

A VULNERABILIDADE E SUA IMPORTÂNCIA PARA O DIREITO DO CONSUMIDOR

[\[ver artigo online\]](#)

Helder Sampaio Fernandes Rios¹

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de demonstrar a importância do princípio da vulnerabilidade para o consumidor e evidenciar sua participação como norteadora para o surgimento do direito do consumidor, que é visto através de um percurso histórico desde o início da sociedade até a revolução industrial e o desenvolvimento do comércio. Partindo da presunção absoluta que o consumidor é considerado a parte vulnerável na relação de consumo, o princípio da vulnerabilidade surge para manter o equilíbrio na relação de consumo perante o fornecedor que é o detentor do conhecimento e poder de controle de seu produto ou serviço.

Palavras-chave: Princípio da vulnerabilidade. Direito do consumidor. Vulnerável. Consumidor.

VULNERABILITY AND ITS IMPORTANCE FOR CONSUMER LAW

ABSTRACT

This work aims to demonstrate the importance of the principle of vulnerability for the consumer and evidences its participation as a guide for the objective of demonstrating consumer rights, which is seen through a historical journey from the beginning of society to the industrial revolution and the development of commerce. Part of the provision of vulnerable consumption that the consumer is considered the principle of vulnerability to maintain balanced consumption in the relationship with the supplier who is the holder of knowledge and power to control his product or service.

¹ Graduado em gestão financeira, graduando em Direito, Pós-graduado em Direito Previdenciário pela EBRADI, Pós-graduado em Direito do consumidor, pós-graduado em Direito Público, Funcionário Público, empresário da Rios Excursões, helderrios.adv@gmail.com.

SEMANA ACADÊMICA

INTRODUÇÃO

O devido trabalho tem o intuito de mostrar a seriedade do princípio da vulnerabilidade no âmbito da relação de consumo ante ao direito do consumidor. O estudo deste princípio é um dos pontos de partida para a compreensão do processo que possibilita a proteção do consumidor numa relação de consumo. Esse princípio se fundamenta a partir do Código de Defesa do Consumidor, instituído por meio da Lei 8.078/90, inciso I do art. 4, que reconhece o consumidor como a parte mais vulnerável da relação de consumo, sendo considerado frágil e impotente perante o poder econômico, tendo como objetivo o amparo na promoção do equilíbrio das relações dentro do sistema consumerista.

E com o processo de desenvolvimento global do sistema consumerista, o código do consumidor surge devido a evolução econômica e social, resultado de grandes movimentações de consumo que ocorreram de forma nacional e internacional, se tornando um instrumento de legalidade, baseados nos valores constitucionais de proteção e defesa para os consumidores tendo como principal foco, resguardar a parte mais vulnerável na relação jurídica de consumo.

Essa relação de consumo se configura por meio da relação contratual entre o fornecedor e a figura do consumidor, fundamentada e delimitada juridicamente, no qual ambos adquirem direitos e deveres que devem ser efetivados. Mas especificadamente, segundo o código do consumidor, no artigo 2º, “Consumidor, é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Diante dessa perspectiva, a fundamentação do consumo ocorre na relação do consumidor com o fornecedor, em que, para o código do consumidor essa relação, pressupõe a existência de desigualdade, colocando o consumidor como o mais vulnerável na relação.

Essa vulnerabilidade fundamenta-se nos aspectos técnicos, pelo simples fato do consumidor não ter conhecimento sobre o material ou serviço que está consumindo, bem como, pela vulnerabilidade fática, ou seja, pela desproporção intelectual e econômica, e por fim, a vulnerabilidade jurídica, caracteriza pela falta de entendimento jurídico específico. Sendo assim, com a aplicabilidade do princípio da

vulnerabilidade, torna-se possível estabelecer vantagens e direitos para a parte mais frágil é uma tentativa de equipara a disposição jurídica da relação contratual.

O presente trabalho visando mostrar a importância do princípio da vulnerabilidade de forma objetiva, foi dividido em poucos capítulos, o qual inicia abordando um pequeno relato histórico sobre o início das relações de consumo. Logo, busca-se apreciar o significado de princípio, bem como, a devida importância sobre o Princípio da Vulnerabilidade, mostrando aspectos normativos e a aplicabilidade desse princípio no código do consumidor. E por fim, conclui-se que a devida atenção a esse princípio é de extrema importância para que ocorra uma relação jurídica contratual consumerista em equilíbrio.

2- PROCESSO HISTÓRICO ACERCA DAS RELAÇÕES ACERCA DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Para compreender a importância do princípio da vulnerabilidade no direito do consumidor, faz-se necessário inicialmente descrever como se deu o processo histórico acerca da relação de consumo e suas origens. Dê antemão, de acordo ao dicionário, pode-se entender que o conceito de consumo é visto como uma prática econômica de adquirir bens e serviços. Enquanto a relação de consumo se configura através de uma relação bilateral, o qual de um lado está o consumidor que oferece bens e serviços, e do outro, o consumidor que busca nessa relação satisfazer suas necessidades de consumo.

Historicamente, uma das primeiras tentativas para organizar uma relação de consumo adveio através do código de Hamurabi (2.300 a.c), nessa época, por não existir controle das relações do comércio, instituiu-se um conjunto de leis que regulavam e protegiam a população, contudo, havia desigualdades sociais e as sentenças eram feitas de acordo aos tipos de classes sociais.

De acordo Filomeno (2016, p.28) “o desenvolvimento da relação de consumo aconteceu com a ampliação e desenvolvimento populacional”. Dessa forma deriva-se o aumento do consumo, que obrigatoriamente deu início ao advento do modelo de produção em massa das indústrias, oferecendo a entrada ao modelo contratual e ao

surgimento da livre manifestação de vontade nos contratos, tal circunstância considerada como uma grande expressão da dignidade humana.

Nesse período, afirmava-se que tudo o que era contratual, era justo, desde que as partes fossem livres para celebrarem seus interesses. Dessa forma, o estado não podia ter controle na formulação dos contratos, devendo apenas garantir a liberdade das partes. Por outro lado, essa liberdade contratual traz consigo como consequência a escravidão da parte mais vulnerável, já que o produtor, o elemento mais forte dessa relação, atribuía no contrato sua vontade e interesse pessoal.

Essa diferença de tratamento na relação de consumo seria um pontapé inicial para o que vinha a despertar no mercado. Com o desenvolvimento e crescimento demográfico e da chegada da evolução industrial, surge o aumento na demanda de produção e logo ocorre a massificação do meio produtivo, fazendo com que os produtores passem a se preocupar apenas com os aspectos quantitativos, perdendo se assim a relação personalizada do fornecedor com o produtor, transformando o consumidor em um ser autônomo, tornando as partes que antes tinha uma relação pessoal, virar meramente uns desconhecidos.

Frente ao exposto, não mais poderia continuar com o contrato recíproco em que as partes negociavam suas cláusulas, nesse passo, o contrato bilateral cede vez para o contrato unilateral, segundo o qual é elaborado pelo fornecedor e aderido pelo consumidor, surgindo então o contrato de adesão, conforme define o prof. Rizzatto Nunes:

Ele é de adesão por uma característica evidente e lógica: o consumidor só pode aderir. Ele não discute cláusula alguma. Para comprar produtos e serviços o consumidor só pode examinar as condições previamente estabelecidas pelo fornecedor, e pagar o preço exigido, dentro das formas de pagamento também prefixadas. (NUNES,2013 p.4)

Com essas mudanças de aumento na produção e evolução do mercado, problemas começam a surgir, os produtores não focalizam tanto sua atenção na qualidade, prezando mais pela quantidade. Por consequência os consumidores ficam à mercê dos fornecedores, o qual ditam o tipo de negociação, e passam a enfrentar problemas com produtos e serviços eivados de vícios causando prejuízos econômicos

e físicos. Cumpre observar que, nessa época o direito não estaria ainda preparado para solucionar tais situações.

Logo mais, junto as sociedades capitalistas dos Estados Unidos surgem o primeiro Direito do Consumidor proveniente por meio do pronunciamento do presidente Kennedy que foi encaminhado ao Congresso Norte Americano em 1962 para tratar da proteção do consumidor, que sofria um descaso expresso devido ao abandono que sofriam com acidentes causados pelos veículos fabricados pela Ford. Desse conceito, pode-se ver como o consumidor não tinha seu devido reconhecimento

No Brasil, as relações de consumo surgem por volta dos anos de 1970, com a criação de associações civis e entidades do governo. O código civil de 1916, também previa princípios fundamentais da autonomia da vontade e da força obrigatória dos contratos, disciplinava sobre relações individuais, mais, não tratava sobre as demandas da coletividade, como era ocasionado nas relações de consumo.

Contudo, foi com o advento da redemocratização, promulgada a nova Constituição Federal em 1988, que fez nascer mais sistematizado o direito do consumidor, a adoção de um modelo jurídico que protegesse o consumidor, antes do texto constitucional, as leis eram dispersas, pode – se citar por exemplo, o decreto 868 de 1938, que discorre sobre crimes contra a economia popular, bem como, o decreto 22.626 de 1938, lei de Usura, que caracteriza a entrada do direito consumerista no Brasil.

Segundo Nunes (2013) a relação entre os fornecedores e consumidores mudaram a partir da lei 8.078 de 1990, a implantação do código de proteção ao consumidor, nascendo uma consciência sobre as obrigações e direitos de forma mais segura e equilibrada. Tomando novos rumos jurídicos na sociedade sobre as formas de justiça nas relações consumeristas dentro de uma economia capitalista.

Ademais, é possível notar, que a trajetória do consumidor dentro da relação de compra com o fornecedor foi gradativamente evoluindo com a busca pelo direito igualitário ao tratamento vindo do fornecedor, o detentor do poder e conhecimento do produto/serviço oferecido. Após muita movimentações sociais, o consumidor

adquire através do princípio da vulnerabilidade, detentor da origem do direito o consumidor, uma legislação própria para sua proteção.

3 – O DIREITO DO CONSUMIDOR

O surgimento de leis específicas de defesa do consumidor no Brasil melhorou muito a qualidade de vida dos consumidores, já que éramos regidos pelo código civil para solucionar lides que envolviam as relações de consumo. Os primeiros sinais de defesa do consumidor no país foram detectados no Rio de Janeiro em 1974. Ao longo dos anos, diversos órgãos de defesa do consumidor foram criados. Em 1985 foi criado o Conselho Nacional do Consumidor para assessorar o Presidente nas políticas públicas relacionadas à proteção do consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor nasce como uma norma fundadora de ordem pública e interesse social. A Lei nº 8.078/90 visa garantir a dignidade e o respeito ao consumidor. Para Miragem (2019) o código do consumidor tem o compromisso de proporcionar a proteção e o equilíbrio das relações de consumo por meio da aplicação das normas de defesa do consumidor em benefício da sociedade. Essa proteção é um desejo da Constituição Federal de 1988.

Insta salientar que o princípio da dignidade humana está relacionado diretamente ao conceito de mínimo existencial, bem como é o cerne de todo ordenamento jurídico, abrangendo o consumidor por ser a parte mais fraca da relação.

Sendo assim, 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.

Vale destacar um ensinamento do Paulo Lobo que discorre ao dizer que:

Uma das mais importantes realizações legislativas dos princípios constitucionais da atividade econômica é o Código do Consumidor, que regulamenta a relação contratual de consumo. Seu âmbito de abrangência é enorme, pois alcança todas as relações havidas entre os destinatários finais dos produtos e serviços lançados no mercado de consumo por todos aqueles que a lei considera fornecedores, vale dizer, dos que desenvolvem atividade organizada e permanente de produção e distribuição desses bens. Assim, o Código do

Consumidor subtraiu da regência do Código Civil a quase totalidade dos contratos em que se inserem as pessoas, em seu cotidiano de satisfação de necessidades e desejos econômicos e vitais. (LOBO 1999, p. 09)

Não obstante, é necessário registrar ainda no campo da constituição, que o Código de Defesa do Consumidor, tem eficácia supralegal, isso significa dizer que tal código se localiza logo abaixo da constituição. O direito do consumidor é considerado como uma lei principiológica, pois conduzem valores, constituem fins a serem alcançados. Sobre esses conceitos, podemos ilustrar diante o ensinamento de Tartuce e Neves.

A Lei n. 8.078 é norma de ordem pública e de interesse social, geral e principiológica, o que significa dizer que é prevalente sobre todas as demais normas especiais anteriores que com ela colidirem. As normas gerais principiológicas, pelos motivos que apresentamos no início deste trabalho ao demonstrar o valor superior dos princípios, têm prevalência sobre as normas gerais e especiais anteriores. (TARTUCE; NEVES, 2014, p. 28).

Convém, destacar também um julgado do Superior Tribunal de Justiça

O direito consumerista pode ser utilizado como norma principiológica mesmo que inexista relação de consumo entre as partes litigantes porque as disposições do CDC veiculam cláusulas criadas para proteger o consumidor de práticas abusivas e desleais do fornecedor de serviços, inclusive as que proíbem a propaganda enganosa

Por sua vez, o Direito do consumidor confere direito aos vulneráveis e obrigações aos fornecedores. Diante a esse tratamento desigual entre consumidor e fornecedor, ensina Jorge Miranda que:

Os direitos são os mesmos para todos; mas, como nem todos se acham em igualdade de condições para os exercer, é preciso que estas condições sejam criadas ou recriadas através da transformação da vida e das estruturas dentro das quais as pessoas se movem. (MIRANDA; 2011, p120)

Ademais, conclui-se que o Direito do consumidor expresso através de um código de lei assegura a todos os consumidores os seus devidos direitos assim como seus deveres diante a relação de consumo. Todo consumidor tem seus direitos respaldado dentro desse código, ponderando entre o equilíbrio da relação consumidor x fornecedor.

4 – PRINCÍPIO NO CONTEXTO JURÍDICO

Tendo em vista que o objetivo deste trabalho é reconhecer a importância do princípio da vulnerabilidade do consumidor, primeiramente é oportuno discorrer sobre o entendimento da palavra princípio, derivado do latim, principii ou principiu e tem o sentido de origem, início, e pode ser conceituado diante o dicionário como um ditame moral, regra, lei ou preceito.

É importante também definir a diferença entre regras e princípios, já que ambos são diferentes. As regras são mais específicas e podem ser aplicadas a hipóteses bem definidas, enquanto os princípios são mais gerais e têm uma gama mais ampla de aplicações conforme cita Cavalieri:

Enquanto as regras estabelecem as ações que devem ser seguidas, os princípios estabelecem diretrizes ou fundamentos para o comportamento necessário para alcançar determinado resultado. Esses dois tipos de regras têm uma natureza mais objetiva. (CAVALIERI, 2014 p. 68)

De acordo o doutrinador Delgado, o princípio é a:

Noção de proposições fundamentais que se formam na consciência das pessoas e grupos sociais, a partir de certa realidade, e que, após formadas, direcionam-se à compreensão, reprodução ou recriação dessa realidade. (DELGADO, 2011 p.180)

Segundo Miragem (2014) os princípios já são norteadores jurídicos deste das origens do Direito, antes do domínio da escrita, utilizava-se de princípios que ficassem acima das diferenças, na tentativa de reestabelecer o equilíbrio nas relações. Dentro dos aspectos jurídicos, os princípios são dotados de uma significativa importância, clareando a compreensão de questões jurídicas, ainda que estejam em um sistema normativo extremamente complicado.

Da mesma forma, Nunes, entende que,

O princípio jurídico é um enunciado lógico, implícito ou explícito, que, por sua grande generalidade, ocupa posição de preeminência nos horizontes do sistema jurídico e, por isso mesmo, vincula, de modo inexorável, o entendimento e a aplicação das normas jurídicas que com ele se conectam. (NUNES, 2000 p.3)

Ou seja, os princípios são diretrizes no ordenamento jurídico, são orientadores, condicionadores, um norteador para quem interpreta a lei, para Ataliba,

[...] os princípios são linhas mestras, os grandes nortes, as diretrizes magnas do sistema jurídico. Apontam os rumos a serem seguidos por toda a sociedade e obrigatoriamente

perseguidos pelos órgãos do governo (poderes constituídos. (ATALIBA. 2001 p. 6-7)

Como se pode ver, os princípios são de extrema importância para o ordenamento jurídico. Dentro das leis que administram o código do consumidor, rege como um dos mais importantes, o princípio da vulnerabilidade, seu objetivo, é manter a proteção e o equilíbrio na relação de consumo para os consumidores.

Por fim, conclui-se que os princípios são de grande importância como orientadores das normas no ordenamento jurídico brasileiro, diante disso, afirma-se que o princípio da vulnerabilidade é um dos mais importantes no Código do consumidor conforme cita o Superior Tribunal de justiça:

O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo, o que não quer dizer compactuar com exageros que, sem utilidade real, obtém o progresso tecnológico, a circulação dos bens de consumo e a própria lucratividade dos negócios.²

5 – A VALORAÇÃO DO PRINCÍPIO DA VUNERABILIDADE NO DIREITO DO CONSUMIDOR

Diante de todo contexto em que surge as relações de consumo, houve a necessidade da implantação de leis e regras, nascendo do código do consumidor com a perspectiva de adotar medidas que beneficie ambas as partes da relação, entretanto, dentre os princípios que regem o código, temos como principal, o princípio da vulnebailidade do consumidor, por compreender que o consumidor é a parte mais fraca da relação, visto como o motivo da criação do código, pois seu objetivo é de equilibrar a relação de consumo entre o fornecedor e o consumidor. De acordo Moraes (2021) a vulnerabilidade é o conceito que fundamenta todo o sistema consumerista, o qual busca proteger a parte mais frágil da relação de consumo, a fim de promover o equilíbrio contratual.

² (586316 MG 2003/0161208-5, Relator: Ministro HERMAN BENJAMIN, Data de Julgamento: 17/04/2007, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 19/03/2009).

Tal conceito foi defendido pelo Superior Tribunal de Justiça o qual reconheceu que “O ponto de partida do Código de Defesa do Consumidor é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do consumidor, estrutura que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo ³”. A importância da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo foi reconhecida pela legislação brasileira com a aprovação da lei 8.078/1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor, que lhes deu as garantias necessárias.

Como já tratado nesse artigo, o Código do Consumidor não surgiu por caso ou por iniciativa de algum grupo político, sua origem é constitucional, nascida por determinação prevista no Art. 48 da Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. Registra-se ainda que o disposto consta no Art. 5, inciso XXXII da Constituição Federal⁴, auferindo dessa forma uma força maior, gerando mais autoridade para adoção de regras protetivas que o código aborda.

O código do consumidor trouxe ao consumidor uma grande segurança que automaticamente fez uma enorme evolução dentro do campo comercial, proporcionando a igualdade, como cita Cavalieri (2014, p.2) “na constelação dos novos direitos, o Direito do Consumidor é estrela de primeira grandeza, quer pela finalidade, quer pela amplitude do seu campo de incidência” Como bem coloca o civilista Paulo Lobo sobre o assunto:

"Uma das mais importantes conquistas legislativas dos princípios constitucionais da atividade econômica é o Código do Consumidor, que regulamenta a relação contratual de consumo entre os consumidores que buscam em seu cotidiano a satisfação de necessidades e desejos econômicos e vitais, denominado de destinatários finais de produtos e serviços nos quais são lançados em mercado por todos aqueles que a lei considera fornecedores, ou seja, daqueles que desenvolvem atividade organizada e permanente de produção e distribuição desses bens. (LOBO, 1999 pg. 125)

Nesse Viés, em relação ao princípio da vulnerabilidade é importante registrar que seu reconhecimento discorre adjacente a resolução da ONU 39/248 de 1985 o qual definiu as Diretrizes para proteger os consumidores, apresentou total concretização de cunho normativo com a promulgação da lei Nº 8.078/90, que veio

³ (STJ, REsp 1.324.712, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, 4ª T., DJ 13/11/2013).

⁴ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Art. 5º, inciso XXXII [o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;]

regularizar os direitos do consumidor, trazendo a garantia do equilíbrio nas relações de compra e venda.

Destarte, compete esclarecer a importância desse princípio, o qual tem por objetivo trazer o equilíbrio na relação de consumo tendo em vista que o consumidor é considerado a parte mais frágil em relação ao fornecedor. Como menciona Lisboa (2001) ao falar que entende que o consumidor é vulnerável no mercado de consumo quando se sujeita as práticas de oferta, de publicidade e de fornecimento dos produtos e serviços, bem como a aquisição deles.

A vulnerabilidade configura-se como presunção absoluta, dessa forma não necessita de comprovação para demonstrar o desequilíbrio entre o fornecedor e consumidor, logo, essa característica é inerente ao consumidor, é uma qualidade presumida.

Quando se fala que o consumidor já tem a sua vulnerabilidade presumida, pode-se observar de imediato, quando numa relação de compra e venda sua capacidade de escolha já se mostra comprimida, pois o consumidor só tem a opção de escolha pelo que já existe e que está disponível no mercado, decisão essa escolhida unilateralmente pelo fornecedor que tem seus interesses empresariais e tem por opção a obtenção unicamente do lucro. Quanto as pessoas jurídicas, será necessário de comprovação da vulnerabilidade

6 – ESPECIES DO PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

Tomando como base que o fornecedor é quem fabrica, cria, executa o produto ou serviço, ele quem determina como será a característica do produto e como será promovido o serviço, ou seja, ele que detém o poder de escolha e de conhecimento e do outro lado ou seja o fornecedor é um mero conhecedor superficial do bem ou serviço de consumo. Logo, essa vulnerabilidade consiste na fragilidade do consumidor de não ter os devidos conhecimentos que o fornecedor como especialista do produto ou serviço oferecido em relação ao conhecimento mínimo que detém o consumidor.

A doutrina classifica o princípio da vulnerabilidade através de uma divisão em espécies como a vulnerabilidade técnica, jurídica, científica, fática, socioeconômica e

informacional (NUNES, 2019). Sendo a vulnerabilidade técnica decorre da falta de conhecimento do consumidor em relação aos produtos e serviços que está adquirindo, ficando à mercê da confiança da boa-fé do fornecedor. A complexidade do mundo moderno impossibilita que os consumidores tenham conhecimento completo sobre as propriedades dos produtos e serviços que compram, isso significa que eles são vulneráveis a serem enganados ou enganados por não ver quando algum produto ou serviço apresentar defeito ou vício.

A vulnerabilidade jurídica ou científica se expressa nos diversos desafios que os consumidores enfrentam na defesa de seus direitos. Em 2002, o economista e advogado Marques argumentou que a falta de conhecimento nessas áreas é o principal fator que prejudica os direitos dos consumidores. Apesar das várias vantagens de ter um advogado especializado, o consumidor ainda enfrenta alguns problemas técnicos na hora de proteger seus direitos. Configura-se nessa espécie de vulnerabilidade jurídica pela falta do consumidor de ter o conhecimento jurídico ou pela fraqueza de apreciar as cláusulas contratuais.

Existem várias classificações dentro da doutrina consumerista, procuramos focar nessas que mais apresentam no cotidiano. Cabe aqui por fim, entender que a vulnerabilidade deriva de várias deficiência ou carência de informação em diversas áreas do mercado de consumo.

7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo procurou demonstrar o desenvolvimento da relação de consumo dentro do seu processo histórico e atual, bem como, a importância do princípio da vulnerabilidade na relação jurídica contratual entre o consumidor e o fornecedor, fundamentado de acordo ao Código de Defesa do Consumidor.

Historicamente a proteção ao consumidor surge inicialmente em decorrência do aumento populacional, derivando o aumento no consumo, passando por modelos contratuais, de livre consentimento das partes, considerando os interesses. Entretanto, com o desenvolvimento industrial, focado apenas nos resultados quantitativos, perde-se o foco do contrato bilateral para o contrato unilateral,

possibilitando maiores vantagens ao fornecedor, por proporcionar da maneira que lhe convem as cláusulas contratuais, em que o consumidor venha a aderir ou não, por livre iniciativa, sem questionamentos.

Diante dessas condições, origina-se o Código de Defesa do Consumidor, com a preocupação jurídica, em manter o equilíbrio entre o consumidor e o fornecedor, visando proteger os consumidores de possíveis fraudes e abusos. O Código de Defesa do Consumidor estabelece direitos e deveres para a relação consumerista, tem como pressuposto jurídico leis previstos na Constituição Federal de 1988, bem como, a aplicabilidade de princípios para a efetivação e garantia dos direitos do consumidor, estabelecendo o equilíbrio e a justiça contratual. Este código foi criado para garantir que a paz social seja mantida.

Encontra-se uma série de princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor. Aqui abordamos a importância do princípio da vulnerabilidade na relação de consumo por compreender que a parte mais vulnerável da relação é o consumidor. Essa vulnerabilidade não exige comprovação, é uma presunção absoluta, ou seja, uma qualidade presumida, por esta exposta por uma decisão contratual unilateral, que é a do fornecedor.

Portanto, compreendendo que o consumidor é a parte mais frágil da relação, o princípio da vulnerabilidade tem o objetivo de equilibrar toda e qualquer relação de consumo.

VULNERABILITY AND ITS IMPORTANCE FOR CONSUMER LAW

RESUME

This work aims to demonstrate the importance of the principle of vulnerability for the consumer and to highlight its participation as a guide for the emergence of consumer law. which is seen through a historical course from the beginning of society to the industrial revolution and the development of commerce. Starting from the absolute presumption that the consumer is considered the vulnerable part in the consumption relationship, the principle of vulnerability arises to maintain the balance in the consumption relationship with the supplier who is the holder of knowledge and power to control their product or service.

Keywords: Principle of vulnerability. Consumer law. Vulnerable. Consumer.

REFERÊNCIAS

ATALIBA, Geraldo. **República e Constituição**. Atualizado por Rosolea Miranda Folgosi. 2 ed. São Paulo: Editora Malheiros Editores. 2001

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Art. 5º, inciso XXXII [o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2014.

DELGADO, Maurício Godinho. **Curso de direito do trabalho**. – 10 ed. São Paulo: LTr, 2011, p.180.

FEDERAL, Senado. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Secretaria de Editoração e Publicações, 2016.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. 14ª Ed. São Paulo: Atlas, 2016, pg. 28.

LISBOA, Roberto Senise. Responsabilidade civil nas relações de consumo. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2001.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. **Constitucionalização do Direito Civil**. 1999. Disponível em: <https://ibdfam.org.br/artigos/129/Constitucionaliza%C3%A7%C3%A3o+do+Direito+Civil>. Acesso em: 16 maio 2022.

STJ – **REsp 1.552.550/SP** – Terceira Turma – Rel. Min. Moura Ribeiro – j. 1º.03.2016 – DJe 22.04.2016.

STJ, **REsp 1.324.712**, Rel. Min. Luis Felipe Salomão, 4ª T., DJ 13/11/2013.

MIRANDA, Jorge. **Manual de direito constitucional**. 3. ed. Coimbra: Coimbra Editora, 2000 t. IV, p. 225 apud CAVALIERI FILHO, Sergio. Programa de direito do consumidor, p.48. 2014.

MIRANDA, Jorge. **Manual de direito constitucional**. 9. ed. Coimbra: Coimbra Editora, 2011

MIRAGEM. Bruno. **CURSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR**. 5ª ed. rev. atual. e ampl. – São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto, **Comentários ao Código de Proteção e Defesa do Consumidor**, Direito Material, Saraiva, São Paulo: 2000, p. 3

NUNES, Rizzatto. **O conceito de prática abusiva no Código de Defesa do Consumidor**. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/abc-do-cdc/299592/o-conceito-de-pratica-abusiva-no-codigo-de-defesa-do-consumidor>. Acesso em: 15 março 2022.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 3. ed. São Paulo: Método, 2014.