



FACULDADE DA REGIÃO SISALEIRA
BACHARELADO EM DIREITO

NILZA DE OLIVEIRA SILVA ALMEIDA

DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR
NAS RELAÇÕES JURÍDICAS E SUA PROTEÇÃO

Conceição do Coité/BA

2024

NILZA DE OLIVEIRA SILVA ALMEIDA

**DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR
NAS RELAÇÕES JURÍDICAS E SUA PROTEÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade da Região Sisaleira, como requisito para a obtenção de título acadêmico em Bacharelado em Direito.

Orientador(a): Prof.^a Larissa Rocha

Conceição do Coité-BA

2024

Ficha Catalográfica elaborada por:
Carmen Lúcia Santiago de Queiroz – Bibliotecária
CRB: 5/001222

A64 Almeida, Nilza de Oliveira Silva
Da vulnerabilidade do consumidor nas relações
jurídicas e sua proteção. /Nilza de Oliveira Silva Almeida. –
Conceição do Coité: FARESI,2024.
16f.

Orientadora: Prof.^a Larissa de Souza Rocha.
Artigo científico (bacharel) em Direito. Faculdade da
Região Sisaleira - FARESI. Conceição do Coité, 2024.

1 Direito. 2 Consumidor. 3 CDC. 4 Igualdade material. 5
Hipossuficiente. I Faculdade da Região Sisaleira – FARESI.
II Rocha, Larissa de Souza. III. Título.

CDD: 342.231

“Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável”.

Zygmunt Bauman¹

¹ BAUMAN, Z. A riqueza de poucos beneficia todos nós? 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2015.

NILZA DE OLIVEIRA SILVA ALMEIDA

**DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR
NAS RELAÇÕES JURÍDICAS E SUA PROTEÇÃO**

**Artigo científico apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em
Direito, pela Faculdade da Região Sisaleira.**

Aprovado em 11 de junho de 2024.

Banca Examinadora:

Assucena Gordiano da Silva / assucena.gordiano@faresi.edu.br

Grasielle Silva Trabuco Oliveira / grasielle.oliveira@faresi.edu.br

Larissa de Souza Rocha / Larissa.rocha@faresi.edu.br

Rafael Anton / Rafael.anton@faresi.edu.br



**Rafael Reis Bacelar Antón
Presidente da banca examinadora
Coordenação de TCC – FARESI**

Conceição do Coité – BA

2024

DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES JURÍDICAS E SUA PROTEÇÃO

NILZA DE OLIVEIRA SILVA ALMEIDA²

LARISSA DE SOUZA ROCHA³

RESUMO

Com o tema “Da vulnerabilidade do consumidor nas relações jurídicas e sua proteção” o presente estudo, desenvolvido ao longo do semestre letivo 2024.1, como requisito essencial para a Conclusão do Curso de Graduação em Direito pela Faculdade da Região Sisaleira (FARESI), teve como objetivo apresentar os principais dispositivos de proteção ao consumidor, demonstrando-se como a promoção da igualdade material foi importante para a evolução consumerista enquanto uma necessidade de desenvolvimento econômico e um imperativo do Estado Democrático de Direito. Para atender ao tema, o presente artigo abordou, em tópicos, desde o contexto histórico do Direito do Consumidor, até a promoção da igualdade material, destacando os principais dispositivos de defesa do consumidor, a necessidade de proteção e os impactos legais da necessidade de proteção do consumidor. Por fim, elencou-se as cláusulas mais utilizadas no cotidiano de proteção do denominado hipossuficiente consumidor.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor. CDC. Igualdade material. Hipossuficiente.

ABSTRACT

With the theme "On the Vulnerability of the Consumer in Legal Relationships and Their Protection," this study, developed over the 2024.1 academic semester as an essential requirement for the completion of the Undergraduate Law Degree at Faculdade da Região Sisaleira (FARESI), aimed to present the main consumer protection provisions, demonstrating how the promotion of material equality has been important for consumer evolution as a necessity for economic development and an imperative of the Democratic Rule of Law. To address the theme, this article covered topics ranging from the historical context of Consumer

² ALMEIDA, Nilza de Oliveira Silva. VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES JURÍDICAS E SUA PROTEÇÃO. 15 fls. E-mail: nilza.almeida@faresi.edu.br

³ ROCHA, Larissa de Souza. Docente Orientadora, Especialista em Direito Penal e Processo Penas pela Escola Verbo Jurídico. E-mail: larissa.rocha@faresi.edu.br.

Law to the promotion of material equality, highlighting the main consumer protection provisions, the necessity of protection, and the legal impacts of the need for consumer protection. Finally, it listed the most commonly used clauses in the daily protection of the so-called vulnerable consumer.

KEYWORDS: Consumer. CDC. Material equality. Hyposufficient.

1. INTRODUÇÃO

Ab initio, cumpre observar-se que o princípio da igualdade, previsto na Declaração Universal dos Direitos do Homem (Liberdade, Igualdade e Fraternidade), tratava-se apenas de uma igualdade formal, prevista no papel, mas que, jamais efetivada na prática, fazendo com que as corporações impusessem seu poderio e força econômica contra os pequenos comerciantes, por exemplo.

Assim como nas relações econômicas em geral, não existia igualdade material nas relações de consumo e, na maioria das vezes, o consumidor se obrigava a aderir a cláusulas desfavoráveis por não poder negociá-las, viciando assim sua autonomia de vontade para se submeter à rigidez do princípio *pacta sunt servanda* (FAGUNDES; SOARES, 2023). Com o neoconstitucionalismo, todavia, e com a Constituição Federal de 1988, passou-se a pensar em princípios e normas que buscassem reduzir qualquer tipo de desigualdade, criando-se, portanto, o Código de Defesa do Consumidor, o qual dispõe de normas claras e protetoras para o consumidor no ordenamento pátrio (FAGUNDES; SOARES, 2023).

Nessa perspectiva, o presente estudo abordará a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo e a importância do Código de Defesa do Consumidor para a sua proteção e equilíbrio. Como problemática, definiu-se a seguinte interrogação: quais os impactos do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo?

Para atender a problemática acima, definiu-se os seguintes objetivos: Apresentar o contexto histórico das relações de consumo antes e após a promulgação da Constituição Federal de 1988; discutir a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo a partir do princípio da igualdade e; compreender os impactos legais do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nos julgados nacionais. Nesse sentido, a presente pesquisa é de fundamental importância para se compreender a evolução das relações de consumo e a efetividade dos dispositivos protetores do consumidor, podendo contribuir para a evolução científica a respeito

do tema e ou detectar falhas na legislação consumerista, para um futuro e necessário aperfeiçoamento.

Como forma de responder a problemática e aos objetivos, foi definido como metodologia o método bibliográfico qualitativo descritivo, através do qual será possível fazer uma revisão bibliográfica sobre o tema, utilizando autores e legislação sobre o tema, além dos sites acadêmicos a exemplo do *Scielo*, Google acadêmico e sites de universidades, utilizando descritores como vulnerabilidade do consumidor, hipossuficiência, inversão do ônus da prova, interpretação mais favorável, entre outros. Para consulta aos arquivos, foram elencadas as obras publicadas em língua Portuguesa, publicadas nos últimos 20 anos.

O termo “pesquisa bibliográfica” na perspectiva das autoras Marconi e Lakatos (2011, p. 43-44), engloba “todos os materiais, ainda não elaborados, escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica (MARCONI; LAKATOS, 2011, p. 43). Sendo assim, a pesquisa, ao ser realizada, pautar-se-á na leitura e no fichamento de escritos de diferentes autores afeitos à área, sendo que no primeiro capítulo será feita uma introdução ao Código de Defesa do Consumidor.

2. DISCUSSÕES E RESULTADOS

2.1. Contexto histórico das relações de consumo

Embora não se possa falar propriamente em Direito do Consumidor, é possível se notar uma preocupação com as relações consumeristas ainda no Antigo Egito e também no Império Babilônico. Nesse último, o Código de Hamurabi chegou a criar artigos prevendo claramente a responsabilidade objetiva, tão presente no atual Código de Defesa do Consumidor Brasileiro. Vejamos o que diziam os arts. 229 e 233, ambos do Código de Hamurabi:

Art. 229 – Se um pedreiro construiu uma casa para mas não a fortificou e a casa caiu e matou seu dono, esse pedreiro será morto.

Art. 233 – Se um pedreiro construiu uma casa para um homem e não executou o trabalho adequadamente e o muro ruiu, esse pedreiro fortificará o muro às suas custas. (GUGLINSKI, 2019).

Como se pode perceber, o antigo Código de Hamurabi já previa a responsabilização por defeito na prestação de serviço, embora a pena fosse a capital, o que nunca ocorreu no Brasil.

Apesar da proteção clara ao consumidor, nos dois artigos supracitados, ainda não é possível se falar em legislação consumerista no Império Babilônico.

Os primeiros movimentos consumeristas que se pode afirmar ocorreram nos Estados Unidos da América - EUA, onde se tinham objetivos claros, a exemplo da edição da Lei Sherman em 1872 “cuja finalidade era reprimir as fraudes praticadas no comércio, além de proibir comerciais desleais como, por exemplo, a combinação de preços e os monopólios. (GUGLINSKI, 2019, p. 02).

De acordo ainda com Guglinski (2019), merece destaque ainda o surgimento da New York Consumers League, em 1891, como primeiro órgão de defesa do consumidor; a criação do Meat Inspect Act, em 1907, com o objetivo de inspecionar e controlar a comercialização de carne; a criação do Federal Trade Commission, em 1914; o surgimento do PFDA (Pure Food Drug Insecticide Administration), dando origem três anos depois ao FDA, considerada a mais respeitada autarquia de controle de gêneros alimentícios e medicamentos e o surgimento da Consumers Union, considerado o maior órgão de proteção do consumidor do mundo. (GUGLINSKI, 2019).

Após a Segunda Guerra Mundial a Europa também começa a se preocupar com as relações consumeristas e, em 1976 foi criada a Comissão dos Consumeristas dentro da OCDE (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico Europeu), a qual criou a Carta dos Consumidores, primeiro documento a tratar do Direito do Consumidor na Europa. (GUGLINSKI, 2019).

No que pese os primeiros movimentos de defesa do consumidor terem iniciado no Brasil nas décadas de 1960 e 1970, a origem da legislação consumerista materna tem como base a Constituição Federal de 1988, que em seu art. 5º, onde trata das garantias fundamentais, em seu inciso XXXII, preconiza que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;” (BRASIL, 1988). Ou seja, a Constituição Federal de 1988, prevê a garantia do Direito do Consumidor, porém, através de uma norma de eficácia limitada. Ainda na Constituição Federal, em seu art. 170, o qual trata dos princípios gerais da liberdade e ordem econômica, o Direito do Consumidor é visto como um princípio a ser observado.

2.2. Da vulnerabilidade do consumidor a partir do princípio da igualdade

Antes de se falar em princípio da igualdade nas relações consumeristas, é importante lembrar que esse princípio, durante muito tempo, foi pensado a partir de uma perspectiva neoliberal, sem levar em consideração a situação fática nas relações bilaterais. Ou seja, era dada

a mesma dificuldade na disputa, por exemplo, quando não existia as mesmas condições para a disputa. Uma corrida poderia ser realizada com um corredor com pernas e outro sem pernas, ambos partindo do mesmo ponto de largada, em direção ao mesmo destino, tudo em nome da igualdade. Ou seja, a igualdade, nesses casos, só existia de modo formal.

Com o neoconstitucionalismo, surgido após o período pós-guerra (Primeira e Segunda Guerra Mundial), percebeu-se que jamais se poderia falar em igualdade diante de situações em que uns detinham os meios de produção e outros não, embora ambos participavam das mesmas disputas. A partir de então, passou-se a se pensar meios de redução da desigualdade, surgindo assim a igualdade material, para a qual, a busca da igualdade requer a utilização de instrumentos que melhore as condições da parte vulnerabilizada.

No que tange ao Direito do Consumidor, a igualdade material está presente, por exemplo, em dispositivos como a inversão do ônus da prova, a nulidade de cláusulas abusivas, a proibição de propagandas enganosas, dentre outros. Ou seja, a legislação impõe que as normas consumeristas sejam vantajosas ao consumidor porque, via de regra, o fornecedor encontra-se em situação mais confortável e com maior arsenal de recursos e poder para se proteger.

2.3. Dos impactos legais do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor

O Direito do Consumidor tem como principal objetivo proteger o consumidor, parte hipossuficiente das relações consumeristas, existindo, para tanto, as chamadas garantias legais e contratuais, as quais funcionam como uma forma de proteger o consumidor quando da aquisição de produtos ou serviços para consumo próprio ou como destinatário final, evitando-se prejuízos provocados por vícios ocultos ou má-fé do fornecedor.

Os vícios ocultos, insta observar, são aqueles defeitos no produto impossíveis de serem percebidos a olho nu pelo consumidor, mas que aparecem após a compra do produto, o que gera a responsabilidade do fornecedor na reparação do dano, inclusive de natureza moral. Esse defeito oculto, pode gerar prejuízo ao consumidor tanto sem o conhecimento prévio do fornecedor, como pode ter sido produto da má-fé do fornecedor. A culpa ou o dolo, porém, são irrelevantes para a responsabilização do fornecedor, uma vez que se trata de responsabilidade civil objetiva, alicerçada na teoria do risco do produto (CALIXTO; CAMPOS, 2023).

No tocante às garantias, tem-se que estas podem ser contratuais ou legais. As contratuais, são estipuladas entre as partes, devendo observar certas formalidades, a exemplo de destaque nas cláusulas desfavoráveis ao consumidor, principalmente nos contratos de adesão. Já as cláusulas legais, estão expressamente previstas na lei, a exemplo do tipo de

proteção que o consumidor dispõe na aquisição de determinados produtos. A garantia contratual é fundada no princípio da autonomia de vontade e autodeterminação, uma vez que todo cidadão tem o direito de escolher as melhores formas de contratar, bem como as condições do contrato. Todavia, a ideia de autonomia de vontade e autodeterminação não pode ser usada como pretexto para a celebração de contratos demasiadamente desfavoráveis para os consumidores (CALIXTO; CAMPOS, 2023).

O Código de Defesa do Consumidor – CDC, trata-se de um conjunto de normas de um sistema legal criadas com o objetivo de estabelecer direitos e proteção ao consumidor regido por diversos princípios que disciplinam as relações firmadas entre o fornecedor e o consumidor de forma justa e que não causem prejuízos aos cidadãos. Esse código busca proteger o consumidor, por ser esse considerado a parte vulnerável e hipossuficiente na relação contratual, principalmente diante do poderio econômico do fornecedor, o qual, em regra, possui os meios de produção e de reprodução da vida econômica, podendo ditar as regras contratuais.

O Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 2º, define consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990). Já o fornecedor é definido nos seguintes termos:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990).

Esses dois conceitos são imprescindíveis para a caracterização da relação de consumo entre as partes envolvidas e, conseqüentemente, para a definição do interesse de agir, uma vez que tem que estarem presentes tanto o perfil de consumidor de uma parte, como o perfil de fornecedor da outra. Ou seja, se um consumidor compra um produto do fornecedor e depois vende para um amigo, que também é consumidor, não há que se falar em relação de consumo, devendo a parte prejudicada se valer do Código Civil de 2002 para proteger seus direitos e não do Código de Defesa do Consumidor. (CALIXTO; CAMPOS, 2023).

Foi justamente para equilibrar essas relações contratuais, evitando a celebração de contratos demasiadamente desfavoráveis para a parte hipossuficiente, em nome de uma suposta autonomia de vontade, que se criou o CDC, enquanto instrumento de equilíbrio e proteção da parte hipossuficiente, ou seja, do consumidor. Por muito tempo se pregou uma espécie de igualdade formal, em nome da qual o fornecedor poderia criar todas as condições do contrato de forma unilateral, deixando o consumidor (parte mais fraca na relação), sem outra alternativa,

senão, aceitar os termos do contrato. Esse tipo de igualdade formal e de liberdade (autonomia de vontade) permitia a confecção de contratos demasiadamente onerosos para uma das partes, gerando contratos desiguais e prejudicando, quase sempre, a parte hipossuficiente (CALIXTO; CAMPOS, 2023).

Com o objetivo de combater essa igualdade formal e promover a chamada igualdade material, a Constituição Federal de 1988 preconizou, como norma de eficácia limitada a previsão da criação do CDC, o qual foi concretizado em 1990. Em seu art. 5º, XXXII, a CF/88 dispôs que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;” (BRASIL, 1988). A partir dessa previsão, conforme dito acima, nasce o CDC para proteger o consumidor e promover o equilíbrio nas relações contratuais de consumo, promovendo assim a igualdade material.

Além do art. 5º, a Constituição Federal de 1988 prevê a proteção do Consumidor também no art. 170, o qual determina que “ 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;” (BRASIL, 1988). Essa proteção não nasce da mera “boa vontade” do Estado para com o consumidor, mas, da necessidade de se equilibrar as relações contratuais, uma vez que as desigualdades em nada podem contribuir para o desenvolvimento de uma nação, impossibilitando a instituição de um Estado Democrático de Direito (FAGUNDES; SOARES, 2023).

Assim, em favor do consumidor, por conta de sua vulnerabilidade, é comum se presenciarem institutos como a inversão do ônus da prova e a anulabilidade das cláusulas de adesão demasiadamente onerosas para o consumidor, bem com a proibição contra a propaganda enganosa.

2.4. principais dispositivos de proteção do consumidor

O consumidor é protegido de diversas formas. Contra o consumidor não pode prosperar, por exemplo, cláusulas contratuais abusivas, sobretudo quando essas cláusulas forem de adesão, bem como, as referidas cláusulas devem ser destacadas e de fácil percepção para que o consumidor tenha plena ciência das mesmas,

Os consumidores não podem ser submetidos a propagandas enganosas, não podem serem submetidos a situações vexatórias em relação a cobranças, muito menos ridicularizados ou terem sua honra e nome negativados, uma vez que isso afeta a dignidade dos mesmos.

As cláusulas obscuras ou duvidosas devem ser interpretadas em favor do consumidor, uma vez que esse é considerado hipossuficiente na relação contratuais e não dispõe dos meios de produção e reprodução, sendo imprescindível uma proteção mais efetiva para a garantia de seus direitos.

Nos dias atuais é muito comum consumidores inadimplentes serem inscritos em órgãos de proteção ao crédito, o que acaba dificultando o consumo e submetendo-o a uma situação vexatória e constrangedora, uma vez que qualquer loja, ao analisar a abertura de crediário, constata que aquele consumidor é um “mau pagador”.

Muitas vezes o consumidor fica inadimplente por motivo de força maior e, ao ter seu nome negativado acaba perdendo os crediários, que acaba bagunçando totalmente sua vida financeira, o submetendo a situações vexatórias, o que é proibido pelo Código de Defesa do Consumidor, senão, vejamos:

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça. (BRASIL, 1990).

Como se pode perceber, o Código de Defesa do Consumidor proíbe que o consumidor inadimplente seja submetido ao ridículo, o que ocorre quando ele é inscrito em órgãos de proteção ao crédito como o SPC e o SERASA.

O problema maior é que a negativação do consumidor não favorece ninguém, ao contrário, prejudica a economia, uma vez que acaba diminuindo o consumo em larga escala, principalmente porque algumas negativações só impossibilitam mais ainda a circulação de bens e produtos de consumo. Quando um cartão de crédito tem o limite cortado ou reduzido e o consumidor tem o nome negativado, além dele não poder mais contar com aquele crédito para pagar seus demais credores, não conseguirá se organizar financeiramente a curto prazo, uma vez que, antes pagava o cartão com o salário por exemplo, e utilizava o crédito para sobreviver, agora, sem crédito, não poderá mais pagar o cartão de crédito, pois se o fizer e ficar sem crédito e sem limite, poderá passar fome.

Observe-se que a honra e o nome do sujeito não é mais uma questão subjetiva, relacionada a como o sujeito se vê perante a sociedade ou como a sociedade lhe olha, mas trata-se, também, de uma questão objetiva, uma vez que, mesmo robôs, poderão barrar o crédito do cidadão com base em uma análise mecânica de dados.

Inserir o nome do consumidor em órgãos de proteção ao crédito é expô-lo ao ridículo, sem antes, sequer, dar-lhe o benefício do contraditório. Ou seja, em muitos casos o nome é

inscrito sem sequer o consumidor dever ou ter qualquer relação jurídico-consumerista com o suposto credor.

Assim como o consumidor não pode ser submetido ao ridículo, do mesmo modo, existe uma proteção especial em relação as cláusulas contratuais, o que busca proteger o consumidor contra cláusulas abusivas ou cláusulas de adesão onde as cláusulas onerosas ao consumidor não estejam destacadas adequadamente.

Nesse sentido, nos termos do art. 47, do Código de Defesa do Consumidor, “As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.” (BRASIL, 1990). Como já foi visto anteriormente, o Código de Defesa do Consumidor garante a proteção contra propaganda enganosa, cláusulas abusivas, defeito na prestação de serviço, dentre outras, o que contribui para o desenvolvimento social e econômico, colocando as partes em par de igualdade material.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como se pôde perceber, nem sempre, ao redor do mundo, houve uma preocupação com o consumidor, geralmente, parte vulnerável na relação contratual, uma vez que o fornecedor detém os meios de produção e reprodução da vida econômica, podendo ditar (impor) as cláusulas contratuais. Basta lembrar, como exemplo mais recente e mais palpável, pela corrida pela aquisição da vacina contra o COVID-19, onde as principais farmacêuticas que conseguiram produzir a vacina, tinham a capacidade de ditar suas regras e escolher qual o seu mercado, criando uma fila para a aquisição. Esse poderio mostra que quem detém os meios de produção e reprodução (as corporações), nunca poderiam ser enfrentadas pelo simples consumidor, se não houvesse uma legislação capaz de diminuir a disparidade de poder existente.

Assim, os movimentos consumeristas lutaram para criarem a nível global legislações que fossem capazes de proteger o consumidor do abuso de poder das grandes corporações e estabelecer o equilíbrio econômico. Não é à toa que o art. 170 da Constituição Federal de 1988, o qual trata da ordem econômica, estabeleceu que dever-se-ia observar o princípio da proteção ao consumidor. Ou seja, depois de muita luta, percebeu-se que para se estabelecer uma harmonia econômica e contratual dever-se-ia observar a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo.

O desdobramento dessa percepção, no Brasil, foi a criação do Código de Defesa do Consumidor enquanto uma legislação garantidora da proteção ao consumidor diante do

reconhecimento de sua vulnerabilidade e da necessidade de se proteger princípios como o da boa-fé-objetiva e da função social do contrato.

A proteção do consumidor não é uma mera necessidade de proteger a parte hipossuficiente contra o poderio econômico das grandes corporações, mas uma forma de promover o próprio equilíbrio nas relações econômicas e garantir o desenvolvimento econômico e social de forma plena, o que só é possível através da estipulação de limites. Sem esse tipo de proteção as relações jurídicas poderiam caminhar em direção ao caos e a superexploração, promovendo a desigualdade acentuando a violência e opressão no seio da sociedade, o que não pode ser permitido em um Estado Democrático de Direito.

Conclui-se, portanto, que o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor não é um pretexto para dar sempre razão ao consumidor, independentemente do contexto fático, mas, ao contrário, para garantir que o consumidor seja tratado a partir do princípio da igualdade material, sendo-lhe possível lutar por seus direitos com recursos viáveis e eficazes.

REFERÊNCIAS

BRASIL, LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.** Presidência da República: Subchefia para Assuntos Jurídicos, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em 22 de agosto de 2023.

BRASIL, CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Presidência da República: Subchefia para Assuntos Jurídicos, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 23 de setembro de 2023.

CALIXTO, Marcelo Junqueira; CAMPOS, Alan Sampaio. **Teoria finalista mitigada e comprovação da vulnerabilidade do consumidor.** 2023, disponível em: <https://www.conjur.com.br/2023-jul-26/garantias-consumo-aplicacao-teoria-finalista-mitigada/>. Acesso em 22 de novembro de 2023.

FAGUNDES, Gilnara Gabriele de Azevedo; SOARES, Glauber Alves Diniz. **DIREITO DO CONSUMIDOR:** O princípio da vulnerabilidade e a defesa do consumidor no direito brasileiro. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/22544/1/TCC%20COMPLETO%202.pdf>. Acesso em 20 de outubro de 2023.

GUGLINSKI, Vitor. **Breve histórico do Direito do Consumidor e origens do Código de Defesa do Consumidor.** MSJ – Meu Site Jurídico: Editora JusPODIVM, 2019. Disponível em: <https://meusitejuridico.editorajuspodivm.com.br/2019/05/08/breve-historico-direito-consumidor-e-origens-codigo-de-defesa-consumidor/>. Acesso em 27 de abril de 2024.