnológicas ou às novas operações contratuais, suscitando muitas vezes dificuldades para o intérprete. Em terceiro lugar, quanto aos objetivos das normas, o legislador, para além de coibir comportamentos indesejados- os atos ilícitos-, em atuação repressiva, age através de leis de incentivo, propõe vantagens ao destinatário, propõe vantagens ao destinatário da norma jurídica (“função promocional do direito”).

Como consectário da humanização das relações consumeristas, tem-se que não mais se limita o legislador à disciplina das relações patrimoniais. Na esteira do Texto Constitucional de 1988, que impõe inúmeros deveres extrapatrimoniais nas relações privadas, tendo em mira a realização da personalidade é a tutela da dignidade da pessoa humana, o legislador sempre mais condiciona a proteção de situações contratuais ou situações jurídicas tradicionalmente disciplinadas sob a óptica exclusivamente patrimonial ao cumprimento de deveres não patrimoniais.

As micronormas (incluindo nesse espectro, o Código de Defesa do Consumidor) são caracterizadas por um verdadeiro caráter contratual. As associações, os sindicatos, os grupos interessados na regulação dos respectivos setores da sociedade negociam e debatem a promulgação de suas leis, buscam a promulgação de normas que atendam a exigências específicas, setorialmente localizadas. Aquele legislador do Código Civil que atuava de maneira geral e abstrata, tendo em vista o cidadão comum, dá lugar a um *legislador-negociador*, com vocação para a *contratação*, que produz a normatização

para determinados grupos – locador e locatário, fornecedores e consumidores, e assim por diante (TEPEDINO, 2004, pág. 10).

A realidade contemporânea extremamente influenciada pela economia na arena social e negocial, transformou o contrato em eficaz mecanismo de exercício de poder, contrapondo-se ao monopólio legislativo estatal. As empresas multinacionais criaram uma normatização específica que por vezes revelaram nítida codificação privada, impostos pelas grandes empresas aos consumidores privados. Eis que muitas arbitrariedades, ilegalidades e até mesmo inconstitucionalidades são justificadas com base nas "normas internas das empresas", como se a autonomia da vontade privada pudesse sobrepujar a normatização estatal¹.

Ao longo do Século XX a passagem do Estado Liberal ao Estado Social implicou em uma atuação dirigista e intervencionista do legislador que substituiu em diversos assunto a normatização do Código Civil de Clóvis Beviláqua, para a legislação extravagante, na instituição de diplomas normativos independentes, dotados de princípios específicos, fundamentados nos paradigmas consagrados pelo neoconstitucionalismo inclusivo, na proteção de diversas minorias (consumidores, mulheres, idosos, crianças, adolescentes, dentre outros) em atendimento às necessidades sociais que a legislação liberal não foi capaz de atender. Apesar dos avanços materializados pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei nº.: 8.078/90), observa-se que o Brasil apresenta uma tutela deficitária para a categoria dos hipervulneráveis à luz dos novos paradigmas introduzidos pela humanização do direito privado.

A questão da hipervulnerabilidade nas relações consumeristas vem, paulatinamente, fazendo parte das discussões em torno da solidariedade e da dignidade da pessoa humana. A cidadania inclusiva também passa a ter papel fundamental na concretização dos valores protetivos ao consumidor uma vez que não existe cidadania sem a satisfação dos direitos fundamentais (individuais, sociais e coletivos) básicos. Em um país tão excludente e desigual como o Brasil, põe-se em debate a efetividade da cidadania para aqueles que não conseguem a satisfação de suas necessidades vitais básicas com moradia, saúde, educação e trabalho.

Nessa ordem de ideias, assevera Cláudia Lima Marques (2014, pág. 309) que o direito privado não pode prescindir do reconhecimento da fraqueza de certos grupos da sociedade, que afinal se apresenta como ponto de encontro entre a função individual que

¹ Sobre o tema, conferir: MARQUES JÚNIOR, 2013, p. 313-353.

tradicionalmente lhe é reconhecida, e sua função social, afirmada no direito privado solidário que emerge da Constituição.

A complexa e desigual realidade brasileira denota que a defesa do consumidor, apesar de constitucionalmente listada no rol dos direitos e garantias fundamentais, vem sendo desvirtuada, menoscabando a fundamentalidade que lhe fora atribuída constitucionalmente.

3. O CONTRIBUTO DO RECONHECIMENTO DA HIPERVULNERABILIDADE NO PLANO DO REEQUILÍBRIO NEGOCIAL DAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

A partir da constitucionalização, micronormatização e humanização do Direito Privado torna-se necessária a reflexão sobre a ressignificação de alguns dogmas do Direito das Obrigações, do Direito dos Contratos e, especialmente do Direito do Consumidor (a exemplo da força obrigatória dos contratos), à luz do fenômeno da despatrimonialização do direito privado e da função social que deve permear todo o direito privado, para verificar a possibilidade de reconhecimento da hipervulnerabilidade como mecanismo de proteção do sujeito consumidor, sob o prisma de promoção de uma maior integração do cidadão/consumidor na perspectiva metodológica interpretativa do Direito Civil-Constitucional.

Sob uma perspectiva principiológica dos contratos, identifica-se a relativização do milenar postulado do *pacta sunt servanda* (contratos fazem *lex inter partes*), a partir da introdução dos princípios socializantes dos contratos, em especial, os princípios da função social dos contratos (Art. 421 do Código Civil: “A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.”) e da boa-fé objetiva (Art. 422 do Código Civil: “Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.”).

De acordo com Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem (2016, págs. 51 e 52), a noção de vulnerabilidade no direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica. A opção do legislador brasileiro, foi pelo estabelecimento de uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, de modo que todos os consumidores sejam considerados vulneráveis, uma vez que a princípio não possuem

o poder de direção da relação de consumo, estando expostos às práticas comerciais dos fornecedores no mercado.

A partir do fenômeno da constitucionalização do direito privado, com especial ênfase no Direito do Consumidor, é imperioso identificar situações de hipervulnerabilidade, e empreender instrumentos de tutela que a contemplem de forma mais ampla e universal.

A hipervulnerabilidade em dupla perspectiva, pode ser observada de um lado: (1) quando o sujeito de direito é alvo de mais de um microsistema de proteção, a exemplo da Lei Maria da Penha, do Estatuto do Idoso, do Código de Defesa do Consumidor, do Estatuto da Criança e do Adolescente, do Estatuto da Igualdade Racial, dentre diversos outros e (2) por outro lado, pode ser verificada, também, quando o consumidor estiver inserido em uma cultura voltada para o consumo propagada pela interação universal concretizada pela globalização, especialmente, depois do avanço tecnológico introduzido pelo desenvolvimento da internet. Registre-se, ainda, que a proteção ao consumidor constitui direito fundamental previsto expressamente na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (arts. 5º-, inciso XXXIII; 170, inciso V e art. 48 do ADCT) e no Código de Defesa do Consumidor (CDC- Lei nº.: 8.078/90) em seu art. 4º-, inciso I que reconhece como objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendido o princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

Para Eduardo Gabriel Saad, José Eduardo Saad e Ana Maria Saad C. Branco (2006, pág. 169), mercê de sua complexa natureza, as relações de consumo processam-se de modo mais favorável aos interesses do fornecedor que os do comprador ou usuário de serviços de terceiros. Por outras palavras, nessas relações é mais fácil o consumidor ser lesado em seus direitos que o fornecedor, o que importa dizer que ele é mais vulnerável ao dano que o fornecedor. Como hipossuficientes, é indistigável a semelhança entre o consumidor e o empregado tutelado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Este, no que tange ao maior poder econômico do empregador; aquele, no tocante às informações sobre a qualidade e composição do que adquire.

Normalmente são reconhecidos 03 (três) tipos de vulnerabilidade ao consumidor: (1) vulnerabilidade fática: oriunda da notória disparidade entre a maior capacidade econômica e social dos fornecedores ante os consumidores, relaciona-se

também às condições físicas ou psicológicas dos consumidores; (2) vulnerabilidade técnica: uma vez que o consumidor não possui os conhecimentos específicos sobre o processo produtivo, bem assim dos atributos específicos de determinados produtos ou serviços adquiridos; (3) vulnerabilidade jurídica, resultante da falta de informação do consumidor a respeito de seus direitos e obrigações, inclusive no que tange às repercussões procedimentais dessa relação jurídica.

Ressalte-se que a orientação jurisprudencial firmada no âmbito do STJ (REsp 1195642 / RJ, Relatora; Min. Nancy Andrighi, julgamento: 13/11/2012. Fonte: DJe 21/11/2012) reconhece a vulnerabilidade informacional agravada ou potencializada, denominada “hipervulnerabilidade do consumidor”, prevista no art. 39, IV, do CDC (“Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (...) IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;”), derivada do manifesto desequilíbrio entre as partes, bem como dos dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra. Em situações de hipervulnerabilidade, o STJ reconhece a aplicação da responsabilidade civil objetiva, na modalidade de dano moral *in re ipsa* (presumido, independente de comprovação do dano sofrido pela vítima).²

Para Gustavo Tepedino (2006, págs. 405 e 406), quando de sua promulgação, o CDC era visto por muitos civilistas como uma lei estrangeira. A introdução de novos princípios contratuais e, especialmente, dos conceitos de vulnerabilidade e

² Neste sentido, conferir: “RECURSO ESPECIAL. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO INDENIZATÓRIA. PROPAGANDA ENGANOSA. COGUMELO DO SOL. CURA DO CÂNCER. ABUSO DE DIREITO. ART. 39, INCISO IV, DO CDC. HIPERVULNERABILIDADE. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. DANOS MORAIS. INDENIZAÇÃO DEVIDA. DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL COMPROVADO. 1. Cuida-se de ação por danos morais proposta por consumidor ludibriado por propaganda enganosa, em ofensa a direito subjetivo do consumidor de obter informações claras e precisas acerca de produto medicinal vendido pela recorrida e destinado à cura de doenças malignas, dentre outras funções. 2. O Código de Defesa do Consumidor assegura que a oferta e apresentação de produtos ou serviços propiciem informações corretas, claras, precisas e ostensivas a respeito de características, qualidades, garantia, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, além de vedar a publicidade enganosa e abusiva, que dispensa a demonstração do elemento subjetivo (dolo ou culpa) para sua configuração. 3. A propaganda enganosa, como atestado pelas instâncias ordinárias, tinha aptidão a induzir em erro o consumidor fragilizado, cuja conduta subsume-se à hipótese de estado de perigo (art. 156 do Código Civil). 4. **A vulnerabilidade informacional agravada ou potencializada, denominada hipervulnerabilidade do consumidor, prevista no art. 39, IV, do CDC, deriva do manifesto desequilíbrio entre as partes.** 5. **O dano moral prescinde de prova e a responsabilidade de seu causador opera-se in re ipsa em virtude do desconforto, da aflição e dos transtornos suportados pelo consumidor.** 6. Em virtude das especificidades fáticas da demanda, afigura-se razoável a fixação da verba indenizatória por danos morais no valor de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais). 7. Recurso especial provido.” (STJ- REsp 1329556 / SP, Relator: Min. Ricardo Villas Bôas Cueva, julgamento: 25/11/2014. Fonte: DJe 09/12/2014). (Grifou-se)

hipossuficiência, a justificarem todo um conjunto de mecanismos de proteção do consumidor, não se deu sem enérgicas reações e desconfianças. Desempenhou, então, o CDC o papel deflagrador de um repensar crítico do direito privado, criando nos anos 1990 um movimento conhecido como *consumerismo*, que procurava se afastar ao máximo da dogmática liberal e patrimonialista do direito civil tradicional. Na esteira de profunda reformulação hermenêutica, surge o Código Civil de 2002, que, lido à luz da legalidade constitucional, assegura à pessoa humana níveis de proteção compatíveis com sua concreta posição (de maior ou menor vulnerabilidade) nas relações paritárias da vida privada. Bastaria invocar os princípios da boa-fé objetiva, da função social do contrato e da propriedade, do equilíbrio econômico dos contratos, da responsabilidade objetiva derivada do *risco-criado*, para se constatar a afirmação da unitariedade do ordenamento e a aproximação progressiva das ferramentas de proteção da pessoa humana na vida civil. O Código Civil e o Código de Defesa do Consumidor não podem ser considerados diplomas contrastantes senão complementares, no âmbito da complexidade do ordenamento, instrumentos para a promoção da solidariedade e do personalismo constitucionais.

Para Cláudia Lima Marques e Bruno Miragem (2016, págs. 63 e 64), a hipervulnerabilidade seria a situação social fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa natural consumidora, por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do fornecedor, como sua idade reduzida (assim, o caso da comida para bebês ou da publicidade para crianças) ou da idade alentada (assim os cuidados especiais com idosos, tanto no CDC em diálogo com o Estatuto do Idoso e da publicidade de crédito para idosos) ou sua situação de doente (assim caso do Glúten e sobre informações na bula de remédios).

Nessa ordem de ideias, decidiu o STJ³, para que a informação seja correta, clara e precisa, torna-se necessária a integração entre a Lei do Glúten (art. 1º- da Lei

³ Observe-se: “PROCESSO CIVIL. PROCESSO COLETIVO. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO COLETIVA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER DE INFORMAR. ROTULAGEM DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS. PRESENÇA DE GLÚTEN. PREJUÍZOS À SAÚDE DOS DOENTES CELÍACOS. INSUFICIÊNCIA DA INFORMAÇÃO-CONTEÚDO “CONTÉM GLÚTEN”. NECESSIDADE DE COMPLEMENTAÇÃO COM A INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN À SAÚDE DOS DOENTES CELÍACOS. INTEGRAÇÃO ENTRE A LEI DO GLÚTEN (LEI ESPECIAL) E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (LEI GERAL). 1. Cuida-se de divergência entre dois julgados desta Corte: o acórdão embargado da Terceira Turma que entendeu ser suficiente a informação “contém glúten” ou “não contém glúten”, para alertar os consumidores celíacos afetados pela referida proteína; e o paradigma da Segunda Turma, que entendeu não ser suficiente a informação “contém glúten”, a qual deve ser complementada com a advertência sobre o prejuízo do glúten à saúde dos doentes celíacos. 2. O CDC traz, entre os direitos básicos do consumidor, a “informação adequada e clara sobre

nº.10.674, de 16 de maio de 2003⁴) e o CDC (lei geral), pois, no fornecimento de alimentos e medicamentos, ainda mais a consumidores hipervulneráveis, não se pode contentar com o standard mínimo, e sim com o standard mais completo possível.

Sobre a hipervulnerabilidade dos produtos destinados a bebês, decidiu o STJ⁵ que produto alimentício destinado especificamente para bebês exposto em gôndola de supermercado, com o prazo de validade vencido, que coloca em risco a saúde de bebês com apenas três meses de vida, causando-lhe gastroenterite aguda, enseja a responsabilização por fato do produto, ante a existência de vício de segurança previsto no art. 12 do CDC.

os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam" (art. 6º, inciso III). 3. Ainda de acordo com o CDC, "a oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores" (art. 31). 4. O art. 1º da Lei 10.674/2003 (Lei do Glúten) estabelece que os alimentos industrializados devem trazer em seu rótulo e bula, conforme o caso, a informação "não contém glúten" ou "contém glúten", isso é, apenas a informação-conteúdo. Entretanto, a superveniência da Lei 10.674/2003 não esvazia o comando do art. 31, caput, do CDC (Lei 8.078/1990), que determina que o fornecedor de produtos ou serviços deve informar "sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores", ou seja, a informação-advertência. 5. Para que a informação seja correta, clara e precisa, torna-se necessária a integração entre a Lei do Glúten (lei especial) e o CDC (lei geral), pois, no fornecimento de alimentos e medicamentos, ainda mais a consumidores hipervulneráveis, não se pode contentar com o standard mínimo, e sim com o standard mais completo possível. 6. O fornecedor de alimentos deve complementar a informação-conteúdo "contém glúten" com a informação-advertência de que o glúten é prejudicial à saúde dos consumidores com doença celíaca. Embargos de divergência providos para prevalecer a tese do acórdão paradigma no sentido de que a informação-conteúdo "contém glúten" é, por si só, insuficiente para informar os consumidores sobre o prejuízo que o alimento com glúten acarreta à saúde dos doentes celíacos, tornando-se necessária a integração com a informação-advertência correta, clara, precisa, ostensiva e em vernáculo: "CONTÉM GLÚTEN: O GLÚTEN É PREJUDICIAL À SAÚDE DOS DOENTES CELÍACOS". "(STJ- EREsp 1515895 / MS, Relator: Min. Humberto Martins, julgamento: 20/09/2017. Fonte: DJe 27/09/2017).

⁴ "Art. 1º Todos os alimentos industrializados deverão conter em seu rótulo e bula, obrigatoriamente, as inscrições "contém Glúten" ou "não contém Glúten", conforme o caso. § 1º A advertência deve ser impressa nos rótulos e embalagens dos produtos respectivos assim como em cartazes e materiais de divulgação em caracteres com destaque, nítidos e de fácil leitura. § 2º As indústrias alimentícias ligadas ao setor terão o prazo de um ano, a contar da publicação desta Lei, para tomar as medidas necessárias ao seu cumprimento."

⁵ Veja-se: "Direito do consumidor. Recurso especial. Ação de indenização por danos morais e materiais. Consumo de produto colocado em circulação quando seu prazo de validade já havia transcorrido. "ArrozinaTradicional" vencida que foi consumida por bebês que tinham apenas três meses de vida, causando-lhes gastroenterite aguda. Vício de segurança. Responsabilidade do fabricante. Possibilidade. Comerciante que não pode ser tido como terceiro estranho à relação de consumo. Não configuração de culpa exclusiva de terceiro. - Produto alimentício destinado especificamente para bebês exposto em gôndola de supermercado, com o prazo de validade vencido, que coloca em risco a saúde de bebês com apenas três meses de vida, causando-lhe gastroenterite aguda, enseja a responsabilização por fato do produto, ante a existência de vício de segurança previsto no art. 12 do CDC. - O comerciante e o fabricante estão inseridos no âmbito da cadeia de produção e distribuição, razão pela qual não podem ser tidos como terceiros estranhos à relação de consumo. - A eventual configuração da culpa do comerciante que coloca à venda produto com prazo de validade vencido não tem o condão de afastar o direito de o consumidor propor ação de reparação pelos danos resultantes da ingestão da mercadoria estragada em face do fabricante. Recurso especial não provido." (STJ- REsp 980860 / SP, Relatora: Min. Nancy Andrighi, julgamento: 23/04/2009. Fonte: DJe 02/06/2009).

Com o intuito de equilibrar o consumidor, isto é suprir a sua vulnerabilidade, faz-se mister a aplicação dos princípios diretivos consumeristas da boa-fé e da transparência.

Na visão de Zygmunt Bauman (2008, pág. 41), o consumismo é um tipo de arranjo social, cujas vontades são recicladas, consistindo na principal força motivadora da sociedade, ocupando o espaço da força motivadora anterior que era o trabalho. O mero ato de consumir seria a ocupação dos sujeitos, enquanto que o consumismo seria um atributo da sociedade de consumo. O consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho.

Na sociedade consumista contemporânea, o sentimento de cidadão atrela-se ao sentimento de pertença à comunidade que ocorre muitas vezes por meio do consumo. Se a pessoa por alguma situação externa ou circunstância subjetiva esteja inserida no rol dos vulneráveis alheios ao consumo, não ocorre sua identificação com a cidadania plena. Desse modo, é preciso que haja a busca na concretização daqueles que se sentem excluídos da comunidade. É preciso buscar a cidadania dos hipervulneráveis, algo que pode ser solucionado por meio dos mecanismos fornecidos pelo Direito Fraternal.

De acordo com Nicola Matteucci (1998, pág. 355), o constitucionalismo moderno tem, na promulgação de um texto escrito contendo uma declaração dos Direitos Humanos e de cidadania, um dos seus momentos centrais de desenvolvimento e de conquista, que consagra as vitórias do cidadão sobre o poder.

Sobre o exercício da cidadania, é indispensável tratá-lo atrelado ao conceito de solidariedade e de inclusão ao mercado de consumo, especialmente aquela almejada por sociedades que se pretendem justas e igualitárias, conforme a ideologia informativa do Texto Constitucional de 1988.

Nessa ordem de ideias, José Murilo de Carvalho (2017, págs. 227 e 228) reflete sobre os sintomas perturbadores oriundos das mudanças trazidas pelo renascimento liberal atrelado ao desenvolvimento da cultura do consumo entre a população, inclusive a mais excluída. O autor coloca como exemplo o fenômeno da invasão pacífica de um *shopping center* de classe média no Rio de Janeiro por um grupo de sem-teto. A invasão teve o mérito de denunciar de maneira dramática os dois brasis, o dos ricos e o dos pobres. Os ricos se misturavam com os turistas estrangeiros mas estavam a léguas de distância dos seus patrícios pobres. Mas ela também revelou as perversidades do consumismo. Os sem-teto reivindicavam o direito de consumir. Não queriam ser cidadãos, mas consumidores. Ou melhor, a cidadania que reivindicavam era a do direito

do consumo, era a cidadania pregada pelos novos liberais. Se o direito de comprar um telefone celular, um tênis, um relógio da moda consegue silenciar ou prevenir entre os excluídos a militância política, o tradicional direito político, as perspectivas de avanço democrático se veem diminuídas.

O resgate do valor constitucional da solidariedade tem o condão de romper o paradigma do individualismo, norteador das relações sociais contemporâneas. A única saída para a construção e o fortalecimento da cidadania inclusiva é o fortalecimento do espaço público.

De acordo com José Carlos Vieira de Andrade (2006, pág. 146), a eficácia externa dos direitos fundamentais foi inicialmente pensada como eficácia horizontal, para fundamentar uma obrigação geral de respeito nas relações entre indivíduos, supostamente iguais, contraposta à sua típica eficácia vertical, nas relações do indivíduo perante o poder estatal. Por outro lado, tendo em conta que os sujeitos da relação jusfundamental seriam o indivíduo e o Estado, a eficácia externa das normas relativas aos direitos fundamentais surgia, então, concebida como eficácia perante terceiros (*Drittwirkung*).

No plano das relações consumeristas, o resgate do valor constitucional da solidariedade significa incorporar o advento do constitucionalismo igualitário às relações humanas, a traduzir verdadeira comunhão de vida ou vida social em clima de fraternidade em benefício da saúde e contra eventuais tramas do acaso e até dos golpes da própria natureza, que acometem os consumidores.

Para Gregorio Robles (1997, p. 153)⁶, se o pluralismo originalmente exigia a convivência no âmbito da democracia formal, hoje exige o desenvolvimento de uma democracia material (substantiva), estabelecida, portanto, não só em liberdades 'vazias', mas também em critérios de política positiva que, do ponto de vista ético, não pode encontrar um assento na ideia individualista, mas na noção da solidariedade e da responsabilidade.

Sobre a consolidação dos direitos humanos na proteção de grupos vulneráveis, assevera Nicola Matteucci (1998, pág. 354) que o teor individualista original da *Déclaration des droits de l'homme et du citoyen*, votada pela Assembleia Nacional francesa em 1789, que exprimia a desconfiança do cidadão em face do Estado e contra

⁶ Tradução livre: "...si el pluralismo en sus orígenes exigió la convivencia en el marco de una democracia formal, hoy exige el desarrollo de una democracia material, asentada por tanto no sólo en libertades 'huecas', sino también em criterios de política positiva que, desde el punto de vista ético, no pueden encontrar ya asiento en la idea individualista sino en la idea de la solidaridad y de la responsabilidad".

todas as formas do poder organizado, o orgulho do indivíduo que queria construir seu mundo por si próprio, entrando em relação com os outros num plano meramente contratual, foi superado: pôs-se em evidência que o indivíduo não é uma mônada mas um ser social que vive num contexto preciso e para o qual a cidadania é um fato meramente formal em relação à substância da sua existência real; viu-se que o indivíduo não é tão livre e autônomo como o iluminismo pensava que fosse, mas é um ser frágil, indefeso e inseguro. Assim, do Estado absenteísta, passou-se ao Estado assistencial, garante ativo de novas liberdades. O individualismo, por sua vez, foi superado pelo reconhecimento dos direitos dos grupos sociais: particularmente significativo quando se trata de minorias (étnicas, linguísticas e religiosas), de marginalizados (doentes, encarcerados, idosos e mulheres). Tudo isto são consequências lógicas do princípio de igualdade, que foi o motor das transformações no conteúdo da declaração, abrindo sempre novas dimensões aos Direitos Humanos e confirmando por isso a validade e atualidade do texto setecentista.

O clássico modelo liberal privado, defendia uma igualdade formal entre os contratantes. Seus paradigmas informativos mostraram-se não aplicáveis às relações de consumo em decorrência da vulnerabilidade do consumidor, como corolário do resgate do valor constitucional da solidariedade. A prática da liberdade contratual igualitária e abstencionista, de cunho individualista, no momento histórico do surgimento do processo de industrialização, era prejudicial aos interesses básicos do consumidor, ante as disposições contratuais serem postas pela parte mais forte (fornecedor) que elaborava o conteúdo do contrato e o impunha ao elo hipossuficiente (consumidor). Por esta razão, as relações contratuais de consumo foram perdendo o caráter consensual para assumirem o de adesão.

A nítida assimetria dos poderes negociais entre os fornecedores e os consumidores, revelam uma profunda desigualdade nas relações consumeristas. Portanto, cabe ao Estado realizar, por intermédio das leis, o equitativo e solidário equilíbrio de interesses opostos, na busca da harmonia contratual.

Nessa ordem de ideias, é necessário atentar para a liberdade das atividades empresariais, atrelada à ampliação e desenvolvimento das técnicas publicitárias criaram uma sociedade extremamente consumista que associa o conceito de cidadania ao acesso aos bens e serviços.

Para Stefano Rodotà (2014, p. 282)⁷, considerado como um todo, o sistema jurídico europeu, a forte dialética existente entre o reducionismo econômico e a tutela da pessoa em toda a riqueza de sua existência ainda é percebida. A regulamentação europeia privilegiou a atenção da pessoa na dimensão do consumo, tornando a tutela do consumidor um dos principais objetivos de sua atenção.

Algumas práticas de fornecedores mostram-se atentatórias à dignidade dos consumidores. Esse fenômeno faz surgir a premente necessidade de o Estado sair dessa postura inercial para atender aos reclamos e anseios de uma sociedade conflituosa e massificada. O equilíbrio entre as partes estava definitivamente rompido nessa nova estrutura social. Assim, houve paulatinamente a passagem do Estado Liberal e abstencionista para o Estado Social e intervencionista, relativizando-se o individualismo imperante, até então, adotando-se elementos de reforma com reflexos positivos na defesa do consumidor.

As transformações sociais fizeram surgir movimentos organizados nos quais os consumidores exigiram o reconhecimento de seus direitos, considerados a parte vulnerável na relação de consumo. No Brasil, a vulnerabilidade que seria posteriormente reconhecida em fins do século XX, por intermédio da positivação da defesa do consumidor como direito fundamental e como princípio geral da atividade econômica.

Salienta Eros Roberto Grau (2006, pág. 250): há de ser esboçado a partir da verificação de que, adotando os mercados, formas assimétricas, consumidor é, em regra, aquele que se encontra em uma posição de debilidade e subordinação estrutural em relação ao produtor do bem ou serviço de consumo.

Na sistemática consagrada pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei n.º: 8.078/90), o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo constitui princípio-chave contendo, também, com a existência de presunção de hipossuficiência em se tratando das pessoas naturais.

Nessa ordem de ideias, assim como o microssistema normativo de tutela do consumidor há, no ordenamento normativo brasileiro, outros diplomas normativos que foram confeccionados com o escopo de alcançar determinados grupos sociais que se encontram em situação de vulnerabilidade potencializada em virtude de ostentarem certas

⁷ RODOTÀ, Stefano. **El derecho a tener derechos**. Traducción de José Manuel Revuelta. Madrid: Editorial Trotta,. Tradução livre: “Considerado en su conjunto el sistema jurídico europeo, se sigue percibiendo la fuerte dialéctica existente entre reduccionismo económico y tutela de la persona en toda la riqueza de su existencia. La normativa europea ha privilegiado la atención por la persona en la dimensión del consumo, haciendo de la tutela al consumidor uno de los objetivos primarios de su atención.”

características (idosos, crianças, mulheres, indígenas, estrangeiros, pessoas com deficiência, negros, dentre diversos outros). Esses grupos, ao atuarem como consumidores, sob o prisma da solidariedade que reverbera no reconhecimento da hipervulnerabilidade, teria sua condição de vulnerabilidade agravada.

A gradação da vulnerabilidade decorre da aplicação dos valores constitucionais de proteção de sujeitos vulneráveis nas múltiplas relações privadas, especialmente por intermédio do valor constitucional da solidariedade que irradia seus efeitos na órbita jurídico-consumerista.

A vulnerabilidade do cidadão/consumidor deixou de ser algo meramente relacionado ao seu comportamento e tornou-se um mecanismo jurídico justificador de medidas de proteção em ocasiões de latente desequilíbrio – neste caso, o desequilíbrio nas relações entre particulares, implicando no reequilíbrio das relações negociais.

Na visão do STJ⁸, na proteção dos vulneráveis e, com maior ênfase, dos hipervulneráveis, na qual o legislador não os distingue, descabe ao juiz fazê-lo, exceto se for para ampliar a extensão, o grau e os remédios em favor dos sujeitos especialmente amparados.

De acordo com Cláudia Lima Marques (2014, págs. 327 a 329), a jurisprudência brasileira desenvolveu a noção de hipervulnerabilidade como um corolário positivo da proibição constitucional e discriminação, logo do princípio da igualdade (um dever-ser) e mandamento de pleno desenvolvimento da personalidade, diretamente ligada, pois, à visão de dignidade da pessoa humana (tratamento equitativo e digno da pessoa humana). A hipervulnerabilidade é o grau excepcional (e “juridicamente relevante”) da vulnerabilidade geral dos consumidores. Parece aqui que os incômodos com o simples acesso ao consumo de qualidade não podem ser tolerado, é interesse social que não haja discriminação para estes grupos de consumidores hipervulneráveis (e constitucionalmente protegidos), logo, o dano deveria realmente ser indenizável, até mesmo para desestimular que o Brasil continue a discriminar os idosos, doentes, deficientes físicos e mentais por meio dos “percalços” do consumo.

É patente a vulnerabilidade do consumidor nas relações consumeristas, especialmente com a utilização de contratos eletrônicos pela internet, por isso, deve haver acompanhamento da evolução da legislação protetiva no mesmo ritmo da evolução tecnológica, que vem transformando o mercado de consumo, e esse, o comportamento do

⁸ Veja-se: STJ- REsp 1064009 / SC, Relator: Min. Herman Benjamin, julgamento: 04/08/2009. Fonte: DJe 27/04/2011

consumidor que não encontra proteção na legislação específica atinente ao omissivo Marco Civil da Internet (Lei nº. 12.965/2014). Associado ao aludido fenômeno, tem-se a existência de uma cultura cidadã contemporânea voltada para o consumo que, juntamente com outros elementos, induz agravamento na situação de vulnerabilidade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A perspectiva contemporânea do Direito do Consumidor sob os influxos do neoconstitucionalismo inclusivo abandonou o seu caráter liberal, individualista e patrimonialista rumo à concretização de valores mais nobres como a solidariedade, cooperação, isonomia e dignidade humana.

Na contemporaneidade, verifica-se uma nova fase no percurso interpretativo do Direito do Consumidor, no qual se revela a proteção de grupos vulneráveis que, ao atuarem como consumidores, sob o prisma da solidariedade constitucional inclusiva que reverbera no reconhecimento da hipervulnerabilidade.

A vulnerabilidade do cidadão/consumidor deixou de ser algo meramente relacionado ao seu comportamento e tornou-se um mecanismo jurídico justificador de medidas de proteção em ocasiões de latente desequilíbrio – neste caso, o desequilíbrio nas relações entre particulares, implicando no reequilíbrio das relações negociais.

A gradação da vulnerabilidade agravada (hipervulnerabilidade), decorre da aplicação dos valores constitucionais de proteção de sujeitos vulneráveis nas múltiplas relações privadas, especialmente por intermédio do valor constitucional da solidariedade que irradia seus efeitos na órbita jurídico-consumerista. Utilização de termos como “hipervulnerável”, vulnerabilidade agravada, especial vulnerabilidade, ou extensa vulnerabilidade são utilizados recorrentemente na doutrina e jurisprudência majoritárias que entendem certas categorias de consumidores, tais como idosos, crianças, indígenas, pessoas com deficiência, tendo sua vulnerabilidade aumentada no tocante ao consumidor mediano.

A delimitação conceitual de hipervulnerabilidade é fruto da proibição constitucional de discriminação, ou seja, dos postulados da dignidade da pessoa humana, da igualdade e da solidariedade.

A Constituição de 1988 serviu de freio ao ímpeto liberal de tudo permitir e regular minimamente as obrigações estabelecidas nas práticas consumeristas ao reconhecer dignidade e direitos ao elo mais fraco dessa relação contratual: o consumidor.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDRADE, José Carlos Vieira de. **Os Direitos Fundamentais na Constituição Portuguesa de 1976**. 3ª- edição. Coimbra: Almedina, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: o longo caminho**. 23ª- edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.
- GOMES, Orlando. **Novos temas de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 1983.
- GRAU, Eros Roberto. **A Ordem Econômica na Constituição de 1988**. 11ª- edição. São Paulo, Malheiros, 2006.
- TEPEDINO, Gustavo. **Temas de Direito Civil**. 3ª- edição. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.
- MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. Autonomia dos vulneráveis no Direito Privado Brasileiro. MARQUES, Cláudia Lima; BENICKE, Cristoph; JAEGER JUNIOR, Augusto. **Diálogo entre o direito brasileiro e o direito alemão: fundamentos, métodos e desafios do ensino, pesquisa e extensão em tempos de cooperação internacional**. Porto Alegre: Gráfica e Editora RJR, 2016.
- MARQUES, Cláudia Lima. Algumas observações sobre a pessoa no mercado e a proteção dos vulneráveis no Direito Privado Brasileiro. GRUNDMANN, Stefan; MENDES, Gilmar; MARQUES, Cláudia Lima; BALDUS, Christian; MALHEIROS, Manuel (Organizadores). **Direito Privado, Constituição e Fronteiras: encontros da Associação Luso-Alemã de Juristas no Brasil**. 2ª- edição. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.
- MARQUES JÚNIOR, William Paiva. Influxos do neoconstitucionalismo na descodificação, micronormatização e humanização do Direito Civil. **Revista da Faculdade de Direito, Universidade Federal do Ceará**, v. 34, Fortaleza, 2013, p. 313-353.
- MATTEUCCI, Nicola. Direitos Humanos. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco (orgs.). **Dicionário de Política. Volume I**. Tradução: João Ferreira et. all. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1998.
- ROBLES, Gregorio. **Los derechos fundamentales y la ética em la sociedad actual**. Reimpresión Revisada. Madrid: Editorial Civitas, S.A., 1997.
- RODOTÀ, Stefano. **El derecho a tener derechos**. Traducción de José Manuel Revuelta. Madrid: Editorial Trotta, 2014.

SAAD, Eduardo Gabriel; SAAD, José Eduardo Duarte; C. BRANCO, Ana Maria Saad.
Código de Defesa do Consumidor Comentado. 6ª- edição. São Paulo: LTr, 2006.