

V ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

DANIELA MENENGOTI RIBEIRO

FLAVIA PIVA ALMEIDA LEITE

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal 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

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

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

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

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

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

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

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

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

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

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

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigner Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

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

D597

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

Coordenadores: Daniela Menengoti Ribeiro; Flavia Piva Almeida Leite – Florianópolis: CONPEDI, 2022.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-479-2

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

Tema: Inovação, Direito e Sustentabilidade

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Globalização. V Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2022 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



V ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

APRESENTAÇÃO

Grupo de Trabalho em “DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO”

O V Encontro Virtual do CONPEDI (Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito) realizado entre os dias 4 e 18 de junho de 2022, teve como tema central “Inovação, Direito e Sustentabilidade”, na tentativa de promover uma perspectiva multidimensional do direito capaz de incorporar os objetivos do desenvolvimento sustentável, conhecida como Agenda 2030.

A quinta edição do Encontro Virtual do CONPEDI, que reuniu acadêmicos de todas as regiões do Brasil e convidados estrangeiros em um ambiente 100% virtual, manteve a seriedade e qualidade da produtividade características das edições anteriores, e oportunizou a continuidade da integração com pesquisadores em tempos tão adversos e desafiadores.

As professoras Dr.^a Daniela Menengoti Ribeiro, da Universidade Cesumar (Unicesumar) Dr.^a Flavia Piva Almeida Leite, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) foram honradas com a coordenação das atividades do Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo” e com a coordenação dessa obra.

Os trabalhos desse Grupo de Trabalho se deram na tarde do dia 18 de junho de 2022, ocasião em que os autores expuseram suas pesquisas e debateram temas que estão no centro das especulações de um conjunto significativo dos estudiosos do direito.

Com o objetivo de dinamizar as apresentações, os artigos foram organizados em três blocos temáticos, “Consumo e Ambiente Digital”, “Superendividamento e Vulnerabilidades nas Relações de Consumo” e “Novos Desafios das Relações de Consumo: Sustentabilidade, Segurança Alimentar, Infoprodutos, Consumo Compartilhado e Responsabilidade Civil”, ficando assim dispostos:

1. A ASCENSÃO DO E-COMMERCE NA REALIDADE DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS E A (IM)POSSIBILIDADE DE VIOLAÇÃO DA PRIVACIDADE NO USO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS
2. A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS PROVEDORES DE INTERNET PELA LIBERDADE DE EXPRESSÃO DOS SEUS USUÁRIOS: UM ANÁLISE A PARTIR DO MARCO CIVIL DA INTERNET E DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
3. COMO A DESINFORMAÇÃO (FAKE NEWS) AFETA AS RELAÇÕES DE CONSUMO
4. METAVERSO, MÍDIAS SOCIAIS E OS NEURODIREITOS NA SOCIEDADE HIPERCONSUMISTA DA SEDUÇÃO
5. PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR E PUBLICIDADE FURTIVA NAS REDES SOCIAIS: ENTRE A AUTORREGULAMENTAÇÃO DA PUBLICIDADE PELO CONAR E A INTERVENÇÃO ESTATAL
6. A “NOVA” DEFESA DO CONSUMIDOR NO AMBIENTE DIGITAL: A PROTEÇÃO DE DADOS COMO UM NOVO DIREITO FUNDAMENTAL
7. INTERVENÇÃO DO ESTADO EM MATÉRIA CONSUMERISTA E A LGPD
8. A NOVA LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO E A PROMOÇÃO DO CRÉDITO RESPONSÁVEL COMO FORMA DE RESTABELECIMENTO DA DIGNIDADE HUMANA, E DA PROMOÇÃO DO MÍNIMO EXISTENCIAL
9. SUPERENDIVIDAMENTO DO CONSUMIDOR: SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE ECONÔMICA DE MULHERES E DE IDOSOS NA SOCIEDADE BRASILEIRA
10. CONTRIBUIÇÕES DA ANÁLISE ECONÔMICA DO DIREITO PARA A TOMADA DE DECISÕES DO CONSUMIDOR: UM ESTUDO SOBRE A PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

11. A TUTELA PROVISÓRIA DE URGÊNCIA COMO INSTRUMENTO DE PROTEÇÃO EFETIVA DOS DIREITOS DOS CONSUMIDORES SUPERENDIVIDADOS DURANTE O PROCEDIMENTO DE REPACTUAÇÃO DE DÍVIDAS: PREVISTO NA LEI Nº 14.181 /2021

12. PRINCÍPIO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA E O MÍNIMO EXISTENCIAL SOB A ÉGIDE DA LEI DO SUPERENDIVIDAMENTO

13. O ESTUDO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E SEUS REFLEXOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

14. A HIPERVULNERABILIDADE DA CRIANÇA E A REGULAMENTAÇÃO DA PUBLICIDADE INFANTIL NO BRASIL E NO MUNDO

15. A ESG E O GREENWAHING: O FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA CORPORATIVA PARA O ESTABELECIMENTO DE MÉTRICAS, PARÂMETROS E PROCESSOS SUSTENTÁVEIS PARA PROTEÇÃO AO INVESTIDOR

16. CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: UMA NOVA ORDEM ECONÔMICA E OS DESAFIOS PARA A SOCIEDADE CONSUMEIRISTA

17. CONSUMO SUSTENTÁVEL: A EMERGÊNCIA DE UM NOVO MODELO DE COMPORTAMENTO HUMANO

18. O CONSUMO COMPARTILHADO: RELEITURA DOS SUJEITOS DA CADEIA DE CONSUMO

19. DIREITO AO ARREPENDIMENTO NA COMPRA DE INFOPRODUTOS EM MARKETPLACES: PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR CONTRA PRÁTICAS ILÍCITAS

20. DIREITO SOCIAL NA MESA DO CIDADÃO: SEGURANÇA ALIMENTAR E CDC

21. FUNÇÕES DA RESPONSABILIDADE CIVIL E SUAS INTEPRETAÇÕES

As coordenadoras agradecem as contribuições acadêmicas dos autores Adriano da Silva Ribeiro, Alexander Giugni Maia Soares, Alexander Perazo Nunes de Carvalho, Andressa De Brito Bonifácio, Anna Walleria Guerra Uchôa, Augusto Amaral Borgongino de Carvalho, Bárbara Madalena Heck da Rosa, Daniel Stefani Ribas, Eduardo Poletto de Oliveira, Gustavo

Corulli Richa, Gustavo Silveira Borges, Helaine Magalhães Medeiros Ibiapina, Isabella de Souza Copetti Elias, Jacob Arnaldo Campos Farache, Jéssica Amanda Fachin, João Paulo Bezerra de Freitas, José Fernando Vidal De Souza, Karla Maia Barros, Manuella Campos Perdigão e Andrade Atalano, Marcela Papa Paes, Mariana de Siqueira, Marta Barros Vasconcelos, Mateus Eduardo Siqueira Nunes Bertoncini, Nicolás Cage Caetano da Silva, Osmar Fernando Gonçalves Barreto, Patrícia Longaretti Felipe, Paulo Marcio Reis Santos, Regina Greve, Rômulo Marcel Souto dos Santos, Ronny Max Machado, Sandra Morais Brito Costa, Sara de Castro José, Silvana Fiorilo Rocha de Resende, Silvia Helena Mendiondo Gomes, Sumaia Tavares de Alvarenga Matos, Thales de Oliveira Machado, Thiago Braga Parente e Ursula Spisso Monteiro Britto.

Além de se revelar uma rica experiência acadêmica, com debates produtivos e bem-sucedidas trocas de conhecimentos, o Grupo de Trabalho “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo” também proporcionou um entoadado passeio pelos sotaques brasileiros, experiência que já se tornou característica dos eventos do CONPEDI pela participação abrangente de pesquisadores de diversas regiões.

Registramos também o importante apoio técnico e a impecável organização do CONPEDI na pessoa da Amanda, que acompanhou os trabalhos deste Grupo de Trabalho e atendeu prontamente às demandas dos participantes.

Por fim, reiteramos nosso imenso prazer em participar da coordenação desta obra e do CONPEDI, e desejamos a todos uma excelente leitura.

Maringá, Paraná

São Paulo, São Paulo

junho de 2022

Prof.^a Dr.^a Daniela Menengoti Gonçalves Ribeiro, Universidade Cesumar (Unicesumar),

Prof.^a Dr.^a Flavia Piva Almeida Leite, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP).

O ESTUDO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E SEUS REFLEXOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

THE STUDY OF CONSUMER VULNERABILITY AND ITS REFLECTIONS ON CONSUMER RELATIONS

**Alexander Perazo Nunes de Carvalho
Thiago Braga Parente**

Resumo

Este artigo tem como objetivo estudar a vulnerabilidade do consumidor, assim como seus desdobramentos nas relações de consumo. Além disso, aborda-se um estudo da legislação constitucional e infraconstitucional sobre o assunto a fim de entender o conceito, espécies e reflexos da vulnerabilidade do consumidor, a qual foi agravada pela globalização, massificação e informatização das relações de consumo no âmbito da pós-modernidade. Apresentam-se as principais discussões da doutrina e jurisprudência sobre o tema. O trabalho trata de uma pesquisa qualitativa de cunho bibliográfico e documental, uma vez que analisa os dados relativos aos mencionados julgados, artigos científicos, doutrinas e trabalhos monográficos.

Palavras-chave: Vulnerabilidade, Consumidor, Hipossuficiência, Proteção do consumidor, Relação de consumo

Abstract/Resumen/Résumé

This article aims to study consumer vulnerability, as well as its consequences in consumer relations. In addition, a study of constitutional and infra-constitutional legislation on the subject is addressed in order to understand the concept, species and reflexes of consumer vulnerability, which was aggravated by globalization, massification and computerization of consumer relations in the post- modernity. The main discussions of doctrine and jurisprudence on the subject are presented. The work is qualitative research of bibliographic and documentary nature, as it analyzes data related to the aforementioned judgments, scientific articles, doctrines and monographic works.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Vulnerability, Consumer, Low sufficiency, Consumer protection, Consumer relationship, Consumer protection code

1 INTRODUÇÃO

Na Terceira Revolução Industrial, a sociedade passou por uma mudança radical no centro do poder e nas relações jurídicas e sociais, passando o consumo a ser o seu centro gravitacional de organização. Com a democratização do consumo, houve a transformação da sociedade de produtores em sociedade de consumidores.

Assim, foi possível a implementação da massificação do consumo, o qual passou a orientar o desenvolvimento das relações sociais, políticas e econômicas da sociedade pós-moderna. Dessa forma, surgiu para o Estado o poder-dever de editar normas constitucionais e infralegais capazes de tutelar adequadamente os consumidores no âmbito das relações de consumo, cumprindo o princípio da solidariedade previsto no art. 3º, inc. I, da Constituição Federal de 1988 (CFRB/88).

Além disso, o legislador constituinte também previu na Constituição Federal de 1988 (CFRB/88) mandamentos constitucionais no sentido de fazer cumprir essa missão. Assim, o direito do consumidor teve amparo na Constituição Federal de 1988 (CFRB), trazendo dois principais comandos constitucionais, quais sejam, os art. 5º, inc. XXXII, que trata dos direitos fundamentais, e o art. 170, inc. V, que aborda os princípios da ordem econômica nacional.

Com o objetivo de cumprir o mandamento constitucional a nível infralegal, foi editado o Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90), o qual previu uma legislação específica capaz de fazer cumprir a proteção consumerista nas relações de consumo. Este diploma legal trouxe também o princípio da vulnerabilidade, disposto na Política Nacional das Relações de Consumo, no art. 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90).

Dessa forma, a sociedade passou a ter uma maior garantia e aplicação dos seus direitos, pois a legislação passou a proteger a parte vulnerável na relação de consumo, no princípio da boa-fé, além de oferecer mecanismos processuais capazes de trazer equilíbrio às relações jurídicas, tendo em vista a posição de superioridade do fornecedor frente ao consumidor.

O problema em torno do qual se desenvolve a pesquisa consiste em desenvolver um estudo em torno do tema da vulnerabilidade do consumidor e seus reflexos nas relações de consumo. O estudo preocupa-se também em distinguir de forma clara as espécies de vulnerabilidade: a) jurídica ou científica; b) técnica; c) fática ou socioeconômica; e d) informacional.

Ademais, discorre-se sobre o assunto da hipervulnerabilidade de certos grupos de consumidores. Aborda-se também o problema contemporâneo da obsolescência programada e seus reflexos no campo da vulnerabilidade do consumidor. Por fim, busca-se diferenciar os

conceitos de vulnerabilidade e hipossuficiência, assim como seus desdobramentos.

A pesquisa partiu da análise da legislação, da bibliografia e de julgados sobre o tema da vulnerabilidade do consumidor. No desenvolvimento deste trabalho, realizou-se uma pesquisa qualitativa. Nesse sentido, utilizou-se o método dedutivo, embasado em análises e conclusões a partir de artigos, de doutrinas e de julgados.

2 UMA VISÃO CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR NA PÓS-MODERNIDADE

Consoante Zygmunt Bauman (2008), junto ao fenômeno da globalização, houve a transformação da sociedade de produtores em sociedade de consumidores. Tal fato, de acordo com o autor, é a justificativa de o consumo ter passado a ser o centro da organização da sociedade. Nesse período, diante dessa transformação:

[...] as tarefas envolvidas na comodificação e recomodificação do capital e do trabalho passaram por processos simultâneos de desregulamentação e privatização contínuas, profundas e aparentemente irreversíveis, embora ainda incompletas (BAUMAN, 2008, p. 9-10).

Desse modo, a massificação do consumo passou a orientar o desenvolvimento das relações sociais, políticas e econômicas da sociedade pós-moderna. Bauman (2008, p. 23) continua: “consumo é uma condição, e um aspecto, permanente e irremovível, sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos.”.

Logo, percebe-se a importância da centralidade do consumo na estrutura da sociedade na modernidade líquida. Nesse sistema econômico, as pessoas devem participar do mercado com o objetivo de auferir renda e, com isso, são influenciadas a consumirem para buscarem o ideal de sucesso, qual seja, uma vida feliz e confortável.

2.1 O Direito do Consumidor e a Constituição Federal de 1988

Após a Segunda Guerra Mundial, houve um movimento para fortalecer o princípio da dignidade da pessoa humana e para produzir constituições que privilegiassem esse bem maior. No Brasil, diante da força normativa da constituição, como ensina Konrad Hesse, todo o ordenamento jurídico infraconstitucional deve simetria ao cumprimento dos mandamentos constitucionais (BONAVIDES, 2019).

A Constituição Federal brasileira de 1988, no seu art. 1º, inc. III, previu, como um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito, a dignidade da pessoa humana, que é um bem intangível. Esta, em seu art.1º, diz que a República Federativa é formada com alguns fundamentos, entre os quais a cidadania, a dignidade da pessoa humana, e também os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, previsto no art. 1º, inc. IV. Este último também foi previsto no art. 170, inc. V (BRASIL, 1988).

Dessa forma, vale observar que o legislador constituinte teve a preocupação de inserir no contexto das garantias do artigo 5º a defesa do consumidor como dever do Estado. O consumidor foi erigido ao posto de figura constitucional, tendo em vista que, no contexto do capitalismo moderno, a sua proteção passa a ser dever do Estado (CANOTILHO; MENDES; SARLET; STRECK, 2018).

Seguindo nessa linha, a legislação consumerista não foge a essa regra. O Direito do Consumidor tem amparo na Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988, n.p.), que traz os dois principais comandos constitucionais nesse sentido, quais sejam, os art. 5º, inc. XXXII, que trata dos direitos fundamentais, e o art. 170, inc. V, que aborda os princípios da ordem econômica nacional, *in verbis*:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] **XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.**

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] **V — defesa do consumidor** (grifo nosso).

Dessa forma, pode-se verificar a relevância da Constituição no intuito de garantir ao consumidor a sua proteção constitucionalmente, tanto como direito fundamental no art. 5º, inc. XXXII, como princípio da ordem econômica nacional, no art. 170, inc. V, da CRFB de 1988. Essa preocupação surgiu diante de uma clara vulnerabilidade dos consumidores ao mercado globalizado.

Apesar disso, ao se analisar as relações de consumo, verifica-se claramente uma assimetria e uma vulnerabilidade na relação entre fornecedor e consumidor. Estando o consumidor quase sempre em desvantagem, acertadamente a Constituição Federal de 1988 serviu como marco de reconstrução de um direito privado brasileiro mais social e preocupado com os vulneráveis de nossa sociedade, assegurando um direito privado solidário (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

Desse modo, é possível verificar o fenômeno da eficácia vertical dos direitos fundamentais diante da supremacia na norma constitucional, que visa proteger a parte mais vulnerável da relação de consumo em busca de uma isonomia, podendo, assim, atribuir uma especial proteção (eficácia horizontal), mesmo sem a existência de hierarquia entre as partes envolvidas na relação, como ocorre entre fornecedor e consumidor (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

Nesse contexto, surge uma preocupação com a proteção e a realização de direitos fundamentais, inclusive os do consumidor, atribuindo ao Estado o dever de proteção da parte vulnerável na relação de consumo, tendo em vista o poder-dever do Estado em cumprir tal mandamento constitucional. Tudo isso teve como objetivo o reequilíbrio entre as partes na relação jurídica de consumo (TAVARES, 2020).

Por essa razão, diante dessa especial proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro, editou-se Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) que trouxe vários artigos dispendo de forma específico sobre a defesa da parte vulnerável nas relações de consumo. Dentre os dispositivos desse são de enorme importância o art. 6º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) o qual prevê no inciso que dispõe sobre direitos do consumidor, e também, no art. 4º, prevê expressamente do princípio da vulnerabilidade.

2.2 O papel do texto constitucional na realização do Direito Privado Solidário no Brasil

Prevista no art. 3º, inc. I, do art. 3º, da CF/88 (BRASIL, 1988), o princípio da solidariedade tem o objetivo de construir uma sociedade solidária, que pode ser extraída de dois tipos de concepções sistêmicas: mecânicas e orgânicas. As mecânicas têm relação com o funcionamento das partes ao todo e o deste àquelas, bem como das partes entre si para o próprio funcionamento do sistema total. Já no caso das orgânicas, indicam a divisão do trabalho e as funções diversas a cada parte, que, devido a sua solidariedade, faz o todo funcionar.

A solidariedade ao sistema social, resultado do somatório dos esforços dos indivíduos, consiste na organização de um grupamento social em que a dignidade da pessoa humana garante, dirige e orienta as condutas desses indivíduos por meio de normas de ordem jurídica e moral. Assim, aqueles elementos sistêmicos são elevados a uma categoria moral.

Dessa forma, o dever de assistência mútua em busca de um objetivo comum é um dever ético que se impõe a todos os membros desse grupo social. Por essa razão, o princípio da solidariedade tem duas condições. A primeira orienta as relações concretamente concebidas, díspares nas condições reais de cada participante, mas ligadas por solidariedade mútua do grupo

social e também por cada situação individual. A segunda condição diz respeito às situações individuais, às relações entre essas situações, às ligações de ambas com o todo e deste com cada uma, geridas por um dever maior, como norma que imputa solidariedade a todos (NUNES, 2018).

Nessa ótica, a Força Normativa da Constituição passa a desempenhar um papel do texto constitucional na realização do direito privado solidário no Brasil, sendo a Constituição um centro valorativo, um centro sistemático institucional e normativo também do direito privado (Força Normativa da Constituição), um novo direito privado brasileiro (garantido e moldado pela ordem pública constitucional, limitado e consubstanciado pelos direitos fundamentais aí recebidos), um direito privado coerente, com manutenção do Código de Defesa do Consumidor.

Por esse motivo, durante a elaboração do texto constitucional, teve-se a preocupação de que fosse tutelado de forma adequada a condição dos consumidores brasileiros, tendo em vista a codificação infraconstitucional do Código de Defesa do Consumidor, Lei n.º 8.078/1990, que ganha sua denominação justamente a partir do art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais (BRASIL, 1990).

Rizzato Nunes (2018) disserta sobre o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais, afirmando que:

Transitórias, recebe assim uma garantia constitucional (hierarquia superior e de ordem pública), construindo um direito privado brasileiro que inclui a defesa do consumidor como um de seus valores, e não só a livre iniciativa (ou autonomia privada, ou autonomia da vontade das partes e liberdade de contratar). Em outras palavras, em uma visão sistemática do ordenamento jurídico, onde a Constituição é o ápice e guia de todo o direito, privado e público, este deve ser interpretado conforme a Constituição e seus valores (*verfassungskonform Auslegung*).

Realmente, no ordenamento jurídico brasileiro, a proteção do consumidor é: a) um valor constitucionalmente fundamental; b) um direito fundamental e um princípio da ordem econômica da Constituição Federal (art. 170, V) e c) princípio limitador da autonomia da vontade dos fortes em relação aos fracos ou vulneráveis, construindo um novo direito privado mais consciente de sua função social.

Assim, de fato, a ordem pública constitucional sobre as relações privadas exerce influência nos direitos civis (ou fundamentais de liberdade) e nos direitos sociais e econômicos (ou direitos fundamentais positivos de prestação). É um direito privado ciente de sua função social, um direito privado guiado pelos valores e pela ordem constitucional, sendo tripartite, garantido e moldado pela ordem pública constitucional, limitado e construído pela eficácia dos

direitos fundamentais recebidos (NUNES, 2018).

3 O ESTUDO DO PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

A vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo está contida no inciso I, art. 4º, do CDC (BRASIL, 1990), ao falar no reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. Esse reconhecimento vem a atender o princípio da isonomia dentro da relação processual que tem por base tratar os desiguais desigualmente, pois, desta maneira, estar-se-á protegendo a parte hipossuficiente dentro da relação consumerista ao equilibrá-la, reconhecendo, favorecendo e protegendo a parte mais fraca, dentro desta, que é o sujeito consumidor, visando alcançar a justiça.

Logo, a vulnerabilidade seria um estado ou situação em que a pessoa do consumidor se encontraria de forma temporária ou permanente, coletiva ou individual, de acordo com o caso concreto. Ela é presumida quando se trata de consumidor pessoa física, na qualidade de destinatário final, conforme o art. 2º e art. 4º, inc. I, ambos do Código de Defesa do Consumidor (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

3.1 O Princípio da Vulnerabilidade

Sobre o assunto, Flávio Tartuce (2021, p. 48-49) afirma que:

Diante da vulnerabilidade patente dos consumidores, surgiu a necessidade de elaboração de uma lei protetiva própria, caso da nossa Lei 8.078/1990. Com efeito, há tempos não se pode falar mais no poder de barganha antes presente entre as partes negociais, nem mesmo em posição de equivalência nas relações obrigacionais existentes na sociedade de consumo. Os antigos elementos subjetivos da relação obrigacional (credor e devedor) ganharam nova denominação no mercado, bem como outros tratamentos legislativos. Nesse contexto de mudança, diante dessa frágil posição do consumidor é que se justifica o surgimento de um estatuto jurídico próprio para sua proteção.

Para orientar a aplicação do Código de Defesa do Consumidor, previu-se no art. 4º, inc. I, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo, o princípio da Vulnerabilidade, *in verbis*:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo 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, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de

consumo (grifo nosso).

Não pode deixar de ser lembrado que o Código de Defesa do Consumidor é um diploma infraconstitucional de natureza principiológica. Isso é extremamente importante, tendo em vista que a vulnerabilidade na relação de consumo é aferida, caso a caso, de forma concreta. Além disso, esse diploma é instrumento jurídico que busca o equilíbrio contratual entre consumidor e fornecedor, e assim se torna possível a verificação da presunção de vulnerabilidade do consumidor, norteador a aplicação da igualdade não apenas formal ou legal, mas principalmente a igualdade material das partes da relação consumerista.

Sendo assim, a Lei n.º 8.078/90 é uma norma que fundamenta direitos conferidos aos consumidores, parte vulnerável diante da assimetria da posição da relação jurídica em questão, bem como das obrigações impostas aos fornecedores. Dessa forma, o fornecedor ocupa uma relação dominante na relação consumerista, merecendo tratamento diferenciado, com o objetivo de conferir um equilíbrio com base em uma igualdade material à relação contratual no mercado.

Nesse sentido, a vulnerabilidade do consumidor pessoa física constitui uma presunção absoluta no Diploma Consumerista, após a verificação da existência da relação de consumo, não necessitando de qualquer comprovação outra para demonstrar o desequilíbrio existente entre consumidor e fornecedor nas relações jurídicas estabelecidas entre si.

No tocante ao consumidor pessoa jurídica e aos profissionais liberais, o requisito da condição de vulnerável necessário para a caracterização da relação de consumo depende da comprovação; é pressuposto sem o qual não será possível a utilização das tutelas da Lei n.º 8.078/90 para alcançar tais pessoas em suas relações de consumo.

3.2 Espécies de Vulnerabilidade

Existem quatro tipos de vulnerabilidade: a) jurídica ou científica; b) técnica; c) fática ou socioeconômica; e d) informacional. Além disso, a doutrina tem criado uma nova classificação de vulnerabilidade: a hipervulnerabilidade. Dito isso, passa-se a discorrer sobre cada uma delas (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

A primeira, a vulnerabilidade jurídica ou científica, é a que se pode conceituar como sendo a falta de conhecimentos jurídicos específicos, de conhecimentos de contabilidade e economia. Esta vulnerabilidade é resumida para os profissionais ou pessoas jurídicas que não são da área jurídica ou não detêm conhecimento científico sobre o assunto, os quais são típicos dos juristas e entendidos na área; detêm o mínimo necessário acerca dos conhecimentos com o

qual eles convivem, tendo em vista suas profissões (advogados, juízes, promotores, procuradores, analistas e técnicos judiciários, entre outros) (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

Essa vulnerabilidade pode ser evidenciada de forma clara quando se está diante do caso da apreciação pelo consumidor de cláusulas dos contratos de consumo que são, em sua maioria, contratos de adesão, cuja elaboração é realizada exclusivamente pelo fornecedor. A falta de entendimento do assunto impossibilita a discussão dos termos da contratação, assim, o contrato formulado maximiza a vulnerabilidade jurídica do consumidor.

No entanto, a demonstração da vulnerabilidade jurídica ou científica no caso das microempresas, empresas de pequeno porte, profissionais liberais, profissionais autônomos não é fácil, tendo em vista que, nesse caso específico, há presunção relativa do conhecimento do conteúdo discutido na relação jurídica. Presume-se que a empresa ou profissional tenha funcionário com conhecimento científico necessário sobre o produto adquirido ou serviço contratado ou que se pretende adquirir, ou que a empresa deva ter possivelmente um departamento jurídico para tratar da questão. Isso porque se presume que a pessoa jurídica ou o profissional geralmente tenha condição financeira para ter no seu corpo estes funcionários ou possa contratar um profissional habilitado para auxiliá-la na realização do negócio de consumo.

Vale lembrar que o Superior Tribunal de Justiça (STJ) tem o entendimento de que essa presunção é relativa, isto é, admite prova em contrário, podendo, sim, a pessoa jurídica ter reconhecida a condição de consumidor, diante da adoção da teoria finalista mitigada, abrandada ou aprofundada. Essa teoria atribui, no caso concreto, a condição de consumidor às microempresas, às empresas de pequeno porte, aos profissionais liberais, aos profissionais autônomos, entre outros.

Apesar de a regra ser a adoção da teoria finalista para a identificação e enquadramento da condição de consumidor, a jurisprudência do STJ reconhece a possibilidade de se abrandar o rigor desse critério para admitir a aplicabilidade do CDC nas relações entre os adquirentes e os fornecedores. Dessa forma, apesar de o adquirente utilizar os bens ou os serviços para suas atividades econômicas, fica evidenciado que ele apresenta vulnerabilidade frente ao fornecedor.

Diz-se que isso é a teoria finalista mitigada, abrandada ou aprofundada. Assim, possibilita-se a admissão, no caso concreto, que a pessoa, mesmo sem ter adquirido o produto ou serviço como destinatária final, possa ser equiparada à condição de consumidora, por apresentar, frente ao fornecedor, alguma vulnerabilidade (BRASIL, 2012)

No caso da segunda vulnerabilidade, que é a técnica, o consumidor não possui conhecimentos técnicos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade pelo fornecedor, o qual é o detentor do monopólio dos meios de produção e é dele o conhecimento a respeito dos bens de consumo produzidos ou vendidos.

Essa vulnerabilidade é presumida, de forma geral, para o consumidor não profissional. Um exemplo é quando o consumidor adquire um microcomputador no site do fornecedor sem ter conhecimentos técnicos sobre o assunto, pelo simples fato de que o fornecedor anuncia o produto como sendo um “ótimo negócio” ou o “melhor computador”, entretanto, o fornecedor prestar deveria prestar com clareza e transparência a informação sobre o produto ou serviço posto no mercado de consumo (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

Contudo, a vulnerabilidade técnica também se aplica ao consumidor profissional, tendo em vista a aplicação da teoria finalista ao caso concreto. Pode-se citar o exemplo do médico que compra equipamentos no exterior para a realização de exames e o contrato é realizado em outro idioma.

No que tange à terceira classificação, o da vulnerabilidade fática ou socioeconômica, é a situação na qual o consumidor apresenta uma significativa desvantagem intelectual ou econômica diante de um fornecedor, em uma relação de consumo, o qual detém uma estrutura empresarial que o favorece, caso não haja reconhecimento daquela.

Nessa classificação de vulnerabilidade capaz é possível que se verifique, no caso concreto, a fragilidade de uma das partes, o consumidor, sendo geralmente uma pessoa humilde, que se deixa levar pela conversa enganosa de um vendedor que afirma ser o melhor presente a joia mais cara daquele estabelecimento.

A última, a vulnerabilidade informacional, diz respeito à necessidade e à importância das informações no tocante aos bens de consumo, além da influência da falta ou deficiência dessa informação nas relações de consumo, as quais são cada vez frequentes e têm um maior poder de persuadir o consumidor no momento de escolher o que comprar ou contratar no mercado consumidor, violando o princípio da confiança e de boa-fé objetiva, típicos das relações de consumo.

Vale ressaltar que diante do fenômeno da globalização e da transnacionalidade, e a consequente modernização e expansão do uso da *internet* nas comunicações, as relações comerciais passaram a ser feitas quase que instantaneamente em qualquer parte do mundo, possibilitando um grande volume de consumo global, algo nunca visto antes.

Além disso, tem-se o papel relevante da propaganda comercial, que transmite ao

consumidor a sensação e a necessidade de consumo para sentir-se feliz e realizado. A economia capitalista, ao longo do tempo, foi marcada pelo individualismo, que se baseia, sobretudo, na ideia de que o bem adquirido agrega valor à pessoa que o consome. Em decorrência disso, há uma falsa percepção de satisfação e de felicidade.

Além dessas quatro primeiras classificações, é importante lembrar de uma nova classificação atribuída ao consumidor, a qual tem reconhecido a necessidade de uma maior preocupação nos cuidados de certos tipos de grupos de consumidores, diante da extrema vulnerabilidade a qual estão submetidos.

Na hipervulnerabilidade, a fragilidade natural de uma relação de consumo é agravada por um fator extra, resultando em um maior grau de relevância da vulnerabilidade do consumidor ou de forma agravada. Nesse sentido, reconhece-se essa condição a fim de equilibrar a extrema desvantagem das partes na relação jurídica consumerista, que por si só já é desigual. Esse é o caso dos portadores de deficiência, crianças, idosos e gestantes que participam da relação de consumo.

No que diz respeito às crianças, a preocupação de maiores cuidados se dá em razão da sua deficiência de julgamento, cuja maturidade intelectual ainda está em formação. Quanto aos idosos, destaca-se a questão econômica relacionada aos planos de saúde, que sofrem reajustes contratuais, na maior parte das vezes, desproporcionais em razão da condição etária. No tocante aos portadores de deficiência e gestão, a maior preocupação é a impossibilidade física de se dirigirem ao estabelecimento, em virtude das dificuldades de acessibilidade.

Vale destacar que o entendimento do STJ, no qual foi Relatora a Ministra Laurita Vaz, não só reconheceu essa categoria de consumidor hipervulnerável, mas afirmou também que cabe a Defensoria Pública a legitimidade para a propositura da ação civil pública em defesa de interesses individuais homogêneos de consumidores (BRASIL, 2015).

O caso concreto se tratou de idosos que tiveram plano de saúde reajustado em razão da mudança de faixa etária, ainda que os titulares não sejam carentes de recursos econômicos. Importante o entendimento fixado para a categoria dos idosos, mas que vale para todos os hipervulneráveis, no sentido de que as atribuições e a legitimidade para a propositura de ação coletiva por parte da Defensoria Pública não se restringem à condição de necessitados econômicos (BRASIL, 2015).

Isso porque, além da extrema vulnerabilidade da situação em questão, a expressão "necessitados", prevista no art. 134, caput, da CRFB/88, que qualifica e orienta a atuação da Defensoria Pública, deve ser entendida, no campo da Ação Civil Pública, em sentido amplo. Dessa forma, a Defensoria pode atuar tanto em favor dos carentes de recursos financeiros como

também em prol do necessitado organizacional, no caso, os idosos que se enquadravam na situação de hipervulneráveis (BRASIL, 2015).

3.3 Vulnerabilidade *versus* Hipossuficiência

No que diz respeito à diferenciação do conceito de vulnerabilidade e hipossuficiência do consumidor, apesar da confusão entre ambos e suas semelhanças, não são sinônimos. Ambos os conceitos se relacionam com a fragilidade do consumidor perante o fornecedor em suas relações no mercado de consumo (ALMEIDA, 2020).

No entanto, a vulnerabilidade é uma condição que diz respeito ao direito material, de presunção absoluta, no momento em que é reconhecida a condição de consumidor. Isso ocorre na medida em que o indivíduo não só não tem acesso ao sistema produtivo, mas também não tem condições de conhecer adequadamente os elementos integrantes da relação de consumo, tais como informação ou a especificidade técnica ou jurídica envolvida. Uma vez reconhecida a condição de consumidor, ele sempre será vulnerável. Como já citada, a previsão legal do reconhecimento de vulnerabilidade do consumidor está prevista no art. 4º, inc. I, do Código de Defesa do Consumidor (CDC) (BRASIL, 1990).

A hipossuficiência, por sua vez, é um pressuposto de ordem processual, gerada a partir do reconhecimento, pelo magistrado, da presunção relativa da pessoa na condição de fragilidade. Ela está limitada a determinados grupos de pessoas, que apesar de consumidores, precisam ter o requisito analisado no caso concreto para terem direito ao reconhecimento desse requisito legal, e assim terem direito a certos benefícios processuais, tais como, a inversão do ônus da prova (NUNES, 2018).

Apesar do reconhecimento da hipossuficiência decorrer da condição de vulnerabilidade, o inverso não ocorre. A hipossuficiência é exatamente essa ausência de informações a respeito dos produtos e serviços que adquire. Quando se está diante de contratos de adesão, por exemplo, elaborados com cláusulas impostas unilateralmente pelo fornecedor, fica clara a hipossuficiência do consumidor. Assim, ela não está restrita ao critério econômico (NUNES, 2018).

A exemplo do EREsp 1192577-RS (BRASIL, 2015), apesar do reconhecimento da hipossuficiência estar limitada a certos grupos, o STJ entendeu que, no caso concreto, os grupos, em razão de suas condições especiais, mereceriam ser tutelados em um grau maior, como é o caso acima citado, dos hipervulneráveis.

Quanto à previsão legal, tanto a condição de hipossuficiência quanto seus reflexos

processuais estão previstos no art. 6º, inciso VIII, do CDC (BRASIL, 1990, n.p.), *in verbis*:

Art. 6º São **direitos básicos do consumidor**:

VIII - a **facilitação da defesa** de seus direitos, inclusive com a **inversão do ônus da prova**, a seu favor, **no processo civil**, quando, **a critério do juiz**, for verossímil a alegação ou quando for ele **hipossuficiente**, segundo as regras ordinárias de experiências (grifo nosso).

Vale dizer que são requisitos alternativos para a concessão da inversão do ônus da prova. Necessita-se, também, da verificação dos requisitos alternativos da verossimilhança da alegação ou do reconhecimento da condição sua hipossuficiência. Dessa forma, percebe-se que o instituto da hipossuficiência deve estar relacionado com a fragilidade do consumidor a ser demonstrada no caso concreto, para, só então, poder se valer da inversão do ônus da prova. Essa também é a posição que prevalece na melhor doutrina (ALMEIDA, 2020).

3.4 A massificação da produção

Dentro do contexto da sociedade massificada, globalizada e informatizada atual, a função social do direito privado, no sentido de cumprir o dever constitucional de proteção dos grupos vulneráveis, em busca da concretização do princípio da solidariedade, torna-se um desafio cada vez maior. Sobre o assunto, Benjamin, Marques e Bessa (2017, p.) afirmam que:

Se as relações de consumo têm funções econômicas, têm funções particulares de circulação das riquezas, **a função social deve necessariamente envolver o reconhecimento da vulnerabilidade da pessoa humana, nos seus vários papéis ou status, inclusive de consumidor na sociedade de consumo atual**. Essa função pode ser perseguida com uma nova visão e interpretação do direito privado, especialmente valorizando as diferenças materiais e formais nos poderes e liberdades das pessoas, procurando a igualdade, a liberdade com fraternidade (os ideais da modernidade), consciente do **desafio do direito contemporâneo** de não excluir as pessoas dos mercados, mas, ao contrário, **incluindo-as com igualdade e fraternidade protegendo-as, com liberdade, nestes contextos sociais atuais. O reconhecimento do papel do consumidor na sociedade (art. 5, XXXII, da CF/1988) e a necessidade de sua proteção no mercado (art. 170, V, da CF/1988) são elementos inerentes deste novo direito privado** (grifo nosso).

Com efeito, diante da consciência de massificação da produção, da distribuição, da massificação dos contratos, e do consumo em geral, típico da sociedade capitalista pós-moderna, vive-se o momento da Terceira Revolução Industrial. Isso decorre do fenômeno da globalização e da transnacionalização do capital, que têm como consequências o enfraquecimento do Estado, assim como o poder-dever de proteção dos vulneráveis na relação de consumo, diante da ausência de barreiras nacionais que impeçam a circulação do capital.

Esse fenômeno está relacionado principalmente à revolução digital, que trouxe a

possibilidade do aumento da velocidade de conexão da internet, tornando possível a realização de transações econômicas internacionais em segundos. Assim, o capital passou a não ter fronteiras físicas, indo onde lhe for mais favorável.

Além disso, a transnacionalização das relações comerciais trouxe consigo o aumento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo, agora realizadas por meios eletrônicos, tendo em vista a dificuldade de responsabilização de eventuais ilícitos cometidos nas transações comerciais pela *internet*. O principal problema, nesse contexto, é o anonimato que o meio digital possibilita, diante da facilidade de ocultação da identidade física dos usuários.

3.5 Vulnerabilidade do consumidor e o problema da obsolescência programada

Dentro do contexto da massificação do consumo, surge o problema da obsolescência programada que consiste na redução ou limitação intencional da vida útil de um determinado produto. Essa tecnologia surgiu, inicialmente, na década de 1930, como forma de solucionar o problema do desemprego causado pela crise de 1929, a qual abalou a economia dos Estados Unidos (CONCEIÇÃO, J.; CONCEIÇÃO, M.; ARAÚJO, 2014).

No Brasil, com a democratização do consumo recente, que causou um enorme aumento do consumo, esse problema só veio a se tornar evidente diante da insuficiência de informações necessárias para garantir os direitos do consumidor sobre os produtos e serviços consumidos, tais com eficiência, garantia e segurança.

Esse foi um dos fatos que contribuiu significativamente para o aumento de demandas consumeristas, nas quais a vulnerabilidade do consumidor é explorada, por se utilizarem os fornecedores desse artifício estimular um consumo repetitivo e desenfreado, com base em fráguas e insuficientes informações sobre aquilo que está sendo consumido (LOPES; CARMARGOS; COSTA; FREITAS, 2022).

Tal fato vai claramente de encontro à proteção do consumidor na relação de consumo, tendo em vista que a garantia de informação quanto ao tempo médio sobre a vida útil de um produto é dever do fornecedor previsto no Art. 4º, inciso IV; art. 6º, inciso XIII, e arts. 36, 37 e 38, todos do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90).

Dessa forma, a proteção consumerista é importante para que o fornecedor que se utiliza da obsolescência programada, ferindo ferindo o ordenamento jurídico, pode ser responsabilizado pelo fato ou vício do produto, com base nos arts. 12 a 15 do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90).

Além disso, é possível a propositura de ações coletivas pela Defensoria Pública, Ministério Público e Associações constituídas para a proteção do consumidor, as quais tem como objetivo coibir práticas abusivas que possam ferir um grupos de consumidor ou a coletividade como um todo. Isso está previsto tanto nos arts. 91 e 101 do Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078/90), assim como no arts. 1º, inciso I; e no art. 4º, todos da Lei de Ação Civil Publica (Lei n. 7.347/1985).

3 CONCLUSÃO

É inegável a importância sistêmica que os dispositivos constitucionais e o Código de Defesa do Consumidor trouxeram no sentido da previsão de uma legislação que pudesse, de fato, proteger o consumidor e garantir seus direitos. Dessa forma, foi necessário ao Estado a edição de normas constitucionais e infralegais capazes de tutelar adequadamente os consumidores no âmbito das relações de consumo.

No entanto, apesar de a democratização do consumo ter sido um fator positivo, trouxe, por via de consequência, o problema da vulnerabilidade do consumidor. Diante da utilização de técnicas sofisticadas para o aumento da produção e consumo, tal qual o uso da obsolescência programada, o estudo da vulnerabilidade do consumidor passou a ter relevância tendo em vista a intensificação do fenômeno da globalização e da transnacionalização do capital, eventos típicos da realidade pós-moderna, as relações de consumo passaram a ser realizadas em maior quantidade, mediante o uso dos meios eletrônicos.

Esse fato aliado à massificação do consumo exponencializou a vulnerabilidade dos consumidores, que antes era restrita apenas ao ambiente físico e deixou de ter barreiras, possibilitando a celebração de contratos de consumo massificados. Isso gerou um problema quanto à possibilidade da responsabilização por atos ilícitos cometidos no ambiente digital, em razão da dificuldade de identificação de quem os comete.

Assim, notou-se que isso fez com que, além das classificações mais tradicionais das espécies de vulnerabilidade, qual seja, jurídica ou científica, técnica, fática ou socioeconômica, e informacional, os tribunais e a doutrina passassem a prever uma nova classificação, diante da necessidade de uma proteção especial a determinados grupos de consumidores que necessitavam da tutela estatal.

Nessa linha, criou-se a classificação de hipervulnerabilidade, com o objetivo de prover uma tutela jurisdicional diferenciada a certos grupos de consumidores, tais como idosos, pessoas com deficiência, gestantes, os quais revelam um agravamento da situação de

vulnerabilidade.

Verifica-se que o avanço na proteção do consumidor frente à condição de vulnerabilidade moderna avançou bastante, no entanto, conclui-se que é necessária a implementação de novos instrumentos jurídicos capazes de melhorar a tutela do consumidor, principalmente nos meios eletrônicos, tanto no âmbito da proteção individual, quanto no âmbito da proteção coletiva.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Fabrício Bolzan. **Direito do consumidor esquematizado**. 8. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. E-book.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, A. H. ; MARQUES, C. L. ; BESSA, L. R. **Manual de direito do consumidor**. 8. ed. São Paulo: Thomson Reuters Revista dos Tribunais, 2017. E-book.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. 34. ed. São Paulo: Malheiros, 2019.

CANOTILHO, J.J Gomes; MENDES, Gilmar Ferreira; SARLET, Ingo Wolfgang; STRECK, Lenio Luiz. **Comentários à Constituição do Brasil**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 1998.

BRASIL. Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF, Senado, 1990.

BRASIL. Lei n.º 7.347 de 24 de junho de 1985. **Lei da Ação Civil Pública**. Brasília, DF, Senado, 1990.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1195642/RJ. Ministra Relatora: Nancy Andrighi. 3ª Turma. Julgamento: 13 nov. 2012. Tipo de Documento: Acórdão. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, DF, 2012. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/>. Acesso em: 02 jan. 2022.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial n. 1192577-RS. Ministra Relatora: Laurita Vaz. Corte Especial. Julgamento: 21 out. 2015. Tipo de Documento: Acórdão. **Diário de Justiça Eletrônico**. Brasília, DF, 2015. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/>. Acesso em: 02 jan. 2022.

CONCEIÇÃO, Joelma Telese Pacheco; CONCEICAO, Márcio Magera; ARAÚJO, Paulo Sérgio Lopes de. **Obsolescência programada: tecnologia a serviço do capital**. INOVAE - Journal of Engineering and Technology Innovation, v. 2, p. 90-105, 2014. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.fmu.br/index.php/innovae/article/view/386>. Acesso em: 20 jan. 2022.

LOPES, CARMARGOS, COSTA, FREITAS. **Desafios jurídico-constitucionais ao direito privado na contemporaneidade democrática**. Belo Horizonte. Universidade FUMEC, 2022, pág. 218.

NUNES, Luís Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed: São Paulo: Saraiva, 2018. E-book.

TAVARES, André Ramos. **Curso de direito constitucional**. 18. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. E-book.