

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE DIREITO
DEPARTAMENTO DE DIREITO PRIVADO E PROCESSO CIVIL

JOÃO RICARDO BET VIEGAS

A VULNERABILIDADE AGRAVADA DO CONSUMIDOR ANALFABETO

Porto Alegre

2018

JOÃO RICARDO BET VIEGAS

A VULNERABILIDADE AGRAVADA DO CONSUMIDOR ANALFABETO

Monografia apresentada ao Departamento de Direito Privado e Processo Civil da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Bruno Nubens Barbosa
Miragem

Porto Alegre

2018

JOÃO RICARDO BET VIEGAS

A VULNERABILIDADE AGRAVADA DO CONSUMIDOR ANALFABETO

Monografia apresentada ao Departamento de Direito Privado e Processo Civil da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Aprovada em 12 de janeiro de 2018.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Bruno Nubens Barbosa Miragem
Orientador

Profa. Sophia Martini Vial

Profa. Luiza Linhares Petersen

“Os limites da minha linguagem significam os limites do meu mundo.”

- Ludwig Wittgenstein.

AGRADECIMENTOS

Se todas as cartas de amor são ridículas, tenho sido aquele mais ridicularizado. Procuro ser aquele apontado em meio a meus conhecidos, que têm sido campeões em tudo. E, assim, saberei que tudo vale a pena.

Agradeço à minha família pelo amor e pelo cuidado.

À minha mãe, por me mostrar que há mais de um caminho para se chegar ao colégio. Ao meu pai, por me ensinar como é bom aprender - que ser é maior do que ter.

À Nira, pelo carinho em todos esses anos.

Aos meus avós, por serem a definição de luta e pelo ensinamento de que nunca é tarde.

À Giovanna, por me mostrar que amor é mais que amar: é compartilhar.

Aos meus amigos, pelas trocas e pelos momentos. Por sempre estarem lá.

À Coimbra, por ser mudança e por seus achados.

Ao Prof. Dr. Bruno Miragem, que entre trajetória, obra e convivência é difícil apontar qual a mais inspiradora.

Ao Grupo de Pesquisa Direito Privado e Acesso ao Mercado, por manter a chama acesa.

À Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela oportunidade.

Aos colegas do escritório TozziniFreire, pelo aprendizado.

Sinto-me como a manhã para os galos tecelões e como o verão para as andorinhas: não me faço só.

RESUMO

Observando a sociedade envolvida pelo consumo, determinados segmentos, por suas peculiaridades próprias, apresentam-se em situação de intensificada fragilidade. Diante da importância tomada pela informação e pela comunicação nos dias de hoje, o problema da presente pesquisa consiste em responder se é possível reconhecer o agravamento da vulnerabilidade do consumidor em decorrência do analfabetismo e, em caso positivo, identificar como e em que medida isso ocorre. A partir de retomada histórica da formação da sociedade de consumo e da nova ordem de mercado, objetiva-se compreender a evolução da proteção do consumidor nesse contexto. Passar-se-á, ato contínuo, a análise da relação de consumo, identificando suas características e abarcando os princípios que envolvem a defesa do consumidor, em específico o princípio de sua vulnerabilidade, consagrado no artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90). Em segundo momento, recolher-se-á elementos históricos sobre o desenvolvimento do analfabetismo e do analfabetismo funcional no Brasil, observando-se o panorama atual da questão com o intuito de enxergar o perfil do grupo. Em seguida, serão verificadas situações que envolvam o analfabeto no contexto do mercado de consumo, de modo a identificar se é possível reconhecer o agravamento de sua vulnerabilidade.

Palavras-chave: Analfabetismo. Consumidor. Hipervulnerabilidade. Direito do Consumidor.

ABSTRACT

Observing the society involved in consumption, certain segments, due to their own peculiarities, are in a situation of increased fragility. Given the importance of information and communication nowadays, the problem of this research is to answer whether it is possible to recognize the aggravation of consumer vulnerability due to illiteracy and, if so, to identify how and to what extent it occurs. Based on the historical recovery of the formation of the consumer society and the new market order, it aims to understand the evolution of consumer protection in this context. Immediately thereafter, the analysis of the consumption relationship, identifying its characteristics and encompassing the principles that involve consumer protection, specifically the principle of his vulnerability, enshrined in Article 4, item I, of the Consumer's Defense Code (Law nº 8.078/90). Secondly, historical data will be collected about the development of illiteracy and functional illiteracy in Brazil, observing the current panorama of the issue in order to see the profile of the group. Next, situations that involve the illiterate in the context of the consumer market will be verified, in order to identify if it is possible to recognize the aggravation of their vulnerability.

Key words: Illiteracy. Consumer. Hypervulnerability. Consumer Law.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADCT – Ato das Disposições Constitucionais Transitórias

CC – Código Civil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CF – Constituição Federal

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística

INAF – Indicador de Analfabetismo Funcional

ONU – Organização das Nações Unidas

PL – Projeto de Lei

PLC – Projeto de Lei da Câmara

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

STJ – Superior Tribunal de Justiça

TJRS – Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

LISTA DE FIGURAS

Figura 01–Representação da eficácia do CDC	36
Figura 02 – Gráfico nº 35 do Censo Demográfico de 2010	68
Figura 03 – Distribuição pesquisa INAF por grupo de analfabetismo.....	74
Figura 04 – Símbolo Transgênico	93

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Analfabetismo no Brasil – população maior de 15 anos	64
Tabela 02 – Escala Indicador de Analfabetismo Funcional – INAF	73

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Taxa de analfabetismo no Brasil – população maior de 15 anos	65
Gráfico 02 – Analfabetismo no Brasil em números absolutos – população maior de 15 anos	66
Gráfico 03 – Taxa de analfabetismo por região PNAD 2015 – população maior de 15 anos	70
Gráfico 04 - Taxa de analfabetismo PNAD 2015 – Idosos	71

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1.A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE DE CONSUMO	17
1.1A SOCIEDADE DE CONSUMO E A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR.....	18
1.2 A RELAÇÃO DE CONSUMO E O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE...	37
2.O CONSUMIDOR ANALFABETO E O AGRAVAMENTO DE VULNERABILIDADE.....	56
2.1. O ANALFABETISMO NA SOCIEDADE BRASILEIRA.....	57
2.2. O RECONHECIMENTO DA VULNERABILIDADE AGRAVADA DO CONSUMIDOR ANALFABETO.....	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106

INTRODUÇÃO

Sob os olhares do presente tempo, parece possível afirmar que se enfrenta um momento em que determinadas noções características da *modernidade* encontram-se em franco processo de mudança – ou de evolução – para um próximo estágio.

Nessa esteira, destaque-se, no Direito, a insuficiência da persecução da igualdade meramente formal entre sujeitos na busca pelo justo. Retomando-se a aristotélica ideia de equidade, não há como se furtar de enxergar na igualdade material parcela imprescindível para o alcance da igualdade em seu sentido amplo.

No centro dessas alterações, observa-se a valorização da pessoa humana, manifesta na preocupação com sua dignidade, o que passaria a conduzir o ordenamento jurídico, inclusive no que tange ao Direito Privado.

Em um primeiro momento, oriundo dos interesses dos agentes das revoluções burguesas, consubstanciava-se a Constituição em espécie de carta política que estipulava limites à atuação do Estado frente aos cidadãos, enquanto o direito privado ordenava as relações entre particulares, que buscavam sua livre atuação.

Constatados os abusos nas relações privadas, em momento posterior, por meio de normas de ordem pública, o Estado passa a atuar como limitador de determinadas condutas na seara privada, de modo a evitar abusos.

Passa-se, enfim, ao momento em que a Constituição ocupa posição de destaque no ordenamento jurídico, de supremacia hierárquica em sua organização.

Nesse contexto, justamente, toma-se a dignidade da pessoa humana como aspecto central da ordem jurídica do Estado, emanando desse princípio máximo uma série de direitos fundamentais.

Compreende-se, assim, que o arcabouço normativo de todo o ordenamento jurídico estará vinculado aos preceitos constitucionais, não podendo as normas infraconstitucionais se afastarem dos direitos fundamentais elencados à carta magna, justamente o oposto: é preciso que lhes garantam funcionalidade.

Constrói-se, no que se vem denominando como constitucionalização do Direito Privado, a noção de que inclusive nas relações privadas os direitos fundamentais serão inafastáveis.

Aqui, a promulgação da Constituição da República Federativa do Brasil em 1988 trouxe consigo uma série de direitos fundamentais e o reconhecimento de novos

sujeitos de direito, os quais reivindicariam leis especiais subjetivas e protetivas nos casos daqueles mais vulneráveis¹.

Na realidade, identificar os vulneráveis no contexto das relações privadas e protegê-los parece ser uma das maiores expressões de que a preocupação constitucional de proteção de determinados grupos irradia força normativa aos mecanismos de Direito Privado, estes funcionando como efetivadores dos princípios constitucionais.

Tem-se, aqui, o exemplo do Direito do Consumidor.

Se em um primeiro momento, o Direito do Consumidor concentrava-se em estabelecer as características e os limites da definição dos agentes envolvidos nas relações de consumo e construir a noção jurídica e a extensão da vulnerabilidade do agente a ser protegido, vive-se uma segunda fase necessária: de diálogo entre fontes convergentes e de aprofundamento do conceito de vulnerabilidade em atenção às especificidades dos grupos de consumidores.

Sobre o tema, conforme será aprofundado, emerge da doutrina e da jurisprudência o que se vem chamando de *hipervulnerabilidade* de alguns consumidores. Isto é, grupos que, em razão de suas características específicas, figuram como agravadamente vulneráveis; ou, duplamente vulneráveis – em parte por sua condição peculiar e em parte por sua posição de consumidor.

Em um contexto de sociedade globalizada em que a informação consiste em verdadeiro fator de equilíbrio nas relações privadas², a ausência de habilidades e capacidades a seu pleno acesso consubstanciará tamanha fraqueza a ensejar proteção específica?

Dentro de uma realidade na qual 8% da população brasileira se autodeclara absolutamente incapaz de ler ou escrever um simples bilhete e que 22,3% dos idosos afirma não possuir a habilidade de se comunicar por meio escrito, consiste o analfabetismo em condição passível de análise para que se possa identificar a relevância da situação no ambiente de consumo.

Sob essa perspectiva, o presente estudo propõe uma abordagem que caminhará do geral ao específico, valendo-se do método dedutivo, ancorado nas pesquisas doutrinárias, nas análises do arcabouço normativo constitucional e infraconstitucional, além do exame qualitativo de caso.

¹MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 18.

²*Ibidem*, p. 161.

Com efeito, o trabalho tem por objetivo geral identificar se a ausência de habilidade de estabelecer comunicação por meio escrito é de tamanha relevância de modo a ensejar um agravamento de vulnerabilidade do consumidor.

Isto é, busca-se verificar se o analfabetismo é fator juridicamente capaz de aprofundar a inerente vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

Diante do objetivo geral elencado, constituem objetivos específicos do presente estudo (i) compreender qual o contexto social em que ocorre a interação no mercado de consumo, (ii) entender sobre quais alicerces está construída a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e como está estruturada a relação de consumo no país, (iii) verificar quais as características do cidadão analfabeto e quais os impactos dessa condição a seu desenvolvimento e (iv) identificar se, e como, o analfabetismo poderia interferir na relação de consumo.

Para tanto, toma-se como problema de pesquisa responder se: *é possível reconhecer a condição de analfabetismo como fator juridicamente relevante a ponto de ensejar o agravamento de vulnerabilidade do consumidor?*

Em caso de resposta positiva ao questionamento ora firmado, buscar-se-á responder: *como e em que medida ocorre o agravamento de vulnerabilidade do consumidor analfabeto?*

E ainda: *qual a consequência jurídica do reconhecimento do agravamento de vulnerabilidade do consumidor analfabeto?*

Observados os objetivos postos ao presente estudo, bem como o problema de pesquisa delimitado, o trabalho será dividido em dois principais momentos: compreender como se dá a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e identificar as características da atuação do consumidor analfabeto no mercado.

A estrutura do presente estudo consistirá em dois capítulos, ambos os quais subdivididos em outros dois tópicos, de modo a percorrer o contexto que envolve a relação de consumo, a evolução histórica e jurídica da proteção do agente consumidor, as características da relação de consumo, passando-se, em seguida, a observação do analfabetismo e seus impactos, além de sua relevância à interação dos agentes no mercado de consumo.

Em primeira análise, portanto, serão abarcadas as características da sociedade de consumo, refletindo-se acerca do contexto econômico e social em que está inserida a relação de consumo, colhendo-se o ensejo para observar como o ordenamento jurídico

brasileiro abarcou na Constituição Federal de 1988 e nos dispositivos infraconstitucionais a proteção desse novo sujeito de direitos.

Em seguida, passar-se-á a identificar as delimitações firmadas pelo legislador e a hermenêutica aplicada às concepções da relação consumerista, verificando seus sujeitos e seus objetos. No mesmo tópico, será aprofundada a noção de vulnerabilidade do consumidor e a influência do princípio na compreensão da relação de consumo.

Avançando ao segundo capítulo, a preocupação consistirá em enxergar o cidadão analfabeto, observando suas características e o impacto causado pelo analfabetismo em seu desenvolvimento como parte da comunidade.

Para tanto, serão recolhidos os dados censitários acerca do analfabetismo no Brasil e os comentários da doutrina especializada no processo de desenvolvimento da educação acerca do tema, de modo a (i) traçar um histórico do analfabetismo no país, (ii) identificar um panorama atualizado da questão e (iii) mensurar os reflexos à convivência do cidadão analfabeto no contexto social.

Por fim, tratar-se-á da construção jurídica do conceito de hipervulnerabilidade, ou vulnerabilidade agravada, buscando responder o questionamento proposto a partir de dois caminhos: (i) se o ordenamento jurídico enxerga o analfabeto como vulnerável, o que o colocaria em posição de duplamente vulnerável quando consumidor, e (ii) se a incapacidade de ler e escrever, ou mesmo compreender o conteúdo de textos escritos, é característica tão relevante juridicamente a ponto de agravar a vulnerabilidade do consumidor analfabeto.

Assim, serão verificados os dispositivos constitucionais e infraconstitucionais atinentes ao analfabeto, bem como os comentários da doutrina acerca do tema e, ainda, analisadas circunstâncias enfrentadas pela jurisprudência acerca da atuação de consumidores analfabetos no mercado de consumo.

Em síntese, o presente estudo propõe um percurso. Neste caminho, busca-se evidenciar o contexto no qual se desenvolve a relação de consumo, quais são suas características e sob quais lentes deve ser observada. Além disso, objetiva chamar a atenção para as peculiaridades de determinados grupos, imbuído da ideia de que reside na igualdade material, para além da formal, a efetiva concretização da dignidade da pessoa humana.

1. A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NA SOCIEDADE DE CONSUMO

A presente pesquisa tem por escopo verificar a possibilidade de reconhecimento do agravamento da vulnerabilidade do consumidor em decorrência do analfabetismo.

De início, parte-se da observação trazida por Bruno Miragem de que, se referindo ao direito do consumidor, “... o estudo e a compreensão desta nova disciplina jurídica devem ser realizados a partir da noção de uma nova ordenação do mercado, na relação entre todos os agentes econômicos e os destinatários finais dos produtos e serviços produzidos...”³.

A partir da pós-modernidade, verifica-se uma busca pelo rompimento de construções sociais e econômicas características do período moderno. Decorrente de tal fato, observa-se a gênese de reivindicações atentas às preocupações sociais e à atuação do direito no que nelas consistem⁴.

Para Lipovetsky, vive-se em uma sociedade hipermoderna, posterior àquela outrora descrita como pós-moderna. Nos tempos de hiperconsumo, a valorização das sensações íntimas e da realização individual teria adquirido proporções superlativas⁵.

Além da necessária contextualização histórica e social de período no qual se enfrentam os dilemas do direito e, em específico do direito do consumidor, faz-se mister identificar o desenvolvimento não somente das ações protetivas direcionadas a esse novo sujeito, mas também da crescente preocupação em aperfeiçoá-las.

Para tanto, adota-se como registro inicial o notório discurso do ex-presidente estadunidense John Kennedy⁶, proferido no Congresso norte-americano em 1962. À ocasião, Kennedy defendeu a proteção dos consumidores no que cinge (i) à segurança, (ii) à informação, (iii) à escolha e (iv) a ser ouvido⁷, cujo aprofundamento fez parte do desenvolvimento desse novo ramo do direito.

Nesse sentido, observando a realidade brasileira sob o prisma da Constituição Federal de 1988, enxerga-se a opção do legislador constitucional em consagrar a

³MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 43.

⁴TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 04

⁵LIPOVETSKY, Gilles. **Los tiempos hipermodernos**. Barcelona: Anagrama, 2006, p. 36/39.

⁶Disponível em <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108> – acesso em 09/06/2017 – 10:55.

⁷MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 46.

proteção do consumidor como um direito fundamental⁸ e como um princípio da ordem econômica brasileira⁹.

Esclarecendo a ideia por trás da opção tomada pelo legislador constitucional no Brasil, Bruno Miragem e Claudia Lima Marques identificam:

A presunção aqui é de desigualdade (material, formal, econômica e informativa) entre os sujeitos da relação de consumo, consumidor e fornecedor (art. 4º, I, do CDC), daí a necessidade de proteção especial deste sujeito, individual ou coletivamente considerado no mercado brasileiro, como um corolário do princípio da dignidade humana (art. 1º, II, da CF/1988).¹⁰

1.1 A SOCIEDADE DE CONSUMO E A EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Partindo-se da concepção de que *“a expressão pós-modernidade é utilizada para simbolizar o rompimento dos paradigmas construídos ao longo da modernidade...”*¹¹, é interessante observar que a pós-modernidade não consiste exatamente em um estado de coisas, mas sim em processo que envolve um amadurecimento ainda não consolidado¹².

A partir da obra de Zygmunt Bauman, Claudia Lima Marques e Bruno Miragem comentam sobre a importância adquirida pelo consumo, este capaz, inclusive, de remanejar a vida entre privados, observando-se uma transformação de sociedade de produtores em sociedade de consumidores¹³.

Sobre a sociedade de consumidores, Bauman alerta:

“A característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias; ou antes, sua dissolução no mar de mercadorias em que, para citar aquela que talvez seja a mais citada entre as muitas sugestões citáveis de Georg Simmel, os diferentes significados das coisas ‘e portanto as próprias coisas, são vivenciadas como imateriais’,

⁸ Art. 5º, XXXII da Constituição Federal de 1988.

⁹ Art. 170, V da Constituição Federal de 1988.

¹⁰ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, pp. 151/152.

¹¹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 04

¹² BITTAR, Eduardo C.B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005, p. 108.

¹³ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 150.

aparecendo ‘num tom uniformemente monótono e cinzento’ – enquanto tudo ‘flutua com igual gravidade específica na corrente constante do dinheiro’.¹⁴

As transformações no mercado – na economia – acarretam mudanças de caráter social e jurídico, sendo a recíproca verdadeira. Diante disso, em uma sociedade na qual o consumo tenha tamanha representatividade, hiperconsumista¹⁵, não há como negligenciar os impactos dele decorrentes.

A partir dessa perspectiva, cabe observar que houve momento em que a produção era consumida por aquele que a gerava, ou trocada por material diverso, isto é, uma fase primitiva¹⁶ da economia, em que o agricultor plantava o milho para subsistência de sua própria família.

Avançando, foi fortalecido o sistema de trocas, muito em razão da especialização dos segmentos, marcada pela figura do artesão. Destaque-se o fato de que, nesse período, o gatilho para a produção era puxado por aquele que busca a coisa, em uma fase tratada como artesanal¹⁷.

A fase comercial, logo seguinte, por sua vez, carregou consigo uma série de alterações cuja relevância é observada no hoje denominado direito do consumidor. Nesse sentido, visualiza-se nesse período o início de uma produção desvincilhada de uma solicitação específica e individualizada, embrião da forma estandarizada mais a frente observada. Além disso, é na fase comercial que aparecem os primeiros caixeiros viajantes, distribuidores que, por vezes, começaram a estabelecer local de venda fixo.¹⁸

Ainda na leitura de Ferrier promovida por Marques e Miragem (2014), a quarta fase da evolução econômica revela a intensificação do processo que, pouco a pouco, se construía. Nesse sentido, destaca-se (i) a massificação da produção e (ii) o aumento da oferta e (iii) do caráter despersonalizado da demanda. Inclusive, é na fase industrial, destaca Ferrier, que se inverte a lógica anterior de maior procura e menor oferta.

Encerrando a identificação das fases econômicas, Ferrier revela que estaríamos a viver em uma fase consumerista. Nesse cenário, estaria posta uma cadeia de fornecedores, dentre os quais se considerariam produtores e distribuidores, cujas

¹⁴BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008, p.21.

¹⁵ LIPOVETSKY, Gilles. **Los tiempos hipermodernos**. Barcelona: Anagrama, 2006, p. 41.

¹⁶ FERRIER, Didier. **Droit de la distribution**. 3. ed. Paris: Litec, 2002, p. 02 *apud* MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 92.

¹⁷*Ibidem*.

¹⁸*Ibidem*.

preocupações envolveriam a segurança e a confiança dos consumidores, a qualidade de seus produtos e de suas marcas, além do preço e do conforto no acesso aos bens.

Quanto à quinta fase, Marques e Miragem evidenciam a preferência pela denominação de pós-industrial e justificam:

Particularmente, prefiro denominar esta fase de pós-industrial., pois a evolução técnica superou muitos problemas causados pela distância física e facilitou sobremaneira a organização ou logística própria, levando a uma terceirização de serviços e a volta a uma distribuição direta.¹⁹

Em paralelo às alterações de mercado ao longo da história, observa-se a movimentação do direito privado no sentido de uma adaptação necessária em decorrência das circunstâncias fáticas e sociais enfrentadas.

Nesse sentido, verifica-se que o direito privado clássico, com destaque ao Código de Napoleão²⁰, carrega consigo os postulados da autonomia da vontade e da liberdade de exercício da propriedade²¹.

É dizer que, no direito civil moderno, a livre manifestação de vontade e a liberdade de disposição da propriedade elevam o princípio do *pacta sunt servanda*, a ideia de vinculação ao pacto, à posição de protagonista²².

Nesse sentido, o próprio Código Civil brasileiro de 1916 adota a vinculação do pactuado contratualmente, sob o fundamento, justamente, de subsunção à vontade das partes²³.

No entanto, a partir do final do século XIX e ao longo do século XX, o reconhecimento de limites no exercício da propriedade privada acarreta certa relativização à ideia consubstanciada no princípio do *pacta sunt servanda*.

Diante das consequências da I Guerra Mundial, enfrentou-se na Europa a impossibilidade fática de cumprimento de determinadas obrigações contraídas anteriormente ao conflito, acarretando, através da jurisprudência francesa, o

¹⁹ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 93.

²⁰ Código Civil Francês de 1804.

²¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 48.

²² *Ibidem*.

²³ ALVES, André Cordelli. **Contrato de Adesão** in Revista de Direito Privado, v. 46, ano 12. São Paulo, abr./jun. 2011, pp. 269/296.

ressurgimento da cláusula *rebus sic stantibus* e a possibilidade de revisão contratual para restabelecimento do equilíbrio no contrato²⁴.

Com o avanço tecnológico, ao longo e após a II Guerra Mundial, o modelo capitalista de negócio consolidou a indústria massificada de bens de consumo, promovendo alterações no cenário econômico de tamanha intensidade que o contrato em sua acepção do século anterior não mais permanecia²⁵.

É nesse contexto, que se observa a sensível redução do componente da bilateralidade do contrato, isto é, uma despersonalização do contrato, que evidencia a ausência do componente de negociação entre contratantes, de ajuste negocial²⁶.

Por consequência do aprofundamento dessas características, fornecedores e produtores passam a uniformizar os instrumentos contratuais, gerando o que hoje se vê em abundância no mercado de consumo, contratos de adesão e condições gerais dos contratos; evidenciando, assim, o fenômeno dos contratos massificados.

Sobre os contratos de massa, entende-se que perdem característica central do contrato tido como tradicional, isto é, a negociação paritária – a discussão livre e individual das cláusulas. Nesse sentido, Claudia Lima Marques exemplifica: “Dentre as técnicas de conclusão e disciplina dos chamados *contratos de massa*, destacamos, desde a quarta edição, os *contratos de adesão*, as *condições gerais dos contratos* ou *cláusulas gerais* contratuais e os *contratos do comércio eletrônico com consumidores*.”²⁷.

É dizer que a formação dos contratos de consumo é marcada, dentro dessa perspectiva, por cláusulas não negociadas efetivamente, evidenciando uma predisposição de um esquema contratual por uma das partes, restando à outra parte a mera aceitação²⁸. Nessas circunstâncias, é evidente a restrição da liberdade contratual²⁹.

Inclusive, aparece na doutrina comparação entre a predisposição contratual e o poder paralelo de elaboração de regulamentos privados:

Alguns comparam essa predisposição do texto contratual a um poder paralelo de fazer leis e regulamentos privados (*lawmaking power*) – poder este que, legitimado pela economia e reconhecido pelo direito, acabaria por

²⁴MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 50.

²⁵*Ibidem*, p. 49.

²⁶MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 49.

²⁷MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 72.

²⁸*Ibidem*, p. 73.

²⁹ROPPO, Enzo. **O Contrato**. Coimbra: Almedina, 2009, p. 311.

desequilibrar a sociedade, dividindo os seus indivíduos entre aqueles que detêm a posição negocial de elaboradores da *lex* privada e os que a ela se submetem, podendo apenas aderir à vontade manifestada pelo outro contratante.³⁰

Diante desse cenário, Miragem discorre sobre a restrição da liberdade de contratar imposta ao leigo:

A liberdade de contratar e o princípio da autonomia da vontade, que fundamentavam o direito civil clássico, tornam-se insuficientes para assegurar a justiça e o equilíbrio nestas relações contratuais, determinando a necessidade da proteção dos mais fracos na sociedade de consumo de massas.³¹

Dentro desse entendimento, promove-se a revisão crítica da noção de igualdade cunhada a partir da Revolução Francesa, isto é, formal. No caso da relação de consumo, por exemplo, verifica-se que, seres humanos, embora dotados de uma igualdade formal, ocupam posições desiguais, isto é, reconhecendo-se um retorno da ideia aristotélica de igualdade material³².

Dentro dessa perspectiva, enxerga-se a crise da massificação das relações contratuais. No contexto em que as cláusulas contratuais passam a ser formuladas por um contratante e simplesmente apresentadas ao outro, sem efetiva negociação sobre seu conteúdo, tinha-se um acordo de vontades meramente aparente, desconstruindo-se a noção de que assegurar a liberdade contratual garantiria a justiça contratual. Em certos casos, a própria liberdade de escolha do parceiro contratual estaria comprometida³³.

Ressalte-se, inclusive, o fato de que, por vezes, o contratante não possui outra maneira de acessar à prestação que não se submetendo às condições impostas. E tais prestações, muitas vezes, consistem em serviços ou bens essenciais³⁴.

Assim, observava-se um descompasso entre as relações formuladas no campo prático e o disposto na legislação civil. Nesse sentido, Marques referindo Gaston Morin, discorre:

³⁰ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 73.

³¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 49.

³² *Ibidem*, p. 52.

³³ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 164.

³⁴ ROPPO, Enzo. **O Contrato**. Coimbra: Almedina, 2009, p. 315

Em 1937, Gaston Morin sabiamente preconizava a “revolta dos fatos contra os códigos”, o declínio e o fim da concepção clássica do contrato. Pois, apesar de asseguradas, no campo teórico do direito, a liberdade e a autonomia dos contratantes, no campo práticos dos fatos o desequilíbrio daí resultante já era flagrante.

Diante do desequilíbrio contratual observado a partir do fato da liberdade e autonomia dos contratantes apresentarem somente segurança teórica, Alterini e López Cabana descrevem a situação como a crise do dogma da autonomia da vontade³⁵.

De todo modo, a teoria contratual passou por certa relativização, sendo necessária a adaptação de suas garantias, antes centradas na ideia da liberdade e da autonomia da vontade, à realização da justiça e do equilíbrio contratual.

Esta renovação teórica do contrato à procura de equidade, da boa-fé e da segurança nas relações contratuais vai aqui ser chamada de socialização da teoria contratual. É importante nota que esta socialização, na prática, se fará sentir em um poderoso intervencionismo do Estado na vida dos contratos e na mudança dos paradigmas, impondo-se o princípio da boa-fé objetiva na formação e na execução das obrigações.³⁶

Diante dos contratos de massa, reflexo da sociedade de consumo, emerge uma crise de caráter sociológico³⁷, cujo contexto de velocidade e abstração evidencia novos desafios ao direito.

A despeito da utilização do termo pós-modernidade, ou crise da pós-modernidade, importante observar a existência de uma nova forma de observar a razão pura, característica da modernidade, a partir da análise da realidade de conceitos antes preteridos³⁸.

Nas palavras de Hilton Ferreira Japiassu:

Diria que a chamada “pós-modernidade” aparece como uma espécie de Renascimento dos ideais banidos e cassados por nossa modernidade racionalizadora. Esta modernidade teria terminado a partir do momento em que não podemos mais falar da história como algo de unitário e quando morre o mito do Progresso. É a emergência desses ideais que seria responsável por toda uma onda de comportamentos e de atitude irracionais e

³⁵ ALTERINI, Atilio Aníbal; LÓPEZ CABANA, Roberto M. **La autonomía de La voluntad en el contrato moderno**. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 1989, p. 14.

³⁶ MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 168.

³⁷ LIPOVETSKY, Gilles. **Los tiempos hipermodernos**. Barcelona: Anagrama, 2006, p. 45/47.
TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 04.

desencantados em relação à política e pelo crescimento do ceticismo face aos valores fundamentais da modernidade.³⁹

Em um contexto de relações fluidas e, em contemporaneidade à globalização, “Se a crise da pós-modernidade não é diretamente uma crise do direito, mas uma crise da razão, inegável, porém, que hoje alcança todas as ciências, em especial a nossa ciência. Se vozes já levantam pela superação do pós-moderno na Europa, a sua atualidade no Brasil ainda parece incontestável.”⁴⁰

Nesse sentido, uma realidade que possui como característica a legitimação pela linguagem, pelo consenso momentâneo e não mais pela lógica, pela razão ou somente pelos valores que apresenta⁴¹; ou, para Lipovetsky (2006), uma época de vazio.

Destrinchando os efeitos dessa crise sociológica no direito, Erik Jayme⁴² analisa a presença do *pluralismo*, da *comunicação* e da *narração* como elementos pós-modernos na área jurídica, referindo, ainda, a valorização dos direitos humanos.

No que cinge à *pluralidade*, explica Marques (2014), que pode ser observada na variedade de sujeitos a serem tutelados, por vezes, inclusive, difusos, como é o caso dos próprios consumidores; ou nos direitos a serem garantidos, e nas fontes legislativas a regular o fato⁴³. Nesse sentido, um pluralismo intensificado pela valorização dos direitos humanos⁴⁴, e no qual se observa duplo sentido⁴⁵ e dupla função⁴⁶ nos valores e princípios.

Ao tratar da *comunicação*, observar-se-ia o valor máximo da pós-modernidade, o novo fator de legitimação do direito e de sua instrumentalização como vetor de informação. Corrobora-se na ideia de que o consentimento do indivíduo, para que seja legitimador, deve ser claro e informado, isto é, é preciso haver comunicação (CHARDIN *apud* MARQUES, 2014).

³⁹JAPIASSU, Hilton. **A crise da razão no ocidente** in Revista em Educação Ambiental da Universidade de São Paulo. V. 01. N. 01. São Paulo: USP, 2006, pp. 27/41. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/pea/article/view/30007/31894> – acesso em 17/06/2017 – 16:30.

⁴⁰MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 172.

⁴¹MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 174.

⁴²JAYME, Erik. Direito Internacional privado e cultura pós-moderna. Cadernos da PPGD/UFRGS 1, n. 1, p. 23.

⁴³*Ibidem*, p. 28.

⁴⁴TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 07.

⁴⁵*Ibidem*, p. 08.

⁴⁶JAYME, Erik. **Direito Internacional privado e cultura pós-moderna**. Porto Alegre: Cadernos da PPGD/UFRGS nº 01, p. 28.

No sentido disposto por Jayme, a comunicação não se dá exclusivamente pela troca veloz de informações propiciada pela tecnologia, mas também por um desejo dos personagens desse momento histórico. A ideia de comunicação conduz à noção de integração⁴⁷.

Para Jayme, é possível elaborar normas que expliquem qual o seu intuito, isto é, que narrem seus objetivos e suas finalidades. Tais seriam as normas narrativas⁴⁸, a manifestação do elemento da *narração*. Para Eros Grau, tem-se no Brasil, no Estatuto da Criança e do Adolescente, o exemplo das normas objetivo, como as denomina⁴⁹.

Aliados ao *pluralismo*, à *comunicação* e à *narração*, Jayme discorre sobre o *retorno dos sentimentos* na construção argumentativa das decisões jurídicas, o que evidencia por um lado a utilização do imponderável e, por outro, insegurança⁵⁰.

Sobre o retorno dos sentimentos, Jayme refere sua ligação com a proteção da identidade cultural, um renascimento do princípio da nacionalidade, em virtude da proteção da identidade cultural do indivíduo⁵¹.

Contudo, a preocupação dominante nas teorias de Jayme acerca dos elementos da pós-modernidade presentes no direito consiste na ideia dos direitos humanos como um guia. Nesse sentido, entender-se-iam como normas fundamentais, os direitos fundamentais⁵².

Em esclarecedora síntese, Marques:

O último elemento, verdadeiro Leitmotiv destacado por Jayme, é um revival dos direitos humanos, como novos e únicos valores seguros a utilizar neste caos legislativo e desregulador, de múltiplas codificações e microsistemas, de leis especiais privilegiadoras e de leis gerais ultrapassadas, de soft law e da procura de uma equidade cada vez mais discursiva do que real. Trata-se de uma afirmação bastante forte, no momento em que são justamente esses direitos humanos menosprezados em tantas guerras, violência, barbarismo, tanto individualismo, tanto egocentrismo em nosso mundo. Por vezes, parecemos uma sociedade darwiniana, onde somente os fortes sobreviverão, deixando os outros pelo caminho.⁵³

⁴⁷ *Ibidem*, p. 32

⁴⁸ JAYME, Erik. *Narrative Normen im Internationalen Privat-und Verfahrensrecht*. Tübingen: Mohr, 1993, p. 16.

⁴⁹ GRAU, Eros Roberto. *Interpretando o Código de Defesa do Consumidor: algumas notas*. São Paulo: Revista de Direito do Consumidor, nº 05, p. 183.

⁵⁰ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 176.

⁵¹ JAYME, Erik. *Direito Internacional privado e cultura pós-moderna*. Porto Alegre: Cadernos da PPGD/UFRGS nº 01, p. 2

⁵² LORENZETTI, Ricardo Luis. *Fundamentos do Direito Privado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998, p. 249.

⁵³ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 177.

Na esteira do pensamento aprofundado por Jayme, Tartuce refere o caráter hipercomplexo das relações jurídicas na denominada pós-modernidade. Nesse sentido, exemplifica que as noções romanas de negócio jurídico, muitas vezes, não são suficientes para resolver colisões entre direitos fundamentais recorrentes nas relações de consumo⁵⁴.

Por oportuno, interessante observar que há uma nítida diferença entre o paradigma moderno e o pós-moderno. Marques e Miragem discorrem sobre a diferença entre discursos:

Sendo assim, constata-se que tanto a modernidade, quanto a pós-modernidade são baseadas no discurso do direito. A primeira no discurso dos direitos adquiridos, na segurança e ordem (institucional), e a segunda, nos direitos qualificados por sua origem, no discurso dos direitos humanos e fundamentais, como resultados de um objetivo de política legislativa de agora tratar desigualmente, aqueles sujeitos considerados vulneráveis ou mais fracos (crianças, idosos, deficientes, trabalhadores, consumidores, por exemplo).⁵⁵

A partir da trajetória de análise ora proposta, partindo-se da visualização do contexto da sociedade de consumo, passando pelas alterações na mecânica das relações contratuais e observando as manifestações da pós-modernidade no direito, afirma-se que o direito do consumidor encontra guarida nessa concepção.

Nessa esteira, é possível observar no direito do consumidor a manifestação das características elencadas por Jayme na descrição acerca dos aspectos que compõem um direito pós-moderno.

A síntese feita por Tartuce esclarece o que ora se discorre:

Como não poderia ser diferente, o Código de Defesa do Consumidor enquadra-se perfeitamente em tal realidade pós-moderna. Primeiro, por trazer como conteúdo questões de Direito Privado e de Direito Público. Segundo, por encerrar vários conceitos indeterminados, como o de boa-fé. Terceiro, por representar uma norma aberta, perfeitamente afeita a diálogos interdisciplinares, como se verá (diálogo das fontes). Quarto, por encerrar a *pauta mínima* de proteção dos consumidores.⁵⁶

⁵⁴ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 09.

⁵⁵ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 118.

⁵⁶ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 10

Sobre o último aspecto destacado por Tartuce, isto é, a proteção do consumidor por detrás de toda a construção do Código de Defesa do Consumidor e da teoria que o sustenta, Miragem enfatiza a importância de qualificar juridicamente o ato de consumir:

Em outros termos, consumir é condição de existência digna na sociedade de consumo de massas contemporânea. E nesse sentido, a consideração e qualificação jurídica do ato de consumir, e das relações a ele concernentes, impõem o reconhecimento dos direitos do consumidor.⁵⁷

Colhendo-se o ensejo, passa-se a observar a origem histórica da proteção desse novo sujeito de direitos: o consumidor.

De acordo com o já mencionado, a doutrina toma como marco inicial da atenção aos direitos dos consumidores a data de 15 de março de 1962⁵⁸. À ocasião, o então presidente dos Estados Unidos da América, John Fitzgerald Kennedy, proferiu ao Congresso estadunidense discurso carregado de noções até hoje destrinchadas no estudo do direito do consumidor⁵⁹.

Inovadores à época, Kennedy, em 1962, abarca aspectos que em parte motivaram fundamentos da proteção dos consumidores e, por outro lado, anteciparam questões, hoje, atualíssimas.

Nesse sentido, ao proferir a célebre frase “*Consumidores, por definição, somos todos nós.*”, Kennedy expõe a noção de que, em dado momento, todos ocuparemos a posição de consumidor.

Aprofundando-se, o ex-presidente estadunidense afirma o dever do Estado em garantir a proteção dos consumidores diante do contexto enfrentado à época. Assim, imbuído da convicção de necessidade de proteção dos consumidores, refere quatro direitos básicos do consumidor, o cerne do legado deixado pelo discurso de 1962:

As origens da preocupação com os direitos dos consumidores são tradicionalmente indicadas ao conhecido discurso, nos Estados Unidos, do Presidente John F. Kennedy no Congresso norte-americano, em 1962, que, ao enunciar a necessidade de proteção do consumidor, referiu como direitos básicos o direito à segurança, o direito à informação, o direito de escolha e o direito a ser ouvido.⁶⁰

⁵⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 53.

⁵⁸ *Ibidem*, p. 55.

⁵⁹ Disponível em <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108> – acesso em 09/06/2017 – 10:55.

⁶⁰ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 46.

Por outro lado, Kennedy menciona temas como o superendividamento e o controle do aumento desenfreado de preços, tópicos em ampla discussão no cenário atual.

De modo a exemplificar a repercussão e a importância histórica do evento ao desenvolvimento da proteção ao consumidor, veja-se que, em 08 de julho de 2002, o então presidente brasileiro, Fernando Henrique Cardoso, sancionou a Lei nº 10.504/08⁶¹, instituindo, assim, o dia 15 de março como Dia Nacional do Consumidor no Brasil.

Já em 1973, em sua 29ª sessão, a Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas firmou posição acerca da existência de direitos fundamentais do consumidor, retomando os pontos centrais do discurso de Kennedy em 1962, isto é (i) o direito à segurança, (ii) o direito à informação, (iii) o direito à escolha e (iv) o direito a ser ouvido.

No mesmo ano, foi aprovada pela Assembleia Consultiva da Comunidade Europeia a Resolução nº 543, documento que enseja a redação da Carta Europeia de Proteção ao Consumidor em 17 de maio de 1973.

Ressalte-se da Carta Europeia de Proteção ao Consumidor sua definição de consumidor como aquela pessoa, física ou jurídica, à qual são oferecidos bens e serviços prestados a uso privado.

Em decorrência, em abril de 1975, o Conselho da Comunidade Europeia redige resolução na qual descreve os direitos fundamentais do consumidor através da seguinte divisão: (i) o direito à proteção da saúde e da segurança, (ii) o direito à proteção dos interesses econômicos, (iii) o direito à reparação dos prejuízos, (iv) o direito à informação e à educação e (v) o direito à representação⁶².

Nesse contexto, observa-se um crescente processo de elaboração de leis objetivando a proteção do consumidor.

De modo a visualizar o verdadeiro movimento de codificação, tomam-se os exemplos de França, Espanha e Portugal, escolha em razão da influência que perfizeram no Código de Defesa do Consumidor brasileiro.

⁶¹ Disponível em http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/LEIS/2002/L10504.html – acessado em 17/07/2017, às 11:53.

⁶² CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 1. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009, p. 06.

No que cinge ao caso dos franceses, até a regularização do “*Códe de La Consummation*” em 1995, verifica-se alguns exemplos de leis esparsas atinentes a aspectos específicos na proteção do consumidor.

Nessa esteira, são os casos (i) da Lei de 22 de dezembro de 1972 – dispositivo que estipulava o prazo de sete dias para o consumidor refletir sobre determinada compra, (ii) da Lei de 27 de dezembro de 1973 (*Loi Royer*) – que trazia em seu artigo 44 a necessidade de proteção do consumidor em face de propaganda enganosa e (iii) das Leis nº 78, 22 e 23 de 10 de janeiro de 1978 (*Loi Scrivener*) – atentas à proteção do consumidor no que diz respeito às ofertas de crédito e às cláusulas abusivas⁶³.

Por sua vez, Miragem exemplifica esse movimento pela promulgação da Lei Espanhola nº 26/1984, instrumento utilizado na regulamentação do art. 51 da Constituição Espanhola de 1978, no sentido da responsabilidade do Estado em atuar na garantia da defesa do consumidor.

Ainda, observa-se em Portugal, através da Lei nº 29/81, uma coletânea de dezenove artigos dispendo sobre preocupações como a prevenção de riscos, a informação e a própria definição de consumidor.

Ratificando a noção de dever do Estado em promover a defesa do consumidor, verifica-se o art. 1º da Lei Portuguesa nº 29/81 que nesse sentido dispõe:

Incumbe ao Estado e às autarquias locais proteger o consumidor, designadamente através do apoio à constituição e ao funcionamento de associações de defesa do consumidor e de cooperativas de consumo e da execução do disposto na presente lei.⁶⁴

Eis que em 16 de abril de 1985 observa-se novo marco histórico na evolução da preocupação em proteger os consumidores: a Resolução nº 39/248 da Organização das Nações Unidas.

Tal importância resta evidenciada a partir do aprofundamento dado à questão da proteção o consumidor no documento suprarreferido. Afirma-se isso pois é nesse momento que a ONU além de fortalecer a noção de necessidade da proteção específica ao consumidor, também regula a matéria – coloca objetivos e propõe meios para alcançá-los⁶⁵.

⁶³*Ibidem*.

⁶⁴Disponível em http://www.cm-matosinhos.pt/uploads/writer_file/location/1857/_lei_29_81__1_.pdf - acessado em 18/07/2017 às 12:17.

⁶⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 47.

Com efeito, ressalta-se que o dispositivo supramencionado não possui caráter obrigatório, isto é, imperativo, sendo, em realidade, instrumento de elevação de uma política internacional de proteção ao consumidor; incumbindo, no entanto, aos Estados o elenco de prioridades e a implementação de mecanismos nesse sentido.⁶⁶

Assim, interessante observar por um lado os objetivos das normas protetivas a serem desenvolvidas, conforme a Resolução nº 29/243, e, por outro, as necessidades a serem atingidas pelos Estados nessa busca, isto é, finalidades elencadas pela resolução como norteadoras da atuação estatal.

Nesse sentido, em dezesseis de abril de 1985 a ONU propõe que as normas deveriam (i) auxiliar os países a desenvolverem e manterem uma proteção adequada ao consumidor, (ii) oferecer padrões de consumo, (iii) incentivar altos níveis de conduta ética pelos fornecedores, (iv) auxiliar na diminuição de práticas abusivas, (v) ajudar no desenvolvimento de grupos independentes de consumidores, (vi) promover a cooperação internacional no que diz respeito à proteção do consumidor e (vii) incentivar o desenvolvimento de condições de mercado que ofereçam maior escolha e menores preços⁶⁷.

Diante desses objetivos, a ONU, na realidade, chama os Estados para que atuem, para que fortaleçam a proteção ao consumidor, especificando quais as necessidades legítimas a serem atendidas, destacando (i) a proteção frente à insegurança, (ii) o fomento aos interesses econômicos do próprio consumidor, (iii) o fornecimento de informações adequadas, (iv) a educação do consumidor, (v) a criação de possibilidades de ressarcimento e (vi) a garantia de liberdade na formação de grupos de consumidores e organizações específicas.⁶⁸

A Resolução nº 39/243, portanto, é relevante dentro desse movimento de aprofundamento da proteção do consumidor e da noção do consumidor como sujeito a ser protegido inclusive por seu papel de chamamento aos Estados.

Nesse sentido, verifica-se no documento o interesse na troca de conhecimentos e mecanismos técnicos e normativos no objetivo de uma unificação do caráter protetivo do consumidor.

⁶⁶GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. **A dimensão internacional do consumo: ONU e a proteção do consumidor**. Disponível em <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/24757-24759-1-PB.pdf> – acessado em 20/07/2017, às 22:43.

⁶⁷*Ibidem*.

⁶⁸ *Ibidem*.

Em consonância ao movimento internacional no sentido do reconhecimento e do aprofundamento dos mecanismos de proteção do consumidor, no Brasil, a Constituição Federal de 1988 eleva a proteção do consumidor ao plano constitucional e principiológico.

Sobre o tema, Marques e Miragem afirmam:

Mais do que uma política pública, ou do que simples normas infraconstitucionais (regras), reunidas em um Código de Defesa do Consumidor (CDC ou Lei nº 8.078/90), a proteção do consumidor no Brasil é um princípio, um princípio de origem constitucional.⁶⁹

Sob esse prisma, verifica-se que o legislador constitucional no Brasil apresenta a proteção do consumidor em três diferentes sentidos dentro da carta magna. No artigo 5º, inciso XXXII, consagra-se a defesa do consumidor como direito fundamental; no artigo 170, inciso V, como princípio da ordem econômica e, por fim, no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, determina-se a elaboração de código específico.

Em síntese elaborada pela Prof^a. Claudia Lima Marques em obra conjunta com o Prof. Leonardo Roscoe Bessa e o Ministro Antonio Herman Benjamin tem-se que:

O direito do consumidor seria, assim, o conjunto de normas e princípios especiais que visam cumprir com este triplo mandamento constitucional: 1) de promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”); 2) de observar e assegurar como princípio geral da atividade econômica, como princípio imperativo da ordem econômica constitucional, a necessária “defesa” do sujeito de direitos “consumidor” (art. 170 da Constituição Federal de 1988: “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; (...)”); e 3) de sistematizar e ordenar esta tutela especial infraconstitucionalmente através de um Código (microcodificação), que reúna e organize as normas tutelares, de direito privado e público, com base na ideia de proteção do sujeito de direitos (e não da relação de consumo ou do mercado de consumo), um código de proteção e defesa do “consumidor” (art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição Federal de 1988: “o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”⁷⁰).

⁶⁹ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p.151.

⁷⁰BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013, p. 33.

Em primeira análise, a partir do artigo 5º, XXXII, da CF/88, trata-se a defesa do consumidor como direito fundamental, um princípio do ordenamento jurídico brasileiro⁷¹.

Nesse sentido, verifica-se que a opção do legislador constitucional consiste em enquadrar o primeiro mandamento constitucional referente à proteção do consumidor no Título II – “Dos direitos e garantias fundamentais”- do Capítulo I – “Dos direitos e deveres individuais e coletivos”- da CF/88⁷².

Por um lado, observa Miragem, o constituinte impossibilita reforma posterior no sentido de enfraquecimento dessa garantia, destacando a previsão constitucional do art. 60, §4º, IV, da CF/88⁷³⁷⁴. Por outro, caracteriza a defesa do consumidor, isto é, afirma que proteger o consumidor é dever do Estado, sendo direito do consumidor contar com essa proteção.

Avançando ao conteúdo da determinação constitucional ora observada, veja-se que o legislador constitucional é claro ao estabelecer que “*o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;*”⁷⁵.

Na realidade, a partir do dispositivo supramencionado, tem-se o mandamento constitucional ao Estado para que atue positivamente. Isto é, o consumidor, esse novo sujeito, passa a ter o direito de receber uma prestação positiva do Estado: a sua proteção⁷⁶.

Nesse sentido, destaca Marques que não se trata somente de garantia de proteção do consumidor frente aos atos do Estado, mas sim de atuação do Estado em prol da defesa consumidor:

Promover significa assegurar afirmativamente que o Estado-juíz, que o Estado-Executivo e o Estado-Legislativo realizem positivamente a defesa, a

⁷¹ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 151.

⁷² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 58.

⁷³ Art. 60. *A Constituição poderá ser emendada mediante proposta:*

(...)

§ 4º *Não será objeto de deliberação a proposta de emenda tendente a abolir:*

I - a forma federativa de Estado;

II - o voto direto, secreto, universal e periódico;

III - a separação dos Poderes;

IV - os direitos e garantias individuais.

⁷⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 59.

⁷⁵ Art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988.

⁷⁶ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 151.

tutela dos interesses destes consumidores. É um direito fundamental (direito humano de nova geração, social e econômico) a uma prestação protetiva do Estado, a uma atuação positiva do Estado, por todos os seus poderes: Judiciário, Executivo, Legislativo. É direito subjetivo público geral, não só de proteção contra as atuações do Estado (direito de liberdade ou direitos civis, direito fundamental de primeira geração, em alemão *Abwehrrechte*), mas de atuação positiva (protetiva, tutelar, afirmativa, de promoção) do Estado em favor dos consumidores (direito a alguma coisa, direito pretacional, direito econômico e social, direito fundamental de nova geração, em alemão *Rechte auf positive Handlungen*).⁷⁷

Oportunamente, Miragem discorre sobre possível argumento a ser elencado: *“Concretamente, até que ponto aquele a quem se vai determinar como destinatário de proteção jurídica não irá, em razão desta proteção, estar desrespeitando ou contradizendo o direito à igualdade, de mesmo status constitucional.”*⁷⁸.

Em seguida, passa a desconstruí-lo a partir da noção de que a defesa do consumidor é, em verdade, meio de equalização de relação faticamente desigual⁷⁹. Não se trata, assim, de determinar proteção em circunstância em que se observe paridade, mas sim onde se verifica evidente discrepância de características fáticas.

Nesse sentido, Miragem arremata:

A desigualdade, in casu, reside na posição favorecida do fornecedor em relação ao consumidor, sobretudo em razão de um pressuposto poder econômico ou técnico mais significativo, que corresponderá, necessariamente, a uma posição de fragilidade e exposição do consumidor, o que convencionou denominar de *vulnerabilidade* deste em relação àquele.

Avançando, reforça-se a ideia já observada por Kennedy em 1962 de que, em determinada ocasião, todos seremos consumidores, motivo pelo qual se verifica, hoje, o direito do consumidor como um direito humano. Miragem discorre que *“(...) a caracterização dos direitos do consumidor como direitos humanos, revela o reconhecimento jurídico de uma necessidade humana essencial, que é a necessidade de consumo.”*⁸⁰.

Ora, observadas (i) a noção da proteção como mecanismo de equalização e (ii) a ideia de consumir como necessidade inerente ao humano na sociedade pós-moderna, vem a defesa do consumidor como garantia ao exercício de liberdade, em específico nos

⁷⁷ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 33.

⁷⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 59.

⁷⁹ *Ibidem*, p. 60.

⁸⁰ *Ibidem*, p. 62.

contratos de consumo, evitando “(...) que a liberdade do economicamente mais forte anulasse a liberdade do mais fraco.”⁸¹.

Passando-se à segunda referência à defesa do consumidor presente na Constituição Federal de 1988, verifica-se que a carta magna brasileira dispõe sobre a defesa do consumidor não somente como um princípio fundamental, mas também como um princípio da ordem econômica (art. 170, inciso V, da CF/88).

Por um lado, tem-se a defesa do consumidor como fator limitador da atuação desenfreada da iniciativa privada e a da autonomia de vontade⁸². Por outro, observa-se o caráter participativo do princípio da defesa do consumidor.

Afirma-se, nesse sentido, que, além da necessária função de impor determinados limites à atuação econômica, o princípio de defesa do consumidor, em considerado como princípio da ordem econômica brasileira, faz mais do que isso.

Pode-se dizer, em verdade, que sua inclusão como base da ordem econômica fortalece a representatividade de seu conteúdo. Nas palavras de Miragem:

Situa-se, pois, no texto constitucional, como princípio da ordem econômica que não se observa exclusivamente com conteúdo proibitivo ou limitador da autonomia privada, senão com caráter interventivo e promocional, de efetivação dos preceitos constitucionais que o estabelecem como direito e como princípio⁸³.

No entanto, o legislador constitucional não estanca sua atividade em definir a defesa do consumidor como princípio das ordens social e econômica, indo além.

Nesse sentido, observe-se a preocupação em garantir a efetividade do exposto no art. 5º, XXXII, da CF/88, faz com que seja redigido o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, o qual determinou que “*O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.*”⁸⁴.

Na realidade, tem-se verdadeira determinação constitucional ao legislador ordinário para que este aprove um Código de Defesa do Consumidor. E, além disso, observado princípio da unidade da Constituição, esse sistema de princípios e regras –

⁸¹ *Ibidem*, p. 64.

⁸² MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 151.

⁸³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 65.

⁸⁴ Art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias.

um código – deverá ser elaborado de modo a tornar efetivo o mandamento do próprio art. 5º XXXII da CF/88, isto é, garantido a defesa do consumidor⁸⁵.

Veja-se o destaque promovido por Marques e Miragem:

No caso da proteção do consumidor, o Constituinte de 1988, não satisfeito de estabelecer essa proteção como princípio, direito e garantia individual (fundamental) e como princípio da ordem econômica e social, ordenou ao legislador ordinário organizar um Código de Defesa do Consumidor, em 120 dias, no art. 48 das Disposições Transitórias da Constituição Federal de 1988. A Constituição elevou esta, que poderia ser uma política ou uma regra, à princípio e não satisfeita, assegurou a concretização destes direitos, exigindo sua regulamentação em corpo sistemático de leis diferentes dos Códigos entre iguais já existentes, como o Código Comercial de 1850 ou o Código Civil, o revogado Código de 1916 e o atual de 2002.⁸⁶

Decorrente, então, dos dispositivos constitucionais observados, através da promulgação da Lei nº 8.078/90, em onze de setembro de 1990, nasce o Código de Defesa do Consumidor no Brasil.

Encerrando a proposta deste primeiro tópico, de observar algumas das alterações relevantes na forma de contratar, no contexto social em que se contrata e, sobretudo, da evolução histórica da proteção do consumidor dentro dessa moldura, comenta-se, brevemente, o impacto dessa determinação constitucional fortalecida na definição do CDC como lei de ordem pública e de interesse social.

Valendo-se da definição de Marques, Benjamin e Miragem, “*As normas de ordem pública estabelecem valores básicos e fundamentais de nossa ordem jurídica, são normas de direito privado, mas de forte interesse público, daí serem indisponíveis através de contratos.*”⁸⁷.

No caso do Código de Defesa do Consumidor, o próprio art. 1º da Lei 8.078/90 atribui-lhe tal característica. É dizer, na realidade, que se está diante de norma que, em que pese de direito privado e de caráter infraconstitucional, existe como meio a garantir eficácia de mandamento constitucional.

Nas palavras de Miragem:

O que se determina com o reconhecimento da fonte constitucional de um determinado direito realizado através de norma infraconstitucional –

⁸⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 67.

⁸⁶ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 152.

⁸⁷ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010, p. 60.

identificável com clareza nas que se estabelece a partir do chamado fenômeno da constitucionalização do direito privado-, antes de tudo, é a elevação do conteúdo ao nível da norma fundamental e fundamentadora.⁸⁸

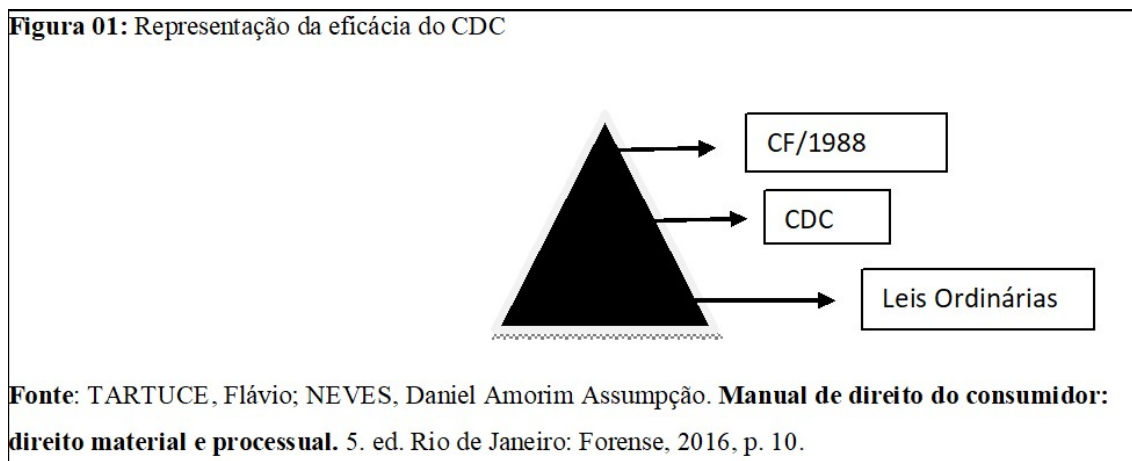
Assim, o Código de Defesa do Consumidor acabará por gozar de status diferenciado se comparado a outros dispositivos legais.

Nesse sentido, por seu caráter de norma principiológica, Nelson Nery e Rosa Maria de Andrade Nery afirmar que as legislações especiais que pretendem tutelar setores específicos vinculados ao consumo, ou ao consumidor, deverão ser observadas à luz dos ditames do CDC, evidenciando uma prevalência do diploma consumerista⁸⁹.

Por sua vez, Miragem compreende que o CDC conta de caráter preferencial, em decorrência de seu caráter de ordem pública, não sendo a norma, porém, hierarquicamente superior. Destaca, em seguida que, é ferramenta de efetivação de conteúdo constitucional, é fato limitador da autonomia privada das partes⁹⁰.

Já para Flávio Tartuce, seria possível afirmar que o CDC possui eficácia infraconstitucional e supralegal. Isto é, localizando-se em sítio intermediário entre a Constituição Federal de 1988 e as demais leis ordinárias⁹¹.

Nesse sentido, inclusive, vale-se da simbologia piramidal de Hans Kelsen colocando da seguinte forma:



⁸⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 68.

⁸⁹ NERY JR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Anotado**. 2.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 906.

⁹⁰ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 69.

⁹¹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, pp. 10/12.

Em síntese, este primeiro tópico tem por escopo promover algumas observações imprescindíveis para que se visualize o contexto social em que são realizadas as relações de consumo.

Para tanto, buscou-se observar inicialmente as características da sociedade de consumo, apontando suas alterações ao longo da história, no que diz respeito à forma de produzir e à forma de contratar.

Dentro desse contexto, a partir da constatação de desequilíbrio contratual existente especialmente nas relações de consumo, pretendeu-se verificar panorama histórico da evolução da preocupação e das medidas no que cinge à defesa do consumidor.

Por fim, tratando-se da recepção dessa noção protetiva no Brasil, recolheu-se na doutrina e a partir dos próprios dispositivos constitucionais e infraconstitucionais a perspectiva de como foi integrada ao ordenamento jurídico pátrio a preocupação da proteção do consumidor.

Assim, partindo-se desse panorama, o presente trabalho busca aprofundar-se gradativamente, passando, como já antecipado, às análises do princípio da vulnerabilidade na relação de consumo no Brasil, culminando-se na observação da possibilidade ou não do reconhecimento de agravamento no caso do consumidor analfabeto.

1.2A RELAÇÃO DE CONSUMO E O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

A partir da observação do contexto histórico e social em que se desenvolveu a noção da necessidade de proteção de consumo, avança-se à análise de como foi promovida a estruturação jurídica das diretrizes oriundas da previsão constitucional no plano infraconstitucional.

Para tanto, serão verificadas breves notas sobre as características do Código de Defesa do Consumidor, bem como sua relação com as demais codificações e legislações.

Ato contínuo, passar-se-á ao recolhimento dos elementos que compõem, juridicamente, a relação de consumo, de modo a esclarecer seus agentes, seus objetos e seus objetivos a partir do conteúdo do CDC.

Em seguida, tem-se por escopo, no presente tópico, destacar o princípio da vulnerabilidade no direito do consumidor, consubstanciando suas especificações e seus detalhes afirmados pela doutrina.

Ao refletir sobre a noção de código, verifica-se que esta remete à ideia de sistema⁹², uma organização lógica que seja caracterizada por sua coerência interna.

No caso do Código de Defesa do Consumidor, o fato do próprio legislador constitucional determinar ao infraconstitucional que elaborasse código, evidencia o objetivo de que se alcançasse uma organização normativa sistemática na qual, através de princípios e regras, cumprir-se-ia a finalidade – constitucional – de proteger o consumidor⁹³.

Para Marques, a indicação, no texto do CDC, dos objetivos do sistema de direito do consumidor facilita a própria interpretação das normas. De igual forma, a disposição do código:

Se ser Código significa ser um sistema, um todo s surpreender o fato de a própria lei indicar ou narrar (normas narrativas) em seu texto os objetivos por ela perseguidos (art. 4º do CDC), facilitando, em muito, a interpretação de suas normas e esclarecendo os princípios fundamentais que a conduzem. Também a divisão em parte geral e parte especial facilita muito sua aplicação pelo intérprete, assim como sua divisão em títulos, capítulos e seções.⁹⁴

Observa-se, assim, que o direito do consumidor, na figura do Código de Defesa do Consumidor, consolida-se como um sistema organizado, em que se vislumbra o sujeito e a finalidade do código como um todo, tomando-se a expressão microssistema⁹⁵.

Sobre o tema, Miragem traz ideia apresentada por Natalino Irti em sua obra *L'età della decodificazione*, em que o jurista italiano dissertava sobre a perda de condições de o Código Civil permanecer como sistema central de direito privado, discorrendo sobre a superação dos códigos totais em face da ocorrência de sistemas específicos – próprios e autônomos⁹⁶.

No microssistema, como é o caso do Código de Defesa do Consumidor, observa-se a unidade dos dispositivos, em que toda a organização das normas e princípios

⁹² BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver, atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 61

⁹³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 54.

⁹⁴ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver, atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 61.

⁹⁵ *Ibidem*.

⁹⁶ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 54.

funciona em prol do alcance de um objetivo de origem constitucional, proteger o elo mais fraco na relação de consumo.

Nesse sentido, Marques destaca: “*Afirma-se que, quando se aplica um artigo, se aplica toda a lei, e em um sistema espacial e bem estruturado como o CDC, esta é uma verdade muito importante e que pode ser decisiva para alcançar a efetividade desta lei tutelar.*”.

Por outro lado, Miragem salienta a forma abrangente através da qual o legislador do Código de Defesa do Consumidor trata a questão que pretende regular, reforçando a noção de código e de sistema. Em síntese, discorre:

A própria estrutura do CDC, neste sentido, possui características de codificação, uma vez que dá tratamento abrangente àquela relação jurídica específica que eleger para regular. Estrutura-se a partir da identificação do âmbito de incidência da lei, seus princípios (art. 4.º) e direitos básicos do sujeito protegido (eficácia da norma, artigo 6.º), assim como os aspectos principais do direito material do consumidor (contratos e responsabilidade civil), direito processual (tutela especial do consumidor), direito administrativo (competência e sanções) e direito penal (crimes de consumo). Faz-se, portanto, um corte transversal em diversas disciplinas jurídicas, incorporando em uma só lei aspectos próprios de distintos ramos do direito vinculados logicamente pela ideia-força do CDC, de proteção do consumidor.⁹⁷

Diante dessa abrangência, não se tem por estranho o encontro entre fontes legislativas, ou seu conflito. No entanto, a doutrina busca, atualmente, a redução da ideia de exclusão de um dispositivo em detrimento de outro e a ampliação da harmonia e da coordenação entre as fontes legislativas⁹⁸.

Assim, consolidada a noção do *pluralismo* – característica da pós-modernidade no direito - no sentido de diversificadas fontes legislativas, o jurista alemão Erik Jayme afirma que a eficiência e a justiça dentro de um sistema jurídico passam pela coordenação das legislações internas do ordenamento⁹⁹.

Na busca de expressar a importância da aplicação coerente das legislações paralelamente existentes de um mesmo sistema, Jayme propõe o *diálogo das fontes*, tese que busca uma análise a partir da coerência das fontes coexistentes dentro do ordenamento, em uma lógica de eficiência hierárquica e funcional¹⁰⁰.

⁹⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 54.

⁹⁸ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver, atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 130

⁹⁹ *Ibidem*, p. 129.

¹⁰⁰ *Ibidem*.

Trata-se de uma alternativa ao paradigma de que a resolução de um – aparente – conflito entre leis passaria necessariamente pela exclusão. Em síntese de Marques:

Erik Jayme propõe a coordenação dessas fontes, uma coordenação flexível e útil (*effet utile*) das normas em conflito no sistema a fim de restabelecer a sua coerência, isto é, uma mudança de paradigma: da retirada simples (revogação) de uma das normas em conflito do sistema jurídico (ou do “monólogo” de uma só norma possível a “comunicar” a solução justa) à convivência dessas normas, ao diálogo das normas para alcançar a sua *ratio*, a finalidade “narrada” ou “comunicada” em ambas.¹⁰¹

A teoria do *diálogo das fontes*, na realidade, é vinculada aos aspectos que, por Jayme, se tratam das características pós-modernas a serem observadas no direito. Conforme abordado em tópico anterior: o *pluralismo*, a *narração*, a *comunicação* e o “*retorno dos sentimentos*”.

Nesse sentido, observa-se uma vasta quantidade de formas ou estilos distintos. Assim, atendo-se ao direito, uma série de fontes legislativas diferentes, isto é, manifestamente uma questão de *pluralismo*¹⁰².

Em um cenário de globalização e pós-modernidade, a complexidade e a abundância de sujeitos, relações e características acabam por conviver com uma larga gama de normas jurídicas¹⁰³.

Em paralelo, extrai-se do elemento da *comunicação*, a noção de integração. Refere-se, neste ponto, ao interesse em alcançar soluções uniformes¹⁰⁴.

Na observação da *narração*, e no que diz respeito ao direito, das normas narrativas, veja-se que o julgador teria que observar mais de uma regra para chegar à decisão do caso que enfrentar¹⁰⁵.

Ressalta-se, ainda, a valorização da proteção daquilo que se pretende proteger. No exemplo trazido por Jayme, pode-se constatar o retorno dos sentimentos na proteção à identidade cultural e das expressões do individualismo¹⁰⁶.

¹⁰¹ *Ibidem*, p. 131.

¹⁰² JAYME, Erik. **Direito Internacional privado e cultura pós-moderna**. Porto Alegre: Cadernos da PPGD/UFRGS nº 01, p. 03.

¹⁰³ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 17.

¹⁰⁴ JAYME, Erik. **Direito Internacional privado e cultura pós-moderna**. Porto Alegre: Cadernos da PPGD/UFRGS nº 01, pp. 03/04.

¹⁰⁵ *Ibidem*.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

Tratando-se especificamente de direito do consumidor, a relevância da teoria do diálogo das fontes é extrema, ainda mais observada a presença de características pós-modernas no regramento consumerista.

Nesse sentido, não há como pensar o CDC alheio aos demais regramentos que compõem o ordenamento jurídico brasileiro. Nas palavras de Tartuce: *“Tema fundamental para a compreensão do campo de incidência do Código de Defesa do Consumidor refere-se à sua interação em relação às demais leis, notadamente em relação ao vigente Código Civil.”*¹⁰⁷.

Na interação mencionada, ainda que caiba a observação de que o CDC se trata de lei anterior, especial e hierarquicamente superior¹⁰⁸, enquanto o CC enquadre-se, na comparação, como lei posterior, geral e hierarquicamente inferior, o conflito aparente entre ambas pode ser solucionado com base na teoria do *diálogo das fontes*¹⁰⁹.

Atentando-se, portanto, à importância da análise conjunta entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil, Marques enxerga três possibilidades de diálogo entre ambas as fontes¹¹⁰.

Nessa perspectiva, vê-se, em primeira análise, a possibilidade de aplicação *simultânea* de ambas as leis. É o caso, sobretudo, em que se trata de um aspecto geral não presente no microsistema. Nesse sentido, Marques: *“Assim, por exemplo, o que é nulidade, o que é pessoa jurídica, o que é prova, decadência, prescrição e assim por diante, se conceitos não definidos no microsistema, terão sua definição atualizada pela entrada em vigor do CC/2002.”*¹¹¹.

Em seguida, pode-se, também, promover-se a aplicação *coordenada* das duas leis. Observa-se, nesse caso, a consideração complementar de normas e princípios quando cabível ou necessário. Exemplifica Marques: *“Subsidiariamente, o sistema geral de responsabilidade civil sem culpa ou o sistema geral de decadência podem ser usados para regular aspectos de casos de consumo, se trazem normais mais favoráveis ao consumidor.”*¹¹².

¹⁰⁷ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 16.

¹⁰⁸ Considera-se o CDC norma hierarquicamente superior ao CC, uma vez observado ser caráter constitucional, tendo em vista o mandamento expresso do art. 48 do ADCT, bem como sua inclusão como direito fundamental no art. 5º, XXXII da CF/88.

¹⁰⁹ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010, p. 33/34.

¹¹⁰ *Ibidem*, p. 34.

¹¹¹ *Ibidem*.

¹¹² *Ibidem*.

Enfim, a terceira hipótese considera o diálogo das *influências recíprocas sistemáticas*. Nesse caso, estaria consubstanciada uma possível redefinição do campo de aplicação de uma lei – como as definições de consumidor ou consumidor equiparado¹¹³.

Veja-se, por exemplo, que o Código de Defesa do Consumidor regula uma relação desigual, enquanto o Código Civil trata as relações entre iguais.

Passa-se, nesse ponto, a observar as características e os elementos jurídicos da relação regulada pelo Código de Defesa do Consumidor. Para tanto, imprescindível verificar quem são os sujeitos dessa relação e quais seus direitos previstos, bem como acerca de quais objetos ela é firmada e sob quais princípios se constrói.

Logo em seu capítulo inicial, o Código de Defesa do Consumidor traz consigo – art. 2º - a definição de que “*Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.*”¹¹⁴.

Sob essa perspectiva, verifica-se que se enquadra na definição jurídica de consumidor (i) a pessoa, seja natural o jurídica, (ii) que contrate – *adquirira* -, ou tenha contato – *utilize* – de produto ou serviço (iii) como destinatário final¹¹⁵.

Nesse passo, talvez a maior dificuldade para que se defina o consumidor reside na compreensão do significado da expressão “destinatário final”¹¹⁶. Para Tartuce, “... o principal qualificador da condição de consumidor é que deve ser ele *destinatário final* do produto ou serviço.”¹¹⁷.

Em que pese o consumidor ser, em regra, considerado como aquele polo leigo em contato com um profissional, restando caracterizada a vulnerabilidade daquele¹¹⁸, a doutrina desenvolveu teorias acerca da qualificação desse sujeito da relação de consumo.

Dentre essas, tem-se a *teoria finalista* como pioneira. Tal interpretação promove uma análise teleológica, restrita ao objetivo da lei – CDC – de proteger o consumidor¹¹⁹.

Nas palavras de Miragem:

¹¹³ *Ibidem*.

¹¹⁴ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm – Acessado em 23/08/2017 às 19:32.

¹¹⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p.156.

¹¹⁶ *Ibidem*.

¹¹⁷ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 88.

¹¹⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 156.

¹¹⁹ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 303.

A defesa da interpretação finalista parte do pressuposto de que o CDC constitui uma lei especial de proteção do consumidor, logo sua aplicação deve ser estritamente vinculada à finalidade desta lei. Em outros termos, sustenta-se que a lei, uma vez que visa reequilibrar uma relação manifestamente desigual, não pode ser aplicada extensivamente, sob pena de produzir outras desigualdades (proteger quem não tem necessidade ou legitimidade para merecer proteção).¹²⁰

Nessa perspectiva, entende-se destinatário final por destinatário final fático e econômico de determinado produto ou serviço. É dizer, em outras palavras, que será considerado consumidor aquele que retira da cadeia de produção¹²¹ (final fático) e, ao mesmo tempo, extingue a função econômica¹²².

Tem-se, na realidade, a ideia de que não se faz suficiente a retirada do produto ou serviço do mercado, mas também que o bem não seja utilizado para revenda¹²³; ou até insumo, ou incremento de atividade negocial¹²⁴.

Destrinchando a expressão “destinatário final”, Tartuce esquematiza seus componentes dentro da teoria finalista:

1º Destinação final fática – o consumidor é o último da cadeia de consumo, ou seja, depois dele, não há ninguém na transmissão do produto ou serviço.
2º Destinação final econômica – o consumidor não utiliza o produto ou o serviço para o lucro, repasse ou transmissão onerosa.¹²⁵

Por outro lado, a *teoria maximalista* consiste em interpretação objetiva¹²⁶ acerca da “destinação final” mencionada no artigo 2º do CDC.

Nesse sentido, o conceito de “destinatário final” compreenderia substancialmente a destinação fática, ou seja, a aquisição ou utilização do produto ou serviço consistiria em elemento suficiente para a caracterização como consumidor¹²⁷.

Tem-se, assim, que enquanto a teoria finalista compreende como destinatário final aquele ente destinatário fático e econômico, na interpretação maximalista o

¹²⁰ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 157.

¹²¹ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 303.

¹²² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 166.

¹²³ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 303.

¹²⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 167

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 89.

¹²⁶ *Ibidem*.

¹²⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 170

conceito de consumidor vê-se ampliado¹²⁸, uma vez que bastaria a ocorrência da destinação fática.

Para Marques, em sua obra com Benjamin e Bessa, a interpretação maximalista carrega consigo uma visão de CDC distinta daquela finalista:

Já os maximalistas viam nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um código geral sobre o consumo, um código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores.¹²⁹

Discute-se, porém, se uma interpretação com tamanha extensão não acarreta um deslocamento de relações comerciais à égide do CDC, alteração com fortes impactos. No Código Civil valoriza-se o tomador do risco – o vendedor -, enquanto no CDC, o comprador. Sobre o tema, questiona Marques: “*A pergunta aqui é por que proteger o comprador-profissional, por que proteger um fornecedor frente ao outro.*”¹³⁰.

Na busca de definir a extensão do conceito de consumidor, observa-se o aparecimento de uma corrente a qual se pode denominar *finalismo aprofundado*¹³¹.

Tal interpretação tem por base duas afirmações: a equiparação de agente a consumidor ser algo excepcional no CDC e o reconhecimento de vulnerabilidade como pressuposto para que haja a equiparação¹³².

Nesse sentido, o Superior Tribunal de Justiça vem entendendo que quando evidenciada situação de vulnerabilidade, pode ser o agente equiparado a consumidor. A título exemplificativo, o taxista que se depara com defeito ou vício em seu veículo, ainda que não seja destinatário final econômico do produto, uma vez que o utiliza para desenvolvimento de atividade profissional, enquadra-se no conceito de consumidor¹³³.

De igual forma, o freteiro que observa defeito ou vício em seu caminhão, ainda que se valha do produto para fim profissional, é vulnerável perante a montadora¹³⁴. À

¹²⁸ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 90.

¹²⁹ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver, atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 101.

¹³⁰ *Ibidem*, p. 102.

¹³¹ *Ibidem*, p. 103.

¹³² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 171.

¹³³ STJ – 4ª Turma – REsp nº 575469/RJ – Rel. Min. Jorge Scartezini. 18/11/2004.

¹³⁴ STJ – 3ª Turma – REsp nº 108079/MG – Rel. Min. Nancy Andrighi. 10/02/2009.

ocasião da decisão ora aludida, a Ministra Nancy Andrighi sintetiza a teoria que se comenta:

Consumidor é pessoa física ou jurídica que adquire produto como destinatário final econômico, usufruindo do produto ou do serviço em benefício próprio. Excepcionalmente, o profissional freteiro, adquirente de caminhão zero quilômetro, que assevera conter defeito, também poderá ser considerado consumidor, quando a vulnerabilidade estiver caracterizada por alguma hipossuficiência quer fática, técnica ou econômica.

Nessa perspectiva, tem-se que a vulnerabilidade é critério para considerar ou não a equiparação e, conseqüentemente, aplicar o CDC. Assim, seu reconhecimento serve como fundamento à equiparação, tanto quanto sua ausência pode servir para o afastamento do diploma consumerista¹³⁵.

Em que pese a vulnerabilidade e sua tomada como princípio dentro da lógica do direito do consumidor seja tema a ser aprofundado ao longo do presente trabalho, inclusive neste tópico, faz-se oportuno observar, nesse momento, a definição que aplica Marques:

Vulnerabilidade é uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção.¹³⁶

Observados, ainda que de forma breve, portanto, os aspectos centrais das principais interpretações dadas ao conceito de consumidor do art. 2º do CDC, é preciso verificar algumas características do agente com o qual o consumidor está em contato, ou seja, a outra ponta da relação de consumo: o fornecedor.

Nesse passo, o conceito de fornecedor é trazido pelo artigo 3º do CDC, que define: “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.”¹³⁷.

¹³⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 173

¹³⁶ BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver, atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 104.

¹³⁷ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm – Acessado em 24/08/2017 às 23:42.

Conforme se observa, trata-se de definição ampla¹³⁸. Perante o Código de Defesa do Consumidor, todo o participante da cadeia que tenha por fim “produzir, montar, criar, construir, transformar, importar, exportar, distribuir ou comercializar produtos, ou prestar serviços” estará enquadrado no conceito de fornecedor¹³⁹.

Nesse sentido, exemplifica Filomeno:

Desta forma, são fornecedores o supermercado, a grande loja de departamentos, mas também o feirante, o pequeno merceiro e outros, no que toca a produtos. Assim, também é fornecedora de serviços a companhia aérea, a agência ou a operadora de viagens, como também o electricista, o marceneiro, o encanador, pequenos empresários.¹⁴⁰

Sob essa perspectiva, é preciso observar que a noção de fornecedor está ligada ao desenvolvimento de atividade que envolva as ações destacadas no art. 3º do CDC. Isto é, verifica-se o componente da *habitualidade* na conduta como característica do fornecedor¹⁴¹.

Para Miragem, a questão da *habitualidade* da atividade evidencia, na realidade, é decorrência do caráter *profissional* do exercício, sendo este requisito ao enquadramento como fornecedor:

A atividade do fornecedor é habitual porque é profissional. Ou seja, em nosso entendimento, ainda que não esteja expresso em lei, ao indicar a atividade do fornecedor certa habitualidade, assim como remuneração, o legislador remete ao critério de desenvolvimento profissional desta atividade. Daí porque a profissionalidade configura requisito do conceito de fornecedor.¹⁴²

A partir da observação dos agentes da relação de consumo, isto é, seus sujeitos, imprescindível observar o objeto dessa relação. Para tanto, vale-se ainda do conteúdo do art. 3º do CDC, que define *produto e serviço*.

Nesse sentido, conforme o parágrafo 1º do art. 3º do CDC, o “*Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.*”.

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 6. Ed. Ver, atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 118

¹³⁹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 177.

¹⁴⁰ FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2014, p. 33.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 82.

¹⁴² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 178.

Da definição supracitada, destaca-se a abrangência ao referir a) bem móvel ou imóvel, e b) bem material ou imaterial.

Assim, a noção de produto engloba, a partir das definições dos artigos 79 e 84 do Código Civil¹⁴³, a exemplo, um veículo, mas também o negócio que envolva apartamento¹⁴⁴, e, inclusive, os contratos acessórios¹⁴⁵.

Além disso, a ampliação de produto como bens materiais e imateriais toma cada vez mais relevância no contexto de mercado hoje existente, uma vez que bens oriundos da produção intelectual e tecnológica restam abarcados pela definição do parágrafo 1º.

Tartuce destaca, sobre os bens imateriais, a questão do *lazer* de produto a ser aqui enquadrado como exemplo nesse contexto¹⁴⁶.

Avançando, o parágrafo 2º do art. 3º do CDC traz consigo a definição de *serviço*: “*Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.*”.

Depreende-se do dispositivo legal que será considerada serviço a atividade colocada ao mercado, sendo esta considerada como resultado – ou decorrência – da atuação econômica do agente fornecedor¹⁴⁷.

Salienta-se, também a restrição promovida pelo legislador no sentido de determinar como necessária a *remuneração*.

Nesse sentido, porém, não se pode interpretar de forma exclusiva o pagamento direto em contraprestação ao serviço prestado como remuneração.

Com efeito, destaca-se a) a *remuneração direta*, que consiste justamente na contraprestação na relação de consumo, e b) a *remuneração indireta*, a tomada de vantagens pelo fornecedor não decorrente necessariamente da realização do contrato¹⁴⁸.

A título exemplificativo, Tartuce dispõe: “*Como primeiro exemplo, invoca-se o caso do estacionamento gratuito em lojas, shopping centers, supermercados e afins,*

¹⁴³ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm – acessado em 28/08/2017 às 09:28.

¹⁴⁴ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 110.

¹⁴⁵ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, pp. 184/185

¹⁴⁶ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, pp. 112/113.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 188

¹⁴⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 188

respondendo a empresa que é beneficiada pelo serviço, que serve como atrativo aos consumidores."¹⁴⁹.

No exemplo observado, fica evidente o que se pretende dizer com *remuneração indireta*, isto é, em que pese o fornecedor não cobre diretamente por aquele serviço, recebe vantagem econômica, sendo, portanto, responsável.

Em síntese, ao tratar-se da conceituação jurídica da relação de consumo, enxerga-se elementos subjetivos – o *fornecedor* e o *consumidor* – e objetivos, na figura dos *produtos e serviços*¹⁵⁰.

Com efeito, observa-se que o próprio CDC estabelece o objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo, isto é, quais as finalidades a serem perseguidas no que tange à relação de consumo, definindo, ainda, uma série de princípios a serem considerados para que se atinja o objetivo referido.

Nesse sentido, o art. 4º, caput, do CDC dispõe: "*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:*"¹⁵¹.

Logo em seu inciso I, o art. 4º do CDC traz consigo um princípio de extrema relevância ao direito do consumidor e ao objeto do presente trabalho: "*I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;*".

Uma vez que o presente estudo busca verificar a possibilidade – ou não – de ser reconhecido o agravamento de vulnerabilidade no caso do consumidor analfabeto, opta-se por centralizar o aprofundamento da análise dos princípios de direito do consumidor à previsão do inciso art. 4º, I, do CDC: a presunção de vulnerabilidade do consumidor.

Antes, no entanto, de refletir acerca da vulnerabilidade e de sua tomada como princípio da relação de consumo, faz-se importante a diferenciação frente à noção de hipossuficiência.

A hipossuficiência está vinculada às especificidades do caso posto, isto é, está atrelada a um desequilíbrio que se identifica em determinada situação¹⁵².

¹⁴⁹ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 115

¹⁵⁰ *Ibidem*, p. 80.

¹⁵¹ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm - Acesso em 04/09/2017, 08:31

¹⁵² TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 37

Trazida em seu art. 6^a, VIII, o Código de Defesa do Consumidor menciona a hipossuficiência no sentido ser, na expressão utilizada por Miragem, “... *um critério de avaliação judicial para a decisão sobre a possibilidade ou não de inversão do ônus da prova em favor do consumidor.*”¹⁵³.

A identificação de hipossuficiência, diferentemente do que ocorre ao se falar da vulnerabilidade, será observada a partir da discricionariedade do magistrado, que verificará a disparidade processual e sua medida.

Sobre o tema, Dal Pai Moraes afirma:

Por isso a definição sobre a hipossuficiência é *ope juris*, cabendo ao magistrado a definição no caso concreto (topicamente), tendo em vista sua experiência como julgador, mas principalmente como pessoa que está integrada na sociedade, observando todas as realidades que em geral circundam uma demanda judicial, bem como com vistas à implementação concreta das funções sociais do direito.¹⁵⁴

Sobre a hipossuficiência no âmbito do direito do consumidor, é preciso ter por claro que não está limitada ao fator financeiro, critério utilizado à concessão de assistência judiciária gratuita, mas se espera do julgador a sensibilidade da ocasião como um todo, atento às discrepâncias informacionais ou técnicas, além de financeiras¹⁵⁵.

Para a compreensão da diferença entre a hipossuficiência e a vulnerabilidade no caso do consumidor, vale observar a máxima largamente disposta na doutrina de que todo consumidor será vulnerável, porém nem todo estará hipossuficiente.

Com efeito, veja-se que a vulnerabilidade é estado presumido absolutamente ao tratar-se do consumidor (art. 4º, I, CDC). Nessa perspectiva, por exemplo, Tartuce chega a afirmar que a denominação “consumidor vulnerável” é, inclusive, pleonástica.¹⁵⁶

Em verdade, tem-se, pelo legislador, o reconhecimento da existência de desequilíbrio na relação entre fornecedor e consumidor; uma disparidade entre o estado de ambos os sujeitos, identificado o consumidor como elo mais suscetível.

¹⁵³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 188.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999, p.103

¹⁵⁵ TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016, p. 38

¹⁵⁶ *Ibidem*, p. 37.

Aqui, o termo central é o *desequilíbrio*. Tem-se na relação de consumo uma gangorra em que o consumidor resta suspenso, sem alcançar os pés ao chão, enquanto o fornecedor, no uso de seu pesado poder, dita o ritmo e o movimento da brincadeira de gangorra.

Em clara síntese, Miragem descreve a opção do legislador pela presunção absoluta da vulnerabilidade do consumidor e o *desequilíbrio* da relação:

A opção do legislador brasileiro, como já referimos, foi pelo estabelecimento de uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, de modo que todos os consumidores sejam considerados vulneráveis, uma vez que a princípio não possuem o poder de direção da relação de consumo, estando expostos às práticas comerciais dos fornecedores do mercado.¹⁵⁷

A partir do reconhecimento desse *desequilíbrio* na relação é que se justifica uma atuação jurídica também *desequilibrada*, uma espécie de compensação. Nos termos de Marques:

Uma das partes é vulnerável (art. 4º, I), é o polo mais fraco da relação contratual, pois não pode discutir o conteúdo do contrato: mesmo que saiba que determinada cláusula é abusiva, só tem uma opção, ‘pegar ou largar’, isto é, aceitar o contrato nas condições que lhe oferece o fornecedor ou não aceitar e procurar outro fornecedor. Sua situação é estruturalmente e faticamente diferente da do profissional que oferece o contrato. Este *desequilíbrio* de forças entre os contratantes é a justificação para um tratamento *desequilibrado* e desigual dos cocontratantes, protegendo o direito aquele que está na posição mais fraca, o vulnerável, o que é desigual fática e juridicamente.¹⁵⁸

Inclusive, Paulo Valério Dal Pai Moraes adjetiva a desigualdade entre o fornecedor de produtos e serviços e o consumidor como insuportável¹⁵⁹.

Nessa perspectiva, veja-se que o Superior Tribunal de Justiça, em relevante julgado de relatoria do Min. Herman Benjamin, enxerga o Princípio da Vulnerabilidade como um instrumento capaz de proporcionar o *reequilíbrio*, isto é, a “*igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo*”¹⁶⁰.

¹⁵⁷ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 128.

¹⁵⁸ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 320.

¹⁵⁹ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999, pp. 98/99.

¹⁶⁰ REsp. 586.316/MG. Rel. Min. Herman Benjamin. Brasília, 17/04/2007.

Isto é, a presunção de vulnerabilidade não somente explica a existência das normas protetoras do consumidor, como orienta sua aplicação¹⁶¹. Traduz-se em justificativa e instrumento – em fundamento e guia - para o reequilíbrio da relação de consumo.

Consoante ao entendimento exarado pelo STJ, recolhe-se da doutrina a noção de que o Princípio da Vulnerabilidade existe a partir do Princípio da Igualdade e da Equidade, como se filho destes fosse¹⁶².

Nesse sentido, pode se compreender o Princípio da Igualdade como fonte ou base filosófica para o Princípio da Vulnerabilidade, ressaltando-se, no entanto, a distinção de que enquanto aquele possui visão objetiva e consolidada, valendo-se da comparação, esse prescinde de noção comparativa, carrega consigo carga superior de subjetividade¹⁶³.

Na síntese de Marques, observa-se com clareza o que se entende por vulnerabilidade nesse contexto:

Poderíamos afirmar, assim, que a vulnerabilidade é mais um estado da pessoa, um estado inerente de risco ou um sinal de confrontação excessiva de interesses identificado no mercado, é uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação. A vulnerabilidade não é, pois, o fundamento das regras de proteção do sujeito mais fraco, é apenas a ‘explicação’ dessas regras ou da atuação do legislador, é a técnica para a sua boa aplicação, é a noção instrumental que guia e ilumina a aplicação destas normas protetivas reequilibradores, à procura do fundamento da igualdade e da justiça equitativa.”¹⁶⁴

Ou seja, a vulnerabilidade é noção flexível, que não se compreende a partir de comparação entre situações, mas reflete um estado cujo reconhecimento é, nas palavras de Benjamin, “(...) a peça fundamental no mosaico jurídico que denominamos *Direito do Consumidor*.”¹⁶⁵.

¹⁶¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 130.

¹⁶² MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 120.

¹⁶³ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 321.

¹⁶⁴ *Ibidem*, p. 322.

¹⁶⁵ Apresentação por Antônio Herman Benjamin da obra MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999, p. 11.

A vulnerabilidade, no entanto, pode ser evidenciada na observação da esfera analisada, isto é, pode-se calibrar o olhar de modo a identificar sob quais aspectos o consumidor é vulnerável.

A Prof^a. Dra. Claudia Lima Marques observa a existência de quatro tipos de vulnerabilidade. São elas (i) a *técnica*, (ii) a *jurídica* ou *científica*, (iii) a *fática* e (iv) a *informacional*. Interessante o destaque atribuído a essa última modalidade, como questão básica¹⁶⁶.

Tratando-se de *vulnerabilidade técnica*, o termo central consiste em *profissionalidade*.

Com efeito, tem-se no caso do consumidor não profissional o entendimento de que a vulnerabilidade técnica é presumida, pois se refere essencialmente ao produto ou serviço em questão e suas especificidades¹⁶⁷.

Isto é, por não conhecer os aspectos do objeto da relação à medida semelhante do fornecedor, vê-se o consumidor como suscetível a ser ludibriado ou induzido.

Nessa toada, Miragem exemplifica:

É o exemplo da relação entre médico e paciente, na qual o primeiro detém informações científicas e clínicas que não estão ao alcance do consumidor leigo nesse assunto. Da mesma forma a relação de consumo envolvendo qualquer produto industrializado. Cogite-se de uma dona de casa que adquira um computador. Não se pode exigir que possua conhecimentos especializados sobre informática.¹⁶⁸

O caso da *vulnerabilidade jurídica* ou *científica*, por sua vez, envolve a ausência de conhecimento, pelo consumidor, de elementos de contabilidade, direito e economia, relevantes, sobretudo, no que tange ao instrumento de vinculação – contratação de obrigações.

Sobre o conhecimento jurídico, contábil e econômico, por um lado tem-se que presumido ao se tratar de pessoa jurídica e profissional, sendo o inverso verdadeiro, isto é, a pessoa física ou não profissional goza da presunção de ausência desses conhecimentos específicos.

¹⁶⁶ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 322.

¹⁶⁷ *Ibidem*, pp.323/324.

¹⁶⁸ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 129.

A partir dessa presunção, Marques comenta acerca de seu caráter irradiador de deveres de informação. O raciocínio consiste na ideia de que, sendo o consumidor não profissional presumidamente não conhecedor, e, ao mesmo tempo, o fornecedor, profissional, este possui o dever de esclarecimento frente ao contratante leigo¹⁶⁹.

Especificamente sobre o aspecto jurídico, Miragem destaca que *permearia* “... a ausência de compreensão sobre as consequências jurídicas dos contratos que celebra.”¹⁷⁰.

Avançando, Marques ainda observa a *vulnerabilidade fática*, também denominada de socioeconômica. Nesse caso, a ideia central consiste na concentração de poder – seja pelo largo poder econômico, ou pela essencialidade do serviço¹⁷¹.

Em que pese a subespécie de vulnerabilidade fática mais comum seja a econômica, é preciso observar que é nessa modalidade, mais abrangente e genérica, que se verifica características específicas de consumidores como fator de agravamento¹⁷².

Por certo tempo, a vulnerabilidade foi tradicionalmente dividida nessas três espécies supracitadas. Devido, porém, a alterações da própria sociedade globalizada, Marques entende que o consumidor experimenta, hoje, uma nova modalidade: a *vulnerabilidade informacional*¹⁷³.

Trata-se, aqui, não somente da falta de informação característica do consumidor, mas também da lógica de que o fornecedor do produto ou serviço consiste no único polo da relação que, de fato, possui a informação, podendo manipulá-la e controlá-la¹⁷⁴.

Com efeito, em uma sociedade em que a informação seja observada em larga escala, tem-se por meio da vulnerabilidade informacional um olhar atento, também, ao aspecto qualitativo da informação quando passada ao consumidor, como em casos em que o fornecedor soterra o consumidor com uma exagerada gama de informações desnecessárias, acarretando a impossibilidade de localização dos aspectos de maior relevância à relação.

¹⁶⁹ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 326/327.

¹⁷⁰ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 129.

¹⁷¹ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 332/333.

¹⁷² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 129.

¹⁷³ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 334.

¹⁷⁴ *Ibidem*.

Tamanha é a importância da consideração desse tipo de vulnerabilidade, que Marques comenta:

Esta vulnerabilidade informativa não deixa, porém, de representar hoje o maior fator de desequilíbrio da relação *vis-à-vis* dos fornecedores, os quais, mais do *experts*, são os únicos verdadeiros detentores da informação.¹⁷⁵

Nesse sentido, a doutrinadora conclui que a presunção dessa vulnerabilidade informacional gera um dever ao fornecedor: de compensar esse desequilíbrio¹⁷⁶.

Além disso, é preciso observar que quanto mais importante a informação, mais vulnerável está o consumidor. Destaque-se, exemplificativamente, o caso de alimentos ou remédios.

Nessa seara, Marques chama a atenção ao caso dos alimentos transgênicos:

A vulnerabilidade informacional em matéria de alimentos geneticamente modificados chama a atenção, perturba a liberdade de escolha do consumidor e a efetividade de seus direitos fundamentais. Informar e compensar esta vulnerabilidade é a única maneira de preservar os valores constitucionais envolvidos no caso da colocação no mercado de consumo de alimentos e ingredientes geneticamente modificados, que são: a dignidade da pessoa humana (art. 1º, III), o direito à vida (art. 5º, caput), à liberdade (que inclui a escolha alimentar) (art. 5º, caput), à informação (art. 5º, XIV) e à proteção dos interesses do consumidor (art. 5º, XXXII).¹⁷⁷

Apresentada a definição de Marques, é interessante observar a existência de autores que sugerem outros tipos de vulnerabilidade.

No caso de Moraes, destacam-se a *vulnerabilidade política ou legislativa*, caracterizada pela baixa força de atuação dos consumidores ou de associações representativas junto ao poder legislativo e em combate ao *lobby* dos fornecedores empresários¹⁷⁸; a vulnerabilidade biológica ou psíquica, que compreende a ideia de que o avançadíssimo nível das técnicas de vendas e marketing disponível aos fornecedores para “... *aflorar desejos, criar vontades, manipular manifestações de vontade e, assim, gerar indefinidas circunstâncias que poderão ter como resultado o maior consumo...*”¹⁷⁹; e a *vulnerabilidade ambiental*, que se refere ao prejuízo ambiental a ser

¹⁷⁵ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 335

¹⁷⁶ *Ibidem*.

¹⁷⁷ *Ibidem*, p. 337.

¹⁷⁸ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999, p. 132/144.

¹⁷⁹ *Ibidem*, p. 152.

suportado pelo consumidor ao longo do tempo acarretado por imposições mercadológicas dos fornecedores¹⁸⁰.

Conforme adiantado, o presente tópico centraliza-se no objetivo de compreender a relação de consumo e esclarecer os reflexos da presunção da vulnerabilidade do consumidor sob essa perspectiva.

Julgou-se, assim, relevante observar os agentes e os objetos da relação de consumo na ótica do Código de Defesa do Consumidor e do princípio da vulnerabilidade do consumidor, nitidamente imbuído dos mandamentos constitucionais apresentados no tópico anterior.

Caminha-se, nessa esteira, ao aprofundamento da situação específica acerca da qual o presente trabalho busca refletir: se é possível reconhecer o agravamento da vulnerabilidade do consumidor em decorrência da condição de analfabetismo.

Oportuno referir, nesse momento em que se passa a aprofundar a questão do analfabetismo e da vulnerabilidade agravada – ou hipervulnerabilidade - do consumidor, excerto do voto do Ministro Herman Benjamin ao relatar o Recurso Especial nº 586316/MG:

O Código de Defesa do Consumidor, é desnecessário explicar, protege todos os consumidores, mas não é insensível à realidade da vida e do mercado, vale dizer, não desconhece que há consumidores e consumidores, que existem aqueles que, no vocabulário da disciplina, são denominados hipervulneráveis, como as crianças, os idosos, os portadores de deficiência, os analfabetos e, como não poderia deixar de ser, aqueles que, por razão genética ou não, apresentam enfermidades que possam ser manifestadas ou agravadas pelo consumo de produtos ou serviços livremente comercializados e inofensivos à maioria das pessoas.¹⁸¹

Depreende-se, em breve síntese, pela própria natureza da noção de vulnerabilidade e do reconhecimento dado pela Constituição Federal de 1988 da importância da defesa do consumidor, que não parece possível deixar de redobrar a atenção e a proteção sobre determinados grupos da sociedade, como, em nosso exemplo, os consumidores analfabetos.

¹⁸⁰*Ibidem*, p. 167.

¹⁸¹https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=2893505&num_registro=200301612085&data=20090319&tipo=51&formato=PDF – acessado em 24/09/2017 – 18:57

2. O CONSUMIDOR ANALFABETO E O AGRAVAMENTO DE VULNERABILIDADE

Chega-se, enfim, a análise específica do caso proposto no presente estudo: o consumidor analfabeto.

Observe-se que, verificados o contexto social em que estão inseridas as relações de consumo e a forma como se dá a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro, é preciso, agora, trabalhar (i) o que caracteriza o cidadão analfabeto e o analfabetismo e (ii) em quais situações e em que medida seria possível reconhecer o agravamento de sua vulnerabilidade em relação de consumo.

Nesse sentido, Marques aponta a importância em responder dois principais questionamentos para que se possa verificar a existência do agravamento de vulnerabilidade no caso do consumidor analfabeto:

Porém, duas perguntas iniciais devem ser enfrentadas também para que possamos compreender esta vulnerabilidade: primeiro, se podemos falar dos “analfabetos” como grupo ou parte da sociedade a ser tratada diferentemente e segundo, como se dá a vulnerabilidade do analfabeto na sociedade de consumo.¹⁸²

Assim, em primeiro momento, passa-se à análise dos elementos que caracterizam o cidadão analfabeto, da evolução histórica da questão e do panorama atual no Brasil, além de alguns impactos causados pela condição de analfabeto no desenrolar da vida das pessoas.

Isto é, trata-se de recolher informações que auxiliem a compreender quem é o cidadão analfabeto, para que se possa avançar à observação de sua inserção no mercado de consumo.

Nesse segundo momento, justamente, ver-se-á qual o tratamento jurídico atribuído ao agente analfabeto ao longo do ordenamento jurídico brasileiro, atentando-se à interpretação que a doutrina e a jurisprudência vêm construindo acerca da noção de hipervulnerabilidade no mercado de consumo.

Por fim, serão observadas situações que evidenciam a atuação do analfabeto no mercado de consumo, buscando identificar, assim, se é possível reconhecer o agravamento de vulnerabilidade em razão das qualidades inerentes ao analfabetismo.

¹⁸²MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

2.1. O ANALFABETISMO NA SOCIEDADE BRASILEIRA

Em que pese pareça simples ao senso comum definir termos como *analfabeto* ou *analfabetismo*, a evolução do conceito atrela-se ao próprio desenvolvimento da sociedade brasileira.

Compreende-se, nesse sentido, o fenômeno do analfabetismo pode ser observado a partir do conceito de analfabetismo absoluto ou de analfabetismo funcional, neste caso a partir de ênfase dada pela Organização das Nações Unidas na década de 1970.

Com efeito, tem-se que o analfabetismo absoluto envolve a questão da codificação e da decodificação do sistema escrito, ou seja, referindo-se à incapacidade de ler e escrever – de decifrar o código –, enquanto o analfabetismo funcional tange à incapacidade de exercer de forma eficaz a habilidade de ler e escrever¹⁸³.

Observa-se que, muitas vezes a noção de analfabetismo está vinculada à dicotomia analfabeto/alfabetizado, sendo tal interpretação insuficiente frente às amplas e complexas características que permeiam a comunicação por meio escrito.

Nesse sentido a obra de Jenny Cook-Gumperz que coloca a alfabetização e o analfabetismo como produtos de uma construção social, isto é, existindo uma “*multiplicidade de alfabetizações*”¹⁸⁴.

Dá-se o exemplo, nesse sentido, de que se faz necessário o desenvolvimento de diversas habilidades intelectuais para que se possa considerar alguém alfabetizado.

Assim:

É evidente que, para se tornarem alfabetizadas, as crianças devem ter acesso e ser capazes de exercitar numerosas habilidades intelectuais (isto é, habilidades linguísticas e psicológicas). A alfabetização, sob uma perspectiva psicológica, é um conjunto multifacetado de habilidades instrumentais que envolvem processos cognitivos os quais operam na produção e compreensão de textos.¹⁸⁵

Enquanto Cook-Gumperz salienta a construção social que envolve a alfabetização, Paulo Freire destaca que o analfabetismo é, também, produto das condições e práticas sociais às quais se submete a população, ressaltando que o

¹⁸³FERRARO, Alceu Ravelo. **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009, pp. 120/122;

¹⁸⁴COOK-GUMPERZ, J. **A construção social da alfabetização**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008, pp. 13/14. Publicado originalmente em inglês sob o título *The social construction of literacy*. Cambridge University Press.

¹⁸⁵*Ibidem*.

analfabetismo não é uma “*erva daninha*” a ser erradicada, mas “*uma das expressões concretas de uma realidade social injusta.*”¹⁸⁶.

Ao longo dos anos, duas foram as definições apresentadas pela UNESCO na busca de um conceito geral sobre o tema.

Em 1958, afirmou-se que “*uma pessoa é alfabetizada quando consegue, com compreensão, tanto ler quanto escrever uma breve declaração simples sobre sua vida cotidiana*”¹⁸⁷.

Observado a insuficiência do conceito frente às questões sociais observadas, em 1978, a UNESCO dispõe sobre a noção de alfabetização funcional, afirmando que “*uma pessoa é funcionalmente alfabetizada quando consegue participar de todas as atividades em que a alfabetização é necessária para o funcionamento eficaz do seu grupo e de sua comunidade, e também para permitir que ele ou ela continue a usar a leitura, a escrita e os cálculos para o próprio desenvolvimento e o de sua comunidade.*”¹⁸⁸.

Emerge da definição apresentada pela UNESCO em 1978, porém, o questionamento de como seria possível utilizar o referido conceito nas mais diversas realidades socioculturais.

Assim, a própria UNESCO propôs que fosse tomado como indicativo objetivo o número de anos de escolarização, isto é, promovendo-se uma escala que atente às peculiaridades de determinados locais e traçando-se uma relação entre número de anos de ensino formal e analfabetismo funcional.

Salientando a maleabilidade do conceito, Vera Masagão Ribeiro discorre:

A variância no número de anos de estudo considerado como suficiente em diferentes regiões atesta a maleabilidade do conceito; Castell, Luke e MacLennan (1986) reportam que, no Canadá, análises de dados censitários tomam nove anos de escolaridade formal como indicador do alfabetismo funcional; em documentos oficiais do governo espanhol, comentados por Flecha et al. (1993), aparece a referência a seis anos de escolaridade, enquanto nos países de Terceiro Mundo, o mais comum é identificar o alfabetismo funcional a apenas três ou quatro anos de estudo (Lodoño 1991).¹⁸⁹

¹⁸⁶ FREIRE, Paulo. **Ação cultural para liberdade e outros escritos**. 9. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001, p. 18 *apud* FERRARO, Alceu Ravelo. **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009, p. 81.

¹⁸⁷ **2º Relatório Global Sobre Aprendizagem e Educação de Adultos**. Brasília: UNESCO, 2014, p. 21. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002307/230725por> - acesso em 20/11/2017, às 15:52.

¹⁸⁸ *Ibidem*.

¹⁸⁹ RIBEIRO, Vera Masagão. **Alfabetismo funcional: referências conceituais e metodológicas para a pesquisa** in Revista Educação & Sociedade da UNICAMP, ano XVIII, nº 60. Campinas, dez. 1997, pp. 144/158.

A crítica, nessa esteira, consiste em que o número de anos apontados por cada país ou região não reflete o critério pensado de que já houvesse, a partir de determinado período de ensino, a eficácia na comunicação escrita em sua comunidade. Reflete, em verdade, as metas educacionais plausíveis a cada Estado, conforme seu patamar de desenvolvimento¹⁹⁰.

Tratando-se da alfabetização em seu aspecto amplo, enxerga-se que a UNESCO reconhece cinco principais abordagens dadas ao conceito¹⁹¹.

Em primeira análise, a alfabetização como um conjunto de *habilidades*. Tem-se como alfabetizado aquele que possui habilidades, especialmente, de ler, escrever e calcular, às vezes denominadas como cognitivas ou processo cognitivo.

Em segunda perspectiva, vê-se a alfabetização *aplicada*. Isto é, como alfabetizado aquele que atua em práticas que exigem a palavra escrita, relacionando-se à noção de alfabetização funcional ou laboral.

Em terceiro ponto, a alfabetização seria vista como um *conjunto de práticas* sociais e culturais inseridas em contextos socioeconômicos políticos, culturais e linguísticos específicos, de acordo com o contexto da comunidade.

Em quarto foco, verifica-se a alfabetização como *capacidade*. Sendo considerado alfabetizado aquele que possui a capacidade de usar suas habilidades para alcançar seus objetivos de comunicação.

Por fim, ter-se-ia a alfabetização como *ferramenta para reflexão crítica*. Sendo alfabetizado aquele consiga valer-se do conteúdo escrito como meio para reflexão e interação de mudança social.

No Brasil, os critérios adotados às pesquisas oficiais de demografia, representadas sobretudo pelos Censos e pelas Pesquisas Nacionais por Amostra de Domicílios, ambas de responsabilidade do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística consistem em: (i) para consideração como alfabetizado, a declaração de que seria capaz de ler e escrever pelo menos um bilhete simples no idioma que conhecesse; e (ii) para

¹⁹⁰*Ibidem*.

¹⁹¹**2º Relatório Global Sobre Aprendizagem e Educação de Adultos**. Brasília: UNESCO, 2014, p. 21. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002307/230725por> - acesso em 20/11/2017, às 15:52.

funcionalmente alfabetizado, aquele que conte com mais de quatro anos de instrução formal¹⁹².

Oportuno referir que muitas são as críticas acerca dos métodos adotados para análise censitária. Nesse sentido, Alceu Ravanello Ferraro destaca que vão desde a lapsos de análise de regiões como ocorrido nos primeiros censos realizados no Brasil, até a o questionamento da validade da projeção em razão de basear-se, aqui, na simples declaração dos cidadãos¹⁹³.

Inclusive, destaca Ferraro que os censos demográficos tratados pelo IBGE não se estaria a verificar exatamente a condição de alfabetização dos cidadãos, mas seu percurso de escolarização:

Na linguagem demográfica, pode-se dizer que os levantamentos censitários e amostrais do IBGE, entre outros, retratam o estado educacional da população, por meio de dados sobre características como alfabetização, frequência ou não à escola e grau e série frequentados, anos de estudo e grau concluído.¹⁹⁴

Fato é que a discussão se estende ao longo dos anos trazendo consigo um aprofundamento acerca do que se entende por alfabetizado a partir de uma constante noção crítica de que se o parâmetro de cada época é suficiente ao período subsequente.

Especificamente sobre a questão dos censos, de fato, são inúmeras as críticas a serem desferidas, não podendo deixar de reconhecer, entretanto, seu papel fundamental para que, ainda que não de forma completa, porém oficial, se trace a ideia de acerca do fenômeno do analfabetismo no Brasil.

Nas palavras de Ferraro:

Na Apesar das múltiplas limitações que lhe são atribuídas, penso que o critério censitário deva ser preservado pelos seguintes motivos: 1) ele constitui a única informação do estado educacional da população disponível nos censos anteriores a 1940; 2) o analfabetismo em sua forma extrema, como a detectada pelo censo, é indicativo de um fenômeno real, com múltiplas conotações de preconceito, rotulação, discriminação e estigmatização, constituindo a forma extrema de exclusão educacional; 3) o analfabetismo assim definido ainda persiste no Brasil.¹⁹⁵

¹⁹² **Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios de 2015**. Brasília, IBGE, 2015. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 20/11/2017, às 17:21.

¹⁹³ FERRARO. Alceu Ravanello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> - acesso em 20/11/2017, às 17:29.

¹⁹⁴ *Ibidem*.

¹⁹⁵ *Ibidem*.

Ao presente trabalho, relevante é apontar que as definições trazidas pela doutrina acerca de analfabetos e analfabetos funcionais refletem a situação de vulnerabilidade em razão de suas características.

Toma-se, assim, como base ao presente estudo, a noção básica de alfabetizado como aquele que possui a habilidade social e linguística de utilizar o texto escrito para comunicar e receber comunicações em meio a sociedade, enquanto o analfabeto funcional se entenderá como aquele, apesar de, formalmente, consiga assinar seu próprio nome ou ler textos simples, não assimila o conteúdo e não promove análise crítica do lido.

Certamente, é preciso observar que o passar dos anos na história da sociedade brasileira, trouxe consigo não somente alterações da realidade envolvendo o grau de escolarização e o grau de alfabetização da população, mas também decorrentes reformas no próprio conceito de analfabetismo.

Assim, parece pertinente observar essas alterações socioculturais no que cinge ao nível de alfabetização da população brasileira. Para tanto, serão utilizados os dados disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, bem como angariadas conclusões e apontamentos pela doutrina especializada.

A história do analfabetismo, como não poderia ser diferente, caminha junto aos passos da sociedade brasileira como um todo.

A partir da chegada dos portugueses no Brasil, desenvolveu-se ao longo do período colonial um domínio dos povos nativos pelos europeus no que diz respeito à educação, momento no qual as práticas indígenas de aprendizado foram afastadas e menosprezadas¹⁹⁶.

Nesse contexto, os primeiros registros de busca de alfabetização no Brasil envolvem os objetivos dos padres jesuítas e da Igreja Católica de que os escritos bíblicos fossem acessados por maior número de pessoas¹⁹⁷.

Destaque-se, aqui, a figura do Padre Anchieta, que se valia da linguagem Tupi como estratégia para alcançar, também, os nativos do Brasil, além dos colonos oriundos da Europa.

¹⁹⁶SAVIANI. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. 2 ed. rev. e. ampl. Campinas: Autores Associados, 2008. pp. 26/27.

¹⁹⁷XAVIER, M. E.; RIBEIRO, M. L.; NORONHA, O. M. **História da educação: a escola no Brasil**. São Paulo: FTD, 1994, pp. 43/44.

Nesse sentido, Ana Carolina Braga e Francisco José Carvalho Mazzeu sustentam que a alfabetização não era considerada uma prioridade à época, não consistindo, por consequência em política pública consistente:

Dessa forma, a alfabetização de jovens e adultos, seja na sua própria língua materna, seja na língua portuguesa não se colocou como um objetivo das ações políticas desse período. O “pacto colonial” repercutiu inclusive em restrições de acesso a materiais de leitura/escrita e ao uso das línguas nativas, através de atos como: Proibição da língua ‘brasílica’ – Tupi (1727); Destruição da primeira gráfica da Colônia (1747); Proibição do despacho de livros e papéis para o Brasil (Alvará de 16 de dezembro de 1794); Aviso de repreensão a Câmara de Tamanduás (de 18 de junho de 1800, ao capitão-general de Minas) pelo ato de instituir uma aula de primeiras letras.¹⁹⁸

Após a passagem de Império para República, algumas observações podem ser tomadas sobretudo no que diz respeito à mudança de paradigma do tratamento social e político do analfabeto.

Em que pese manifestação de D. Pedro I na abertura da Assembleia Constituinte Legislativa (1823) no sentido que se considerasse o ensino público, não se verifica qualquer menção a respeito na Constituição de 1824¹⁹⁹.

Avançando, em 1872 foi realizado o primeiro o censo registrado no Brasil, registrando uma taxa de analfabetismo de 82,3%, levados em consideração toda a população brasileira, entre cidadãos livres e escravizados²⁰⁰.

Oportuno referir que, em um contexto em que mais de 80% da população é analfabeta, a alfabetização tem relevância diversa da que se dá atualmente, tendo, inclusive, significado diverso. Assim, destaca Ferraro:

“No entanto” – ressalva a autora – “ao longo de grande parte da nossa história essa questão [do analfabetismo] não esteve posta” (Paiva, 1990, p. 9). Que significa isso? O óbvio, ou seja, que ainda não constituía problema o fato de a esmagadora maioria da população brasileira não saber ler e escrever. Ao contrário, era-lhe vedado o acesso à leitura e escrita.²⁰¹

¹⁹⁸BRAGA, Ana Carolina; MAZZEU, Francisco José Carvalho. **O analfabetismo no Brasil: lições da história.** Revista online de Política e Gestão Educacional, v. 21, nº 01. Araraquara, 2017, p. 24-46. Disponível em <http://dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.1.2017.9986> - acesso em 22/11/2017, à 15:59.

¹⁹⁹ FERRARO, Alceu Ravello. **História inacabada do analfabetismo no Brasil.** São Paulo: Cortez, 2009, pp.124/126.

²⁰⁰ **Recenseamento Geral de 1872.** Brasília, IBGE, 1872. Disponível em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/Recenseamento_do_Brazil_1872/Imperio%20do%20Brazil%201872 – acesso em 21/11/201, às 11:19.

²⁰¹ FERRARO. Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> -acessado em 20/11/2017, às 17:29.

É entre 1878 e 1881 que o analfabetismo passa a ser enxergado pela sociedade como um problema nacional, destacando-se, aqui a questão eleitoral aliada ao contexto religioso, militar e escravista²⁰².

Nessas circunstâncias, de extrema relevância histórica foi a reforma eleitoral de 1882 – a partir da denominada Lei Saraiva -, que, por um lado, afastou o critério de renda como condição para exercício do direito de voto, proibindo, por outro lado, o voto pelo analfabeto.

Nesse cenário, Ferraro destaca que o analfabetismo é identificado como um problema nacional no Brasil inicialmente a partir de uma perspectiva política, justamente em se colocar na ausência da habilidade de ler e escrever um limitador para o exercício do voto. Somente em um segundo momento, identifica o autor, é que foi levada em consideração a dimensão econômica e de participação no mercado do analfabeto. E sintetiza:

A Lei Saraiva de 1882, do final do Império, e todas as constituições republicanas anteriores à de 1988 se distinguiram, sob este aspecto, pelo seu caráter discriminatório, rotulador e excludente em relação ao analfabeto. O analfabetismo constituiu-se na grande vergonha nacional. O voto foi repetidamente negado aos analfabetos sob o argumento principalmente de sua incapacidade. Os projetos de reforma constitucional nesse ponto questionaram de forma explícita, mas sem resultado, tal incapacidade.²⁰³

Por volta de 1910, o sucesso da exportação do café brasileiro ao mercado internacional traz consigo uma série de mudanças socioculturais que acarretam reivindicações no sentido da uniformização do sistema escolar e, como não seria diferente, do regime eleitoral²⁰⁴.

Tem-se, a partir daí o que Ferraro entende como um segundo momento: de ligeira queda na taxa de analfabetismo.

A partir do censo de 1920, os reflexos das mudanças sobretudo sociais e econômicas começam lentamente a impactar as estatísticas acerca dos índices de analfabetismo.

²⁰² _____, **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009, p.123/124

²⁰³ FERRARO, Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> - acessado em 20/11/2017, às 17:29

²⁰⁴ BRAGA, Ana Carolina; MAZZEU, Francisco José Carvalho. **O analfabetismo no Brasil: lições da história**. Revista online de Política e Gestão Educacional, v. 21, nº 01. Araraquara, 2017, p. 24-46. Disponível em <http://dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.1.2017.9986> - acesso em 22/11/2017, à 15:59.

A título de esclarecimento, imprescindível observar os principais dados acerca de analfabetismo na história do Brasil, oriundos dos censos demográficos promovidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística entre 1900 e 2010:

Tabela 01: Analfabetismo no Brasil – população maior de 15 anos:

CENSO (ANO)	POPULAÇÃO TOTAL	POPULAÇÃO ANALFABETA	TAXA DE ANALFABETISMO
1900	9.728.000	6.348.000	65,3%
1920	17.564.000	11.409.000	65%
1940	23.648.000	13.269.000	56,1%
1950	30.188.000	15.272.000	50,6
1960	40.233.000	15.964.000	39,7%
1970	53.633.000	18.100.000	33,7%
1980	74.600.000	19.356.000	25,9%
1991	94.891.000	18.682.000	19,7%
2000	119.533.000	16.295.000	13,6%
2010	144.814.000	13.933.000	9,6%

Fonte: Foram utilizados os dados dos **Censos Demográficos de 1900, 1920, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1991, 2000 e 2010** realizados pelo IBGE. Brasília, IBGE. Disponíveis em <https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=censo&searchphrase=all&filtro=estat&start=15> – acesso em 21/11/2017, às 09:38

A partir da análise dos dados em questão, algumas são as impressões de extrema relevância para que se possa compreender a historicidade do analfabetismo no contexto brasileiro.

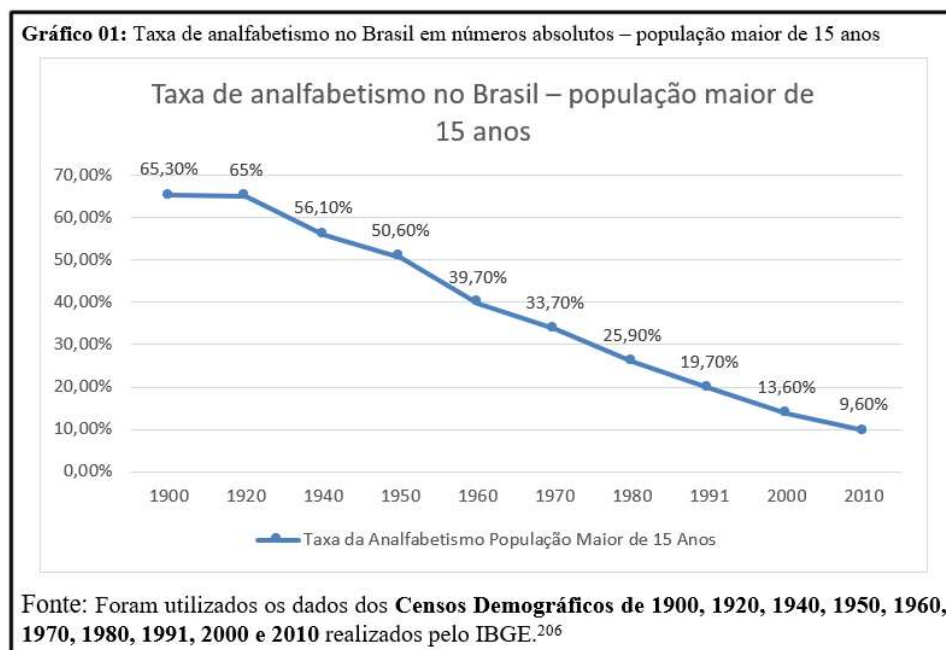
Em primeira análise, é preciso observar dinâmicas diversas entre a taxa de analfabetismo, em constante queda nos registros observados e, por outro lado, o número absoluto de analfabetos, que exibiu especificidades de crescimento em primeiro momento para, somente depois, entrar em declínio.

Por oportuno, relevante destacar que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística conceitua a taxa de analfabetismo como “a *percentagem das pessoas analfabetas (de um grupo etário) em relação ao total das pessoas (do mesmo grupo etário)*.”²⁰⁵.

²⁰⁵**Censo Demográfico de 2010.** Brasília: IBGE, 2010. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

Sobre o movimento da taxa de analfabetismo, Ferraro destaca que a redução entre 1900 e 1950 exibe um ritmo constante, o qual, inclusive, parece retomado entre 1960 e 2010²⁰⁶.

De fato, os dados registrados pelo IBGE demonstram essa dinâmica²⁰⁷:



Destaca-se, aqui, o período compreendido entre 1950 e 1960, em que se observa o maior declínio nos registros de analfabetismo.

Como vimos, as análises censitárias estão condicionadas às declarações dos questionados e dos próprios questionamentos. Nesse aspecto, Ferraro saliente que é justamente nesse período que o IBGE altera a formulação do questionamento que enseja os dados em questão, substituindo a pergunta “*sabe ler e escrever*” por “*sabe ler e escrever ou um bilhete simples*”, o que pode ter influenciado a diferença registrada.

Nesse sentido, destaca:

É possível que o pequeno arrebite na curva, verificado em 1950, tenha a ver com a mudança de definição de alfabetizado no Censo 1950, que passou de “ler e escrever”, para “ler e escrever um bilhete simples”. De qualquer forma, o efeito da mudança é quase imperceptível dentro da trajetória secular da taxa de analfabetismo. Além do mais, foi justamente na década seguinte (1950/60) que

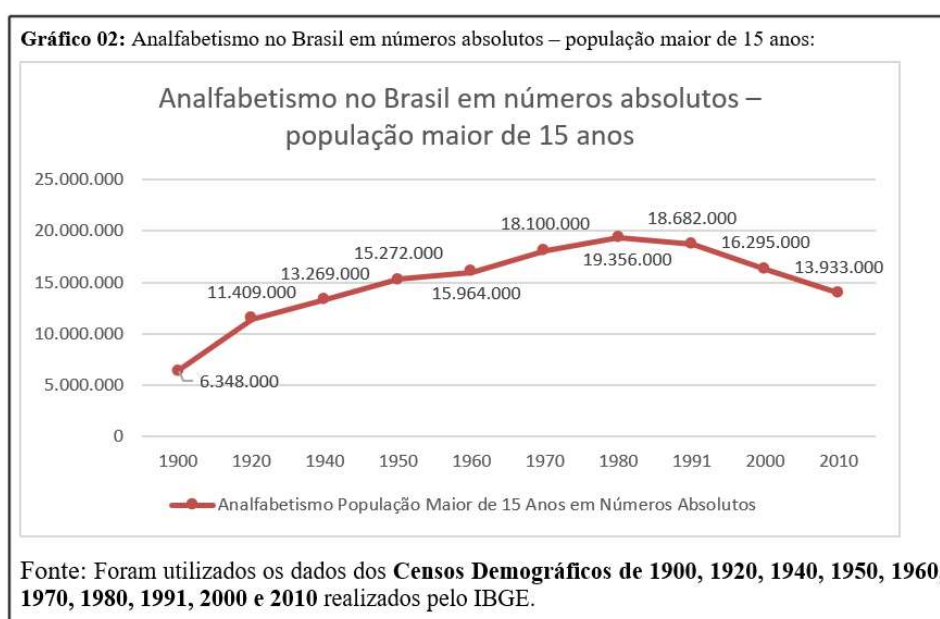
²⁰⁶ FERRARO. Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> - acessado em 20/11/2017, às 17:29.

²⁰⁷ Disponíveis em <https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=censo&searchphrase=all&filtro=estat&start=15> – acesso em 21/11/2017, às 09:38.

se verificou a maior queda porcentual verificada desde o primeiro até o último censo. Na realidade, descontadas as pequenas “perturbações” de tendência verificadas nas décadas de 1940/50 e 1950/60, teríamos um movimento de queda muito regular, numa curva em leve descenso em todo o período de 1890 a 2000.²⁰⁸

Em paralelo, de grande importância é a observação acerca dos números absolutos, que evidenciam dinâmica diversa daquela apresentada pela taxa de analfabetismo.

Sob essa perspectiva, enxerga-se no Brasil um aumento contínuo no número absoluto de analfabetos entre 1900 e 1980, situação revertida somente na análise do censo a partir de 1991²⁰⁹:



Sob essa perspectiva, Braga e Mazzeu destacam que a dinâmica registrada acerca dos números absolutos reflete as “grandes linhas estruturantes das relações sociais que marcam a história da educação e, em particular, da alfabetização e educação de jovens e adultos, desde a chegada dos portugueses no Brasil.”²¹⁰

²⁰⁸ FERRARO. Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> -acessado em 20/11/2017, às 17:29.

²⁰⁹ Disponíveis em <https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=censo&searchphrase=all&filtro=estat&start=15> – acesso em 21/11/2017, às 09:38.

²¹⁰ FERRARO. Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> -acessado em 20/11/2017, às 17:29.

Fato é que o contexto dos interesses internacionais na gênese na brasileira, sobretudo portugueses, bem como os interesses emanados na política interna do país, criaram uma sucessão de evoluções frágeis e que se desenvolvem de modo lento e, muitas vezes, ineficaz.

Nessa esteira, a título exemplificativo, no período compreendido entre 1910 e 1960, tem-se um avanço acerca da organização escolar e estruturação dos níveis de escolarização. No entanto, com a ausência de políticas contínuas de acompanhamento, enxerga-se, também, um avanço na evasão e na repetência escolar²¹¹.

Diante das observações gerais sobre o desenvolvimento do analfabetismo ao longo dos anos no Brasil, enxerga-se uma trajetória que é reflexo das alterações sociais vividas na realidade brasileira.

Isto é, ao passo que por volta de 1900, como vimos, cerca de 80% da população brasileira não era hábil a se comunicar por meio escrito, tem-se hoje um forte estigma frente ao analfabeto, tendo a veiculação de informações escritas cada vez maior relevância no cotidiano das pessoas, excluindo-se cada vez mais o agente.

Sobre as peculiaridades do analfabetismo no Brasil, verifica-se que envolve uma série de questões sociais, regionais e de idade.

Acerca da questão regional, com a crise do setor de borrachas por entre 1940 e 1950, as regiões Norte e Nordeste do país registraram maior concentração de analfabetos. Por outro lado, a região Sul, além de São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, passaram a exibir índices mais positivos de alfabetização²¹².

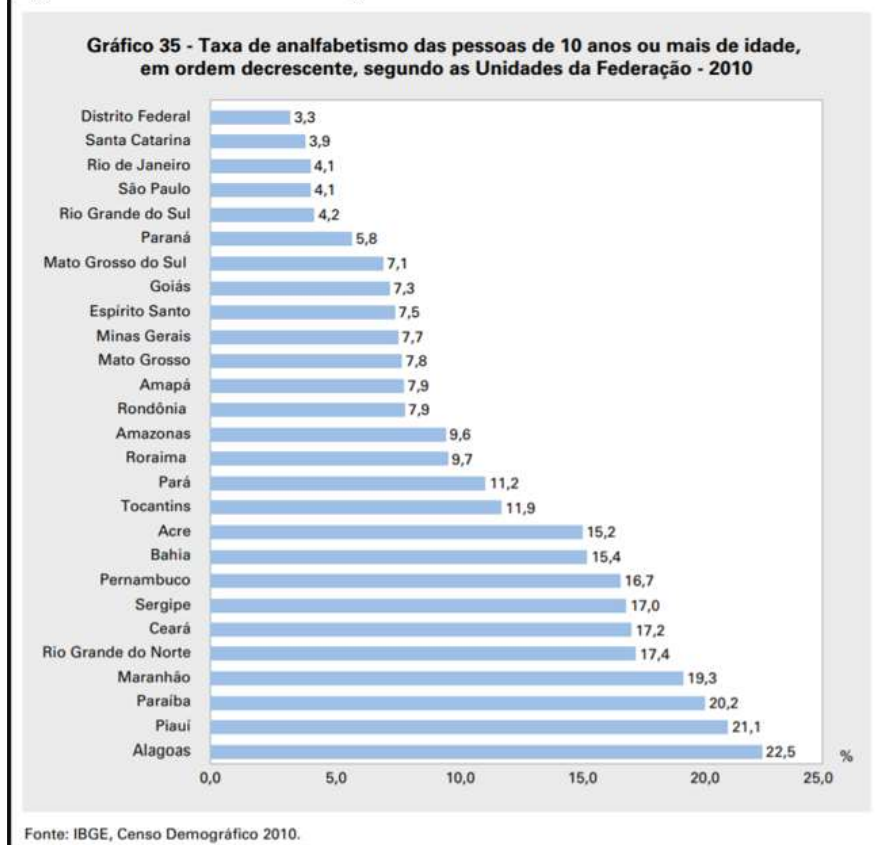
O que se observa, ainda, é que entre 1960 e 2010, houve um aprofundamento das desigualdades entre os estados, ampliando-se a diferença entre as regiões que o analfabetismo é mais evidente, a saber, Norte e Nordeste.

Observe-se, a título exemplificativo, a análise da taxa de analfabetismo por estado no Brasil no censo demográfico de 2010:

²¹¹XAVIER, M. E.; RIBEIRO, M. L.; NORONHA; O. M. **História da educação: a escola no Brasil**. São Paulo: FTD, 1994, pp. 160/161.

²¹²FERRARO, Alceu Ravelo. **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009, pp. 130/133.

Figura 02: Gráfico 35 do Censo Demográfico de 2010. IBGE.



Além disso, e de extrema importância ao tema do presente estudo, é a observação feita por Ferraro no sentido de que o movimento de êxodo rural e urbanização das localidades, ensejou uma mudança no perfil do cidadão analfabeto.

Nessa esteira, enquanto os dados registrados no censo de 1980 apontavam um número absoluto maior de analfabetos nas regiões rurais brasileiras, a partir dos indicativos do censo de 2000 o paradigma fora alterado, observando-se que há mais brasileiros analfabetos nas cidades, que já ultrapassam os dez milhões brasileiros²¹³.

Por fim, dentre as vastas peculiaridades a serem apontadas ao longo da análise do analfabetismo no Brasil, que, por certo ensejam estudos próprios, parece pertinente ao tema ora abordado, do analfabeto inserido no mercado de consumo, destacar, por fim, o componente da idade evidenciado nos registros disponíveis.

²¹³ FERRARO, Alceu Ravanelo. **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009, 135.

Nesse sentido, o censo demográfico de 2010 indica 39,2% da população analfabeta brasileira possuiria mais de sessenta anos²¹⁴, isto é, evidenciando o perfil de analfabeto a ser protegido.

Observado o panorama histórico do analfabetismo no Brasil e das principais características desses cidadãos, parece interessante comentar sobre o paradigma atual dos analfabetos, valendo-se, para tanto, da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios de 2015, realizada pelo IBGE, que consiste no dado mais atualizado sobre o tema no Brasil.

Saliente-se, aqui, uma vez mais, que, inevitavelmente, as amostras censitárias estarão sujeitas às limitações de registro inerentes às suas características, o que não compromete sua inteira validade.

Estima-se que em 2015 a taxa de analfabetismo na população maior de quinze anos no Brasil fora de 8%, o equivalente a 12,9 milhões de pessoas, evidenciando leve redução frente à estimativa do ano anterior, de 8,3% da população²¹⁵.

Ressalte-se, aqui, que o parâmetro utilizado pelo IBGE na elaboração PNAD 2015 foi aquele que tem sido a regra nos censos brasileiros: “*Considerou-se como alfabetizada a pessoa capaz de ler e escrever pelo menos um bilhete simples no idioma que conhecesse.*”.

Isto é, na taxa ora observada (8%) estão inseridos aqueles considerados absolutamente analfabetos e analfabetos funcionais²¹⁶.

Dentre as peculiaridades a serem especificadas no intuito de compreender o perfil do analfabeto no Brasil, três são esmiuçadas pelo próprio IBGE e auxiliam, de fato, a entender de quem se está a falar quando se aborda o analfabetismo no país: gênero, região e idade.

Dentre os estados brasileiros, na esteira do processo desenvolvido historicamente, como vimos, desde 1980, as regiões Norte e Nordeste apresentam as maiores taxas de analfabetismo no país.

Da população nordestina, segundo a PNAD 2015, 16,2% declara-se incapaz de ler e escrever um bilhete simples em qualquer idioma. Na região norte, por sua vez, 9,1% é considerada analfabeta.

²¹⁴**Censo Demográfico.** Brasília: IBGE, 2010. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887> – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

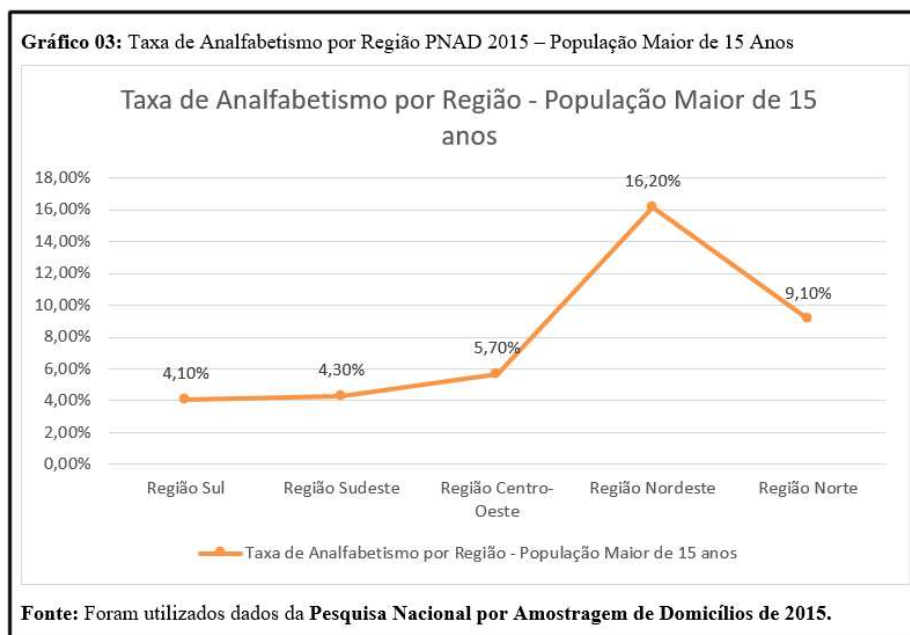
²¹⁵**Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios de 2015.** Brasília, IBGE, 2015. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887> – acesso em 20/11/2017, às 17:21.

²¹⁶ Utiliza-se, no presente trabalho, o termo analfabeto como gênero do qual são espécies o absolutamente analfabeto e o analfabeto funcional.

Por outro lado, a região Sul, com a taxa de analfabetismo de 4,1% da população, e a Sudeste, com 4,3%, representam os recortes geográficos com maior índice de alfabetização no Brasil.

Destaque-se, aqui, que a referida situação é reflexo de fatores sociais, econômicos e políticos ao longo da história brasileira.

A título de esclarecimento, observe-se²¹⁷:



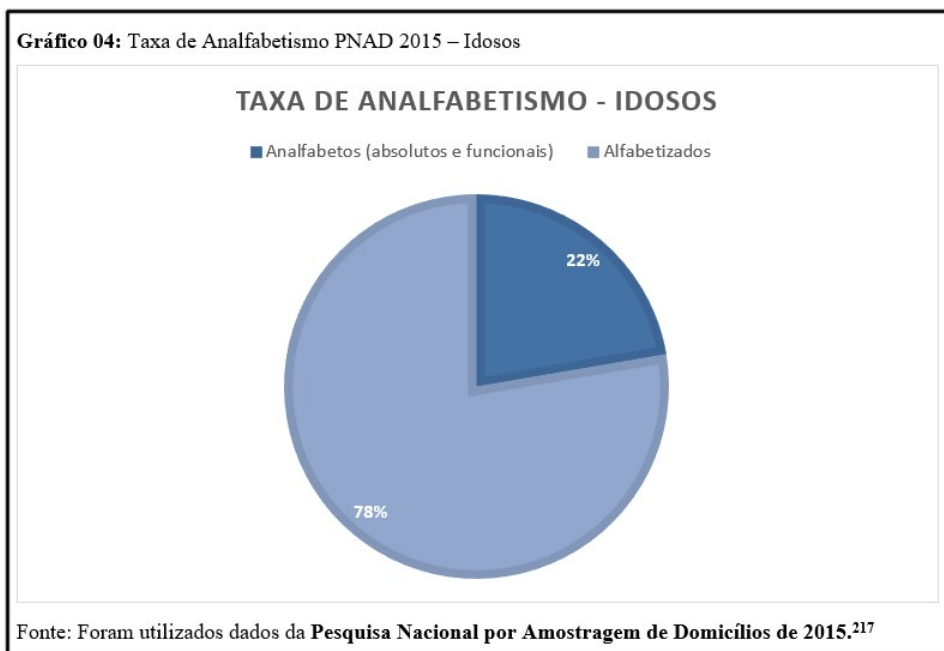
Além da questão da região, verifica-se que, atualmente, com base nos dados oficiais mais recentes (PNAD 2015), à medida que a idade avança, a situação de analfabetismo resta agravada.

Aqui, é imprescindível o destaque aos idosos, uma vez que quase um quarto da população com mais de sessenta anos declara-se incapaz de ler ou escrever bilhete em linguagem simples.

Veja-se²¹⁸:

²¹⁷. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 20/11/2017, às 17:21.

²¹⁸Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 20/11/2017, às 17:21.



Ainda, observe-se que há sensível diferença nas taxas de analfabetismo conforme o gênero da pessoa. Enquanto 8,3% dos homens declaram-se analfabetos no conceito utilizado pelo IBGE do termo, 7,7% da população feminina assim se reconhece.

Nesse ponto, vale destacar, como ensina Ferraro, que a taxa de analfabetismo menor entre mulheres do que no registro realizado com referência aos homens consiste em uma tendência que por longos anos apresentava dinâmica diversa²¹⁹.

Comentando sobre o perfil de analfabeto que se enxerga atualmente no Brasil, Marques destaca o homem idoso e urbano:

Os educadores ainda alertam para uma terceira mudança no perfil, a de gênero, pois “a histórica superioridade masculina quanto à alfabetização e escolarização está cedendo lugar a uma crescente superioridade feminina, tanto no campo, quanto na cidade”, a indicar uma importante mudança no perfil do analfabeto a proteger: agora um homem, maior de 60 anos e urbano.²²⁰

Por fim, é válido observar o panorama atual do analfabetismo funcional no Brasil, a partir dos registros da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílio de

²¹⁹ FERRARO, Alceu Ravanelo. **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009, p.

²²⁰ MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

2015. Destaque-se que o critério utilizado à pesquisa decorre de orientação da UNESCO, como vimos, acerca do estabelecimento de determinado número de anos com instrução formal.

Como destaca Ribeiro, em que pese a tomada de orientações da UNESCO e da ONU, por certo atestar a funcionalidade da alfabetização ultrapassa uma dimensão econômica, sendo relevantes, também a interação social, cultural e política decorrentes da comunicação escrita²²¹.

Com efeito, o conceito de analfabetismo funcional tomado pelo IBGE à coleta dos dados da PNAD 2015, de que “*A taxa de analfabetismo funcional pode ser representada pela proporção de pessoas de 15 anos ou mais de idade com menos de 4 anos de estudo em relação ao total de pessoas do mesmo recorte etário.*”, consiste em projeção conservadora.

Isto é, acredita-se que, ao passo que se tome em consideração a funcionalidade em uma perspectiva de inclusão no meio econômico, social, cultural e político em determinada comunidade, ter-se-á uma taxa ainda maior de analfabetos funcionais no país.

Tomadas essas ressalvas, a Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios de 2015 já aponta uma taxa preocupante de 17,1% dos brasileiros maiores de quinze anos foram considerados analfabetos funcionais, o equivalente a 27,5 milhões de pessoas.

Relembre-se, aqui, que 8% da população brasileira declara-se analfabeta, porém, ao observar-se o grau de escolaridade tido como suficiente para que seja considerada a alfabetização funcional, em análise conservadora, a taxa é muito superior.

Sob essa perspectiva, pertinente destacar o *Indicador de Analfabetismo Funcional – INAF*, pesquisa que vem sendo desenvolvida pelo Instituto Paulo Montenegro, a ONG Ação Educativa, com apoio do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística – IBOPE.

Sobre o INAF, relevante observar o aprofundamento na categorização do analfabetismo, estabelecendo-se uma escala referente ao grau de domínio das habilidades de leitura, escrita e matemática.

Promove-se, nesse sentido, a distinção entre dois grupos: (i) analfabetos funcionais – subdivididos entre analfabetos e rudimentares - e (ii) funcionalmente

²²¹ BRAGA, Ana Carolina; MAZZEU, Francisco José Carvalho. **O analfabetismo no Brasil: lições da história**. Revista online de Política e Gestão Educacional, v. 21, nº 01. Araraquara, 2017, p. 24-46. Disponível em <http://dx.doi.org/10.22633/rpge.v21.n.1.2017.9986> - acesso em 22/11/2017, à 15:59.

alfabetizados, nos quais estariam as separações entre nível elementar, intermediário e de proficiência:

Tabela 02: Escala Indicador de Analfabetismo Funcional – INAF

Analfabeto	Corresponde à condição dos que não conseguem realizar tarefas simples que envolvem a leitura de palavras e frases ainda que uma parcela destes consiga ler números familiares (números de telefone, preços etc.);
Rudimentar	Corresponde à capacidade de localizar uma informação explícita em textos curtos e familiares (como um anúncio ou um bilhete), ler e escrever números usuais e realizar operações simples, como manusear dinheiro para o pagamento de pequenas quantias ou fazer medidas de comprimento usando a fita métrica;
Elementar	As pessoas classificadas neste nível podem ser consideradas funcionalmente alfabetizadas, pois já leem e compreendem textos de média extensão, localizam informações mesmo que seja necessário realizar pequenas inferências, resolvem problemas envolvendo operações na ordem dos milhares, resolvem problemas envolvendo uma sequência simples de operações e compreendem gráficos ou tabelas simples, em contextos usuais. Mostram, no entanto, limitações quando as operações requeridas envolvem maior número de elementos, etapas ou relações;
Intermediário	Localizam informações em diversos tipos de texto, resolvem problemas envolvendo percentagem ou proporções ou que requerem critérios de seleção de informações, elaboração e controle de etapas sucessivas para sua solução. As pessoas classificadas nesse nível interpretam e elaboram sínteses de textos diversos e reconhecem figuras de linguagem; no entanto, têm dificuldades para perceber e opinar sobre o posicionamento do autor de um texto.
Proficientes	Classificadas neste nível estão as pessoas cujas

	<p>habilidades não mais impõem restrições para compreender e interpretar textos em situações usuais: leem textos de maior complexidade, analisando e relacionando suas partes, comparam e avaliam informações e distinguem fato de opinião. Quanto à matemática, interpretam tabelas e gráficos com mais de duas variáveis, compreendendo elementos como escala, tendências e projeções.</p>
--	--

Fonte: Foram utilizadas as informações do Portal Eletrônico do Instituto Oficial Paulo Montenegro²²²

A última pesquisa por meio do INAF foi publicada em 2016, tendo por base 2.002 entrevistas realizadas com pessoas entre 15 e 64 anos residentes em zonas urbanas e rurais de todas as regiões do Brasil²²³.

Interessante observar que o indicador toma por base as entrevistas realizadas por meio de questionário próprio, articulando testes cognitivos em contextualização sociodemográfica, econômica, cultural e educacional.

A partir da amostragem colhida, 27% dos entrevistados foram considerados analfabetos funcionais, enquanto somente 8% seriam proficientes. Assim, o registro dos dados:

Figura 03: Distribuição da população pesquisa pelo INAF 2016 por grupo de alfabetismo.

Tabela 1 – Distribuição da população pesquisada por grupo de alfabetismo

Grupo	%	N ° de respondentes
Analfabeto	4%	88
Rudimentar	23%	457
Elementar	42%	843
Intermediário	23%	453
Proficiente	8%	161
Total	100%	2002
Analfabeto + rudimentar: analfabetos funcionais	27%	545
Elementar, intermediário e proficiente: alfabetizados funcionalmente	73%	1.457

Fonte: Elaboração própria.

Fonte: INAF.

²²² Foram utilizadas as informações do Portal Eletrônico do Instituto Oficial Paulo Montenegro. Disponível em <http://www.ipm.org.br/inaf> - acesso em 22/11/2017, às 13:40.

²²³ **Indicador de Analfabetismo Funcional – INAF: estudo especial sobre alfabetismo e mundo do trabalho.** São Paulo, 2016. Disponível em http://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2016/09/INAFEstudosEspeciais_2016_Letramento_e_Mundo_do_Trabalho. – acesso em 22/11/2017, às 15:34.

Destaque-se que o Indicador de Analfabetismo Funcional – INAF revela não somente que mais de um quarto da amostragem compreendida pode ser considerada analfabeta funcional, mas também que outros 42% se enquadram na categoria elementar de alfabetismo.

Revela-se, em síntese, uma situação ainda mais agravada do que demonstrada na PNAD 2015 se considerados os critérios e registros da INAF 2016.

Diante dos registros históricos e do panorama atual da questão no Brasil, pode-se concluir que o analfabetismo permanece sendo um problema arraigado na sociedade brasileira, sendo produto de uma série de estruturas escolares, econômicas e políticas que não atribuíram prioridade à questão ao longo de anos.

Fato é que, ao presente estudo, faz-se importante compreender, além das características do cidadão analfabeto, como a condição de não se comunicar por meio escrito afeta o desenvolvimento da pessoa, de modo a verificar se tal circunstância é de tal forma juridicamente relevante capaz de ensejar um agravamento de vulnerabilidade na relação de consumo.

Sob essa perspectiva, a doutrina especializada em linguística parece haver consenso em afirmar que o prejuízo àqueles que não possuem a habilidade de comunicação por meio escrito ultrapassa o déficit inerente à própria incompreensão de determinado conteúdo.

Nesse sentido, Cook-Gumperz reforça a ideia de que a alfabetização consiste em uma construção social, isto é, a passagem pelo processo de alfabetização gera à pessoa um convívio social e uma interação cultural que promovem o desenvolvimento de sua cognição para além da compreensão do texto escrito.

Isto é, sendo a alfabetização uma construção social, a ausência dessa vivência de aprofundamento intelectual representa déficit de cunho inclusive emocional à pessoa, interferindo em suas relações sociais na comunidade em que se insira²²⁴.

Nessa esteira, Ferraro observa que, no Brasil, o analfabetismo foi ganhando uma conotação de “*marginalidade, periculosidade e risco de subversão*”²²⁵. Ou seja, parece

²²⁴ COOK-GUMPERZ, J. **A construção social da alfabetização**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008, pp. 13/15. Publicado originalmente em inglês sob o título *The social construction of literacy*. Cambridge University Press.

²²⁵ FERRARO. Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** *in* Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> - acessado em 20/11/2017, às 17:29.

acertado afirmar que caminha junto ao cidadão analfabeto um estigma negativo e um preconceito social que dificulta ainda mais sua convivência plena em sociedade.

Corroborando o afastamento social consequência do analfabetismo, Carol Daglish discorre que a ausência de habilidade para se comunicar por meio escrito, tamanha a importância desse meio em sociedade, produz o sentimento de isolamento que enseja a busca por grupos em que tal incapacidade possa ser mascarada, sendo estes “*frequentemente delinquentes*”²²⁶.

Nesse contexto, observa-se, também, que a ausência da habilidade de ler e escrever ou compreender o conteúdo central de textos afasta o cidadão das oportunidades no meio econômico, reduzindo, inclusive, o grau de sua empregabilidade.

Em síntese, parece claro que a condição de analfabetismo, seja ela absoluta ou funcional, traz consigo uma série de consequências que ensejam uma debilidade intensificada às pessoas.

Tamanha a relevância dos prejuízos inerentes à condição de analfabeto que se enxerga a necessidade de proteção aprofundada nos mais diversos ramos de direito, como em nosso exemplo, no caso do direito do consumidor.

Por certo, como vimos, a presunção legal de vulnerabilidade do consumidor evidencia a disparidade da relação consumerista. Pretende-se com o presente estudo verificar se a união entre a debilidade inerente ao consumidor e a fraqueza atrelada ao analfabeto ocasiona um aprofundamento da vulnerabilidade do consumidor analfabeto e em que medida isso ocorreria.

No presente tópico, foram tomadas breves considerações para viabilizar a compreensão das características e peculiaridades do agente analfabeto, a partir da análise histórica da situação no Brasil e das consequências do analfabetismo à vida das pessoas.

Passa-se, assim, ao aprofundamento da relação do analfabeto especificamente no mercado de consumo, buscando verificar se a sua condição ora debatida enseja fraqueza juridicamente relevante a ponto de caracterizar o agravamento de vulnerabilidade do consumidor analfabeto.

²²⁶DAGLISH, C. **Literacy and the offender**. *Adult Education*, v. 56, n. 1. Londres, jun. 1983, pp. 23/26, jun. 1983.

2.2. O RECONHECIMENTO DA VULNERABILIDADE AGRAVADA DO CONSUMIDOR ANALFABETO

Ao longo destes vinte e sete anos desde a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, muitas foram as mudanças sentidas nas relações de consumo. Seja pelo avanço das tecnologias ou pela consolidação de determinadas noções do direito do consumidor, fato é que a doutrina e a jurisprudência têm evidenciado um segundo momento na trajetória consumerista.

Sob essa perspectiva, se em um primeiro momento o desafio do direito do consumidor no Brasil era (i) determinar a amplitude do campo de aplicação do CDC, a partir da discussão acerca do conceito de consumidor, e (ii) consolidar a vulnerabilidade do consumidor como princípio; Fernando Costa de Azevedo sugere que se passa observar uma nova fase, em que a manutenção da efetividade parece estar condicionada à interpretação dialogada entre fontes normativas e ao reconhecimento da insuficiência do princípio da vulnerabilidade, devendo ser observadas as hipóteses de seu agravamento²²⁷.

O objeto do presente estudo passa pelo reconhecimento de que, de fato, diante das características específicas de determinados grupos, ver-se-á o aprofundamento da já consolidada noção de vulnerabilidade do consumidor, fundamentada no art. 4º, I, do CDC.

Nesse sentido, Marques e Miragem comentam:

Se igualdade já foi apenas a abolição dos privilégios da nobreza, como na Constituição da República de 1889 e exclusivo valor do direito público, como vimos, hoje é proteção sistemática e eficaz dos vulneráveis, que no caso, por exemplo, dos consumidores acaba por formar um instrumental de normas compensatórias e de proteção o que os alemães denominam de ‘Sonderprivatrecht’: direito privado especial. Esta tendência de especialização acaba por dar nascimento a uma segunda que é qualificar a própria vulnerabilidade, em uma cumulação de fraquezas, agora juridicamente relevantes.²²⁸

²²⁷AZEVEDO, Fernando Costa de. **O reconhecimento jurídico da hipervulnerabilidade de certos grupos de consumidores como expressão de um sentido material de justiça no contexto da sociedade de consumo contemporânea.** I Seminário Internacional “Imagens da justiça, currículo e educação jurídicas. Pelotas. Disponível em <http://imagensdajustica.ufpel.edu.br/anais/trabalhos/GT%207/GT%207%20-%20AZEVEDO,%20Fernando%20Costa%20de.pdf> – acesso em 20/10/2017, às 21:04

²²⁸ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 197.

Verifica-se, nessa toada, uma tendência ao reconhecimento de elementos de fato pelo direito, o que evolui a partir da construção de uma interpretação atenta aos aspectos da realidade fática aliada à preocupação em alcançar o objetivo constitucional de proteção do consumidor.

Nessa esteira, destaque-se a posição do Superior Tribunal de Justiça na vanguarda dessas considerações, como no voto do Min. Benjamin à ocasião do julgamento do Recurso Especial nº 586.316/MG:

O Código de Defesa do Consumidor, é desnecessário explicar, protege todos os consumidores, mas não é insensível à realidade da vida e do mercado, vale dizer, não desconhece que há consumidores e consumidores, que existem aqueles que, no vocabulário da disciplina, são denominados hipervulneráveis, como as crianças, os idosos, os portadores de deficiência, os analfabetos e, como não poderia deixar de ser, aqueles que, por razão genética ou não, apresentam enfermidades que possam ser manifestadas ou agravadas pelo consumo de produtos ou serviços livremente comercializados e inofensivos à maioria das pessoas.²²⁹

É dizer, em verdade, que se passa a enxergar uma *“escada de graduação da vulnerabilidade (geral ou agravada)”*²³⁰. Em que *“certas qualidades pessoais do consumidor podem dar causa a uma soma de fatores de reconhecimento de vulnerabilidade, razão pela qual se pode falar em situação de vulnerabilidade agravada...”*²³¹.

Nesse contexto, parece que presumir – de forma absoluta no caso do consumidor pessoa física - a vulnerabilidade geral do consumidor (art. 4º, I, CDC) não tem se mostrado suficiente para todos os casos, somando-se, assim, uma presunção funcional, esta atenta aos elementos da realidade fática²³².

Depreende-se da doutrina que, *“a hipervulnerabilidade seria a situação social, fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade da pessoa física consumidora, por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do fornecedor”*²³³.

Para Adalberto Pasqualotto e Flaviana Rampazzo Soares, a condição de vulnerabilidade agravada evidenciará uma situação em que consumidor estaria *“em*

²²⁹ REsp. 586.316/MG. Rel. Min. Herman Benjamin. Brasília, 17/04/2007.

²³⁰ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 197.

²³¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 131.

²³² MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p.197/198.

²³³ *Ibidem*, p. 201

situação de um maior potencial de risco de lesão”, ou vivenciaria a “intensificação da suscetibilidade ao dano”²³⁴.

O prefixo hiper, do grego *hypér*, faz referência ao grau elevado - além do comum - e une-se ao termo vulnerabilidade, remetendo à situação de fragilidade intensa, que ultrapassa a posição de mera fraqueza²³⁵.

Pode-se compreender, assim, que a vulnerabilidade agravada, ou hipervulnerabilidade, é produto da soma da vulnerabilidade intrínseca ao consumidor e da fragilidade que afeta grupos ou pessoas específicas²³⁶, isto é, sendo inerente e especial à situação pessoal de determinado consumidor²³⁷.

Nessa perspectiva, o desafio reside na discussão acerca de quais seriam os grupos de consumidores hipervulneráveis, isto é, quais as características pessoais, juridicamente relevantes, que ensejariam o reconhecimento de um agravamento de vulnerabilidade.

Por um lado, Roberta Densa e Adolfo Nishiyama consideram que a hipervulnerabilidade seria produto da soma de vulnerabilidades reconhecidas constitucionalmente²³⁸.

Nesse entendimento, o reconhecimento da hipervulnerabilidade na relação de consumo estaria vinculado, exclusivamente, à interpretação de existência, em âmbito da CF/88, de proteção do agente observado cumulada com a noção de vulnerabilidade inerente ao consumidor. Ou seja:

É indubitoso que há uma proteção constitucional do consumidor. Há também uma proteção constitucional das pessoas portadoras de deficiência, dos idosos e das crianças e dos adolescentes. A conjugação destas duas resulta em uma proteção dos chamados hipervulneráveis nas relações de consumo.²³⁹

Parece, nessa ótica, que o reconhecimento do agravamento de vulnerabilidade estaria limitado aos casos previstos expressamente na Constituição Federal de 1988,

²³⁴PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais set/out. de 2017.

²³⁵SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014, pp. 217/218.

²³⁶*Ibidem*, p. 219.

²³⁷ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 202.

²³⁸NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. DENSA, Roberta. **A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes** in Revista de Direito do Consumidor. Vol 76. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, pp. 13/45.

²³⁹*Ibidem*.

deixando-se, porém, de observar as características específicas do sujeito, mas sim o status que lhe é atribuído pelo legislador constitucional.

Não há como afastar que, de fato, os sujeitos referidos na CF/88 como passíveis de serem defendidos – como portadores de deficiência, idosos e crianças e adolescentes – poderão ser reconhecidos como hipervulneráveis no universo da relação de consumo, verifica-se, no entanto, que limitar a análise a esses agentes é restringir o conceito.

Marques e Miragem ampliam o reconhecimento do agravamento de vulnerabilidade a outros grupos especialmente frágeis, observando que a hipervulnerabilidade terá por base os princípios da igualdade e da equidade²⁴⁰.

Corroborando a ideia de que podem ser incluídos outros sujeitos especialmente frágeis além daqueles expressamente mencionados na CF/88, Azevedo argumenta que o próprio Código de Defesa do Consumidor traz consigo, em seu artigo 39, IV, “*norma que apresenta fatores de hipervulnerabilidade dos consumidores*”²⁴¹.

Nessa esteira, Sergio Sebastián Barocelli destaca que a análise dos grupos incluídos na Constituição Federal do Estado é um primeiro passo na busca para identificar de quem se fala ao se tratar de hipervulneráveis no consumo.

No entanto, a análise não se estancaria por aí. Ressalta, nesse sentido, que “*Tratados internacionais de direitos humanos também respondem a essa preocupação.*”²⁴². E destaca, ainda, que a questão não envolve uma lista fechada que excluiria outras situações particulares enxergadas na sociedade.

Isto é, a identificação do agravamento de vulnerabilidade será possível a partir da análise de múltiplos fatores que possam enfraquecer ainda mais o consumidor na relação frente ao fornecedor, atentando-se às peculiaridades do caso concreto²⁴³.

Buscando a delimitação de critérios, Pasqualotto e Soares discorrem sobre fatores biológicos; sociais, culturais, educacionais, técnicos e econômicos; vinculados

²⁴⁰ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 202.

²⁴¹ AZEVEDO, Fernando Costa de. **O reconhecimento jurídico da hipervulnerabilidade de certos grupos de consumidores como expressão de um sentido material de justiça no contexto da sociedade de consumo contemporânea**. I Seminário Internacional “Imagens da justiça, currículo e educação jurídicas”. Pelotas. Disponível em <http://imagensdajustica.ufpel.edu.br/anais/trabalhos/GT%207/GT%207%20-%20AZEVEDO,%20Fernando%20Costa%20de.pdf> – acesso em 20/10/2017, às 21:04

²⁴² BAROCELLI, Sergio Sebastián. **Rumo à construção da categoria consumidores hipervulneráveis** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais, set/out de 2017.

²⁴³ BAROCELLI, Sergio Sebastián. **Rumo à construção da categoria consumidores hipervulneráveis** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais, set/out de 2017. E PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais set/out. de 2017.

ao próprio consumo; e até geográficos a serem considerados para que se analise a ocorrência de agravamento da vulnerabilidade²⁴⁴.

Resumem Marques e Miragem:

Em resumo, podemos dizer que a hipervulnerabilidade é o grau excepcional (e “juridicamente relevante”) da vulnerabilidade geral dos consumidores. Parece-nos que aqui os “incômodos” com o simples acesso ao consumo de qualidade não podem ser tolerados, é interesse social que não haja discriminação para estes grupos de consumidores hipervulneráveis (e constitucionalmente protegidos!), logo o dano deveria realmente ser indenizável, até mesmo para desestimular que o Brasil continue a discriminar os idosos, doentes, deficientes físicos e mentais por meio dos “percalços” do consumo.²⁴⁵

Considerando o recorte da pesquisa, para a verificação de possibilidade de enquadramento do consumidor analfabeto – incluindo-se o analfabeto funcional – como hipervulnerável é preciso, em primeiro lugar, enxergar o tratamento dado pelo legislador a esse sujeito, para, então, esmiuçar de que forma e em que medida poder-se-ia reconhecer o agravamento de sua vulnerabilidade no mercado de consumo.

Historicamente, o analfabeto é considerado vulnerável no direito brasileiro, motivo pelo qual tem o Estado buscado, por meio de dispositivos constitucionais e infraconstitucionais, protegê-lo²⁴⁶.

Falar em analfabetismo é, necessariamente, tratar de educação e de ensino; imprescindendo, assim, que a análise sobre a proteção constitucional brasileira ao cidadão analfabeto se inicie com a observação de que a educação consiste em direito fundamental social²⁴⁷, nos termos do artigo 6º, *caput*, da CF/88²⁴⁸.

É, inclusive, imbuído da noção da educação como um direito fundamental aos cidadãos brasileiros, que o legislador constitucional, no artigo 214, I, da

²⁴⁴PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais set/out. de 2017.

²⁴⁵ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 205/207.

²⁴⁶MARQUES, Cláudia Lima. **A vulnerabilidade dos analfabetos e dos idosos na sociedade de consumo brasileira: primeiros estudos sobre a figura do assédio de consumo** in _____; GSELL, Beat. **Novas tendências do direito do consumidor: rede Alemanha-Brasil de pesquisas em direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015, pp.46/87.

²⁴⁷ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p.173.

²⁴⁸ Art. 6º, CF/88: São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição.

CF/88²⁴⁹, determina plano nacional de educação que deva conduzir, dentre outros objetivos, a erradicação do analfabetismo.

Isto é, evidencia-se na Constituição Federal de 1988 a preocupação em reduzir e acabar com situação em que as pessoas não tenham acesso a conteúdo por meio escrito, demonstrando o reconhecimento de que tal condição representa fraqueza ao sujeito.

Verifica-se, por outro lado, que o tratamento diferenciado dado ao cidadão analfabeto na CF/88 envolve a relativização do dever de voto, nos termos do art. 14, §1º, II, a, e do direito de alistamento eleitoral e de elegibilidade, conforme §4º do mesmo artigo.

Em que pese as menções expressas ao analfabeto, Marques e Miragem destacam que é no artigo 3º da CF/88 que reside ainda mais fortalecido o objetivo do Brasil em combater o analfabetismo e proteger o analfabeto:

Claro está, porém, que o combate ao analfabetismo encontra-se no objetivo da República (art. 3º da CF/1988) de construir uma “sociedade livre, justa e solidária”, de “garantir o desenvolvimento nacional” e de “erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais”, promovendo o “bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”.²⁵⁰

No direito privado, por sua vez, o interesse do legislador consiste, tradicionalmente, em inserir o analfabeto no exercício da vida social e na prática de atos e vinculações jurídicos cotidianos, atentando-se à forma.

Como vimos, à época de elaboração do Código Civil de 1916, o analfabetismo no Brasil era ainda maior, advindo já desse momento a preocupação em garantir a capacidade do cidadão analfabeto e a proteção de sua declaração de vontade²⁵¹.

Tome-se por exemplo o artigo 1.217 do Código Civil de 1916²⁵². Verifica-se que o referido dispositivo não questiona que o cidadão que não possua a habilidade de ler ou

²⁴⁹ Art. 214. A lei estabelecerá o plano nacional de educação, de duração decenal, com o objetivo de articular o sistema nacional de educação em regime de colaboração e definir diretrizes, objetivos, metas e estratégias de implementação para assegurar a manutenção e desenvolvimento do ensino em seus diversos níveis, etapas e modalidades por meio de ações integradas dos poderes públicos das diferentes esferas federativas que conduzam a:

I - erradicação do analfabetismo;

(...)

²⁵⁰ MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, pp. 173/174.

²⁵¹ *Ibidem*, pp. 165/166.

²⁵² Art. 1.217. No contrato de locação de serviços, quando qualquer das partes não souber ler, nem escrever, o instrumento poderá ser escrito e assinado a rogo, subscrevendo-o, neste caso, quatro testemunhas.

escrever seja capaz de firmar contrato – de locação, no caso -, inclusive escrito; pelo contrário, busca alternativa para, ainda que formalmente, se proteja o analfabeto.

Marques afirma que, com a edição do Código Civil de 2002, houve a manutenção da “*tendência protetiva-formal*”, destacando-se a preocupação em facilitar a declaração de vontade, a validade dos contratos e os atos de última vontade²⁵³. Miragem, nesse ponto, ressalta a preocupação do legislador com a integridade da manifestação de vontade do cidadão analfabeto²⁵⁴.

Nessa perspectiva, observe-se o conteúdo do artigo 215, §2º, do Código Civil de 2002²⁵⁵. Tem-se, aqui, o estabelecimento de regra especial – assinatura a rogo de escritura pública – como instrumento para facilitar a declaração de vontade do cidadão que não saiba ler e escrever.

No caso do contrato de prestação de serviços, verifica-se o interesse do legislador em, ao mesmo tempo, facilitar a contratação que envolva não alfabetizado (permitindo a assinatura a rogo) e proteger a contração de obrigação a ser firmada pelo analfabeto (condicionando-a à presença de duas testemunhas), nos termos do artigo 595 do CC/02²⁵⁶.

Outra hipótese observada no Código Civil em que a manifestação de vontade do analfabeto busca ser preservada através da disposição sobre necessidade de forma específica consiste no número maior de testemunhas – quatro, quando em regra duas são suficientes - como condição de validade para celebração de casamento em que um dos nubentes não saiba ler nem escrever (artigo 1.524, §2º, CC/02²⁵⁷).

Isto é, à concomitância da busca por facilitar a declaração de vontade do analfabeto, o legislador enxerga a necessidade de protegê-la, olhando mais atentamente àquele cidadão sem habilidade para ler ou escrever.

²⁵³ MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

²⁵⁴ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 138.

²⁵⁵ Art. 215. A escritura pública, lavrada em notas de tabelião, é documento dotado de fé pública, fazendo prova plena. (...)

§ 2º Se algum comparecente não puder ou não souber escrever, outra pessoa capaz assinará por ele, a seu rogo; (...)

²⁵⁶ Art. 595. No contrato de prestação de serviço, quando qualquer das partes não souber ler, nem escrever, o instrumento poderá ser assinado a rogo e subscrito por 2 (duas) testemunhas.

²⁵⁷ Art. 1.534. A solenidade realizar-se-á na sede do cartório, com toda publicidade, a portas abertas, presentes pelo menos 2 (duas) testemunhas, parentes ou não dos contraentes, ou, querendo as partes e consentindo a autoridade celebrante, noutro edifício público ou particular. § 1º Quando o casamento for em edifício particular, ficará este de portas abertas durante o ato. § 2º Serão 4 (quatro) as testemunhas na hipótese do parágrafo anterior e se algum dos contraentes não souber ou não puder escrever.

Nesse sentido, Marques destaca:

O Código Civil de 2002 seguiu esta tendência protetiva-formal, com previsões para facilitar a declaração de vontade ou a validade dos contratos e atos de última conta de, assim, por exemplo, o parágrafo segundo do art. 215 permite a assinatura a rogo de escrituras. Também o art. 595 traz norma especial sobre prestação de serviço por parte de analfabetos. Observando esta norma do Código Civil de 2002, vemos que a vulnerabilidade identificada é o não saber “ler, nem escrever” e a norma prevê uma forma especial para sua proteção coma presença de duas testemunhas.²⁵⁸

Analisando, ainda, as disposições sobre os atos de última vontade, como o testamento, enxerga-se, uma vez mais, o reconhecimento, pelo legislador, de uma vulnerabilidade inerente ao cidadão analfabeto.

Nesse sentido, salientam-se os artigos 1.864²⁵⁹, 1.865²⁶⁰ e 1.872 do Código Civil de 2002. Em especial, no dispositivo 1.872, CC/02, observa-se a vedação de forma específica de testamento em razão da condição da pessoa de não saber ler: “*Art. 1.872. Não pode dispor de seus bens em testamento cerrado quem não saiba ou não possa ler.*”.

Sobre o tratamento dado às pessoas que não possuem a habilidade de ler e escrever pelo Código Civil de 2002, Marques sintetiza:

Em resumo, no Código Civil, não se trata de incapacidade, mas de proteção através de formas especiais ou de proibição de uso de formas consideradas “menos seguras” para que pessoas que não “sabem ler e escrever”. A preocupação com o analfabetismo absoluto entre adultos e idosos não conduziu, porém, no Brasil, a uma resposta mais forte do direito privado geral.²⁶¹

Ou seja, já na norma geral do direito privado brasileiro (Código Civil), identifica-se a ausência da habilidade de ler ou escrever como uma característica

²⁵⁸ MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

²⁵⁹ Art. 1.864. São requisitos essenciais do testamento público:

I - ser escrito por tabelião ou por seu substituto legal em seu livro de notas, de acordo com as declarações do testador, podendo este servir-se de minuta, notas ou apontamentos;

II - lavrado o instrumento, ser lido em voz alta pelo tabelião ao testador e a duas testemunhas, a um só tempo; ou pelo testador, se o quiser, na presença destas e do oficial;

III - ser o instrumento, em seguida à leitura, assinado pelo testador, pelas testemunhas e pelo tabelião.

Parágrafo único. O testamento público pode ser escrito manualmente ou mecanicamente, bem como ser feito pela inserção da declaração de vontade em partes impressas de livro de notas, desde que rubricadas todas as páginas pelo testador, se mais de uma.

²⁶⁰ Art. 1.865. Se o testador não souber, ou não puder assinar, o tabelião ou seu substituto legal assim o declarará, assinando, neste caso, pelo testador, e, a seu rogo, uma das testemunhas instrumentárias.

²⁶¹ MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

suficientemente relevante do ponto de vista jurídico capaz de ensejar tratamento diferenciado – e, destaque-se, proteção reforçada.

Avançando, perseguindo a resposta à pergunta proposta ao presente estudo, é preciso examinar a perspectiva do direito do consumidor sobre as relações travadas pelo analfabeto no mercado de consumo.

Como vimos, ao se tratar, hoje, de analfabetismo no Brasil não se está a falar exclusivamente dos habitantes das áreas rurais do país. Pelo contrário, é de se atentar ao ambiente urbano, onde a influência das grandes corporações e das práticas publicitárias é ainda mais relevante.

É nesse contexto que Marques salienta que *“O direito do consumidor brasileiro não pode ser indiferente ao fato de um maior contingente de analfabetos atualmente estar nas cidades, acessível a todo o marketing, à publicidade e às sofisticadas práticas comerciais de consumo atuais!”*²⁶².

Para a compreensão do tratamento do consumidor analfabeto, em que pese a ausência de disposição expressa ao grupo no Código de Defesa do Consumidor, é preciso ter por base a preocupação do legislador quanto à *educação* e à *informação* do sujeito²⁶³.

Com efeito, verifica-se que a Política Nacional de Relações de Consumo estabelece como um de seus princípios *“IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;”* (artigo 4º, IV, CDC).

Isto é, toma-se a educação e a informação acerca de deveres e direitos no mercado de consumo como um princípio a ser observado no transcorrer da relação consumerista.

Em seguida, avançando ao Capítulo III do Código de Defesa do Consumidor, acerca dos direitos básicos do consumidor, é no artigo 6º que se complementa a importância atribuída pelo legislador à educação e à informação do consumidor.

Nessa esteira, define-se, no inciso II, *“a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;”*e, no inciso III, *“a informação adequada e clara sobre os*

²⁶²*Ibidem.*

²⁶³MARQUES, Cláudia Lima. *A vulnerabilidade dos analfabetos e dos idosos na sociedade de consumo brasileira: primeiros estudos sobre a figura do assédio de consumo* in _____; GSELL, Beat. *Novas tendências do direito do consumidor: rede Alemanha-Brasil de pesquisas em direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015, pp.46/87.

diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;” como direitos básicos do consumidor.

Sobre o direito básico do consumidor à *educação*, Fábio Henrique Podestá comenta:

A disposição tem considerável amplitude na medida de em que ao se considerar a forte conotação de uma sociedade de consumo altamente desenvolvida, tem-se como essencial o conhecimento por parte de todos das formas sadias voltadas ao consumo.²⁶⁴

No caso da *informação*, tem-se que sua prestação adequada pelo fornecedor é condição essencial para que o consumidor possa tomar uma decisão consciente, admitindo-se, inclusive, a responsabilização do fornecedor em caso de prestação deficiente da informação, considerando-se como defeito extrínseco ao produto ou serviço²⁶⁵.

Por oportuno, interessante lembrar a lição de Marques e Miragem ao comentarem sobre a vulnerabilidade informacional inerente ao consumidor:

E se, na sociedade atual, é na informação que está o poder, a falta desta representa intrinsecamente um minus, uma vulnerabilidade tanto maior quanto mais importante for esta informação detida pelo outro. Daí porque a vulnerabilidade informativa não deixa de representar hoje, o maior fator de desequilíbrio da relação vis-à-vis dos fornecedores, os quais, mais do que experts, são os únicos verdadeiramente detentores da informação.²⁶⁶

Refira-se, aqui, que o direito à informação consiste (i) em concretização do princípio da transparência na relação de consumo e (ii) em decorrência do princípio da boa-fé objetiva, passando por todas as fases do contrato inclusive pré e pós contratuais²⁶⁷.

Por outro lado, João Batista de Almeida destaca a ligação entre o direito à informação e o direito à segurança:

Há estreita relação com o direito à segurança, pois, se o consumidor tem o direito de consumir produtos e serviços eficientes e seguros, é intuitivo que deve ser ele informado adequadamente acerca do consumo dos produtos e serviços, notadamente no que se refere à especificação correta de quantidade,

²⁶⁴PODESTÁ, Fábio. MORAIS, Ezequiel. CARAZAI, Marcos Marins. **Código de defesa do consumidor comentado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 93.

²⁶⁵*Ibidem*, p. 94.

²⁶⁶MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 161.

²⁶⁷SCHMITT, Cristiano Heineck. BARBOSA, Fernanda Nunes. **Cadernos de direito do consumidor. Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, Procon/RS, 2010, pp. 33/34.

característica, composição, qualidade e preço, bem como dos riscos que apresentam.²⁶⁸

Ora, se são princípios da Política Nacional de Relações de Consumo a *educação* e a *informação* dos agentes envolvidos na relação de consumo, bem como consistem em direitos básicos do consumidor, parece inegável que o objetivo do legislador é que se garanta a educação e a informação ao consumidor.

Consequência lógica será que, se necessário for empreender meios diferenciados a consumidores que, por características próprias, impescindam da tomada de medidas específicas para serem educados e informados, tais medidas precisarão ser tomadas, sob pena de se estar a negar vigência do CDC a grupos determinados, em interpretação discriminatória repugnada pelo ordenamento jurídico brasileiro.

No ambiente de consumo, portanto, a relação do fornecedor com o consumidor analfabeto deverá ser acompanhada com olhares atentos às previsões envolvendo a educação e a informação do sujeito.

Nesse sentido, a preocupação frente ao analfabeto no mercado de consumo estará conectada à sua plena ciência frente às obrigações que contrai e aos direitos que pode exigir do outro contratante, à integridade da manifestação de sua vontade e à compreensão acerca das características e dos riscos de produto ou serviço contratado.

Como vimos, o analfabetismo é caracterizado pela ausência de habilidade para comunicar ou receber comunicação por meio escrito e o analfabetismo funcional é descrito como a impossibilidade de compreender o conteúdo de textos e destes emitir juízo crítico.

Assim, entende-se que esses consumidores estão mais suscetíveis a não compreender, em situação de ajuste de condições negociais, as obrigações às quais estão se vinculando e os direitos que poderão exigir de tal contratação.

Nesse sentido, Miragem destaca:

Nas relações de consumo, o domínio da comunicação escrita, saber ler e escrever, assume importância ainda maior. Isso porque, seja no ajuste das condições negociais, seja a própria submissão do consumidor a técnicas de venda e persuasão que são próprias da sociedade contemporânea, o domínio mínimo da linguagem é decisivo para compreender, ainda que em termos básicos, os termos da mensagem negocial. A ausência de deste conhecimento

²⁶⁸ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2011, pp. 67/68.

mínimo da linguagem escrita constitui, evidentemente, causa de agravamento da vulnerabilidade do consumidor.²⁶⁹

A ideia, aqui, consiste em identificar que nas circunstâncias que envolvem a formação do contrato, ou discussão de cláusulas contratuais, ao comparar-se o consumidor alfabetizado e o não alfabetizado, embora ambos sejam vulneráveis frente ao fornecedor, parece que as características inerentes ao agente analfabeto se demonstram juridicamente relevantes o suficiente para colocá-lo em situação de possibilidade intensificada de dano – de vulnerabilidade aprofundada.

Aqui, enxerga-se importância de utilização do artigo 46 do CDC como instrumento de verdadeira proteção do consumidor analfabeto no que diz respeito à pactuação junto ao fornecedor.

O referido dispositivo prega que *“Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.”*

Isto é, traz o legislador a noção de que o conhecimento prévio do conteúdo contratual e a redação acessível das cláusulas serão condições à vinculação do consumidor, não estando ele obrigado nos casos em que lhe for negada a possibilidade de compreensão dos termos.

Sob esse prisma, ressalta-se que o fornecedor possui o dever de oportunizar ao consumidor que tome conhecimento do conteúdo daquele contrato a ser firmado, sob pena de que seja desconsiderada a vinculação do consumidor²⁷⁰.

As consequências, no entanto, podem ser ainda maiores, como na hipótese de reconhecimento de vício de consentimento do consumidor e anulação do negócio jurídico²⁷¹.

Na jurisprudência, tem-se entendido que fornecedor deverá redobrar seu dever de informação em caso de contrato a ser firmado com consumidor analfabeto, não sendo suficiente, por vezes, a tomada de medidas idênticas àqueles exercidas frente ao consumidor alfabetizado para garantir até mesma validade do contratado.

²⁶⁹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 138.

²⁷⁰ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010, p. 866.

²⁷¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 138.

Imagine-se o caso de consumidor idoso e analfabeto que, ao adentrar em agência bancária para a realização de procedimentos administrativos, é surpreendido por oferta facilitada de crédito e acaba, assim, vinculando-se a empréstimo de crédito consignado.

Tal situação foi analisada pelo Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul por meio dos Embargos Infringentes nº 70064178650²⁷².

No caso, o embargante – consumidor – alega que, à ocasião, não possuía plena ciência das obrigações que estaria contratando, pleiteando a nulidade do contrato de empréstimo em razão da ausência de preenchimento das condições do artigo 595 do Código Civil.

Enfrentada a situação, declarou-se a nulidade do contrato, tendo sido o voto do Desembargador Relator acatado por maioria. Quanto ao entendimento firmado, sobretudo três principais aspectos parecem pertinentes à análise proposta no presente estudo.

Em primeiro lugar, na esteira do que se enxerga na interpretação legal e nos comentários da doutrina, o analfabetismo não enseja a incapacidade; ou seja, não se pode olvidar que a condição de não saber ler e escrever, por si só, não gera – nem poderia – a invalidade do negócio jurídico:

Evidente que a idade avançada e o analfabetismo, não constituem, por si só, causas de invalidade do negócio jurídico.²⁷³

Em segundo lugar, depreende-se da fundamentação do voto vencedor no julgamento dos Embargos Infringentes nº 70064178650, que o consumidor precisa ser informado de maneira correta e certa, isto é, sendo inaceitável que pairarem dúvidas sobre o conteúdo do contrato a ser celebrado:

Com vistas ao cumprimento da norma supracitada (art. 595 do CC), o consumidor deve ser corretamente e indubitavelmente informado sobre as cláusulas contratuais do serviço a ser prestado, bem como sobre seus riscos.²⁷⁴

Em terceiro lugar, considerando a imprescindibilidade da ciência prévia e correta acerca do conteúdo do contrato antes de firmá-lo, o entendimento do TJRS consiste em

²⁷² Embargos Infringentes nº 70064178650, 9º Grupo de Câmaras Cíveis, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Giovanni Conti, 19/06/2015.

²⁷³ *Ibidem*.

²⁷⁴ Embargos Infringentes nº 70064178650, Nono Grupo de Câmaras Cíveis, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Giovanni Conti, 19/06/2015.

afirmar que, em decorrência dos deveres da lealdade e da probidade oriundos da boa-fé objetiva, o fornecedor deve atentar às peculiaridades do consumidor:

Ademais, há o dever de lealdade e probidade decorrente da boa-fé objetiva, razão por que não basta à instituição financeira disponibilizar ao cliente analfabeto a fotocópia dos instrumentos particulares dos contratos, senão que deve, outrossim, assegurar o efetivo esclarecimento ao consumidor acerca do conteúdo do negócio jurídico a ser celebrado.²⁷⁵

Em artigo intitulado “*Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos*”²⁷⁶, Marques aprofunda a análise exemplificada no caso suprarreferido, destacando três situações que envolvem o consumidor analfabeto e, de fato, merecem atenção redobrada.

Nesse sentido, (i) abundam no judiciário brasileiro ações declaratórias de inexistência de dívida, sendo que, em diversos casos, enxerga-se a conduta do fornecedor que, se valendo do analfabetismo do consumidor, lhe vincula a financiamento de produto, serviço, ou crédito que jamais lhe será repassado²⁷⁷.

Ainda, (ii) os casos em que existe o esclarecimento – sobretudo, oral - ao consumidor analfabeto do conteúdo do contrato e do valor o qual deverá despender como contraprestação, porém o instrumento contratual estabelecerá valor diverso daquele pactuado, em evidente conduta aproveitadora da condição de analfabetismo²⁷⁸.

Ou mesmo, (iii) a reiterada prática de instituições financeiras em promover a facilitação e a instrumentalização para que o consumidor analfabeto disponha de crédito – com pagamento consignado – por meio de contratação em caixas eletrônicas, em afronta aos deveres decorrentes da boa-fé objetiva²⁷⁹.

Por oportuno, é importante esclarecer que esse intensificado grau de suscetibilidade à não compreensão da mensagem comercial é reconhecido não somente em analfabetos, mas também em analfabetos funcionais.

²⁷⁵*Ibidem.*

²⁷⁶ MARQUES, Cláudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

²⁷⁷*Ibidem.*

²⁷⁸*Ibidem.*

²⁷⁹*Ibidem.*

E, em que pese o direito privado seja lacunoso na proteção do analfabeto funcional, é no direito do consumidor, justamente por meio do direito à informação e à educação, que se observa maior sensibilidade do legislador ao sujeito²⁸⁰.

Inclusive, Miragem destaca que no caso do analfabeto funcional, por se vincular mais facilmente, talvez seja possível identificar situação ainda mais preocupante:

Nestes casos, possuem igualmente uma vulnerabilidade agravada no âmbito das relações de consumo, talvez até mais intensa daquela dos analfabetos em geral, considerando que ao saber assinar o nome, celebra contratos e se vincula juridicamente com maior facilidade, sem, contudo, ter plenas condições de compreender os direitos e obrigações envolvidos nestas relações.²⁸¹

Tem-se, portanto, que à ocasião de ajuste de condições de contrato e de formação contratual, as características inerentes aos analfabetos e analfabetos funcionais acabam por colocá-los em posição de agravamento de vulnerabilidade.

Na síntese de Marques:

Em resumo, se pode concluir que há uma vulnerabilidade ou fraqueza pessoal envolvida no analfabetismo, que mesmo sendo temporária (a pessoa – sobretudo de mais jovem – pode aprender a ler e escrever e desenvolver suas capacidades – sempre, independentemente da idade!), leva à presunção que ela não é apta a entender o que está escrito no contrato ou mesmo compreender – se não lhe for explicado oralmente – as responsabilidades que assume assinando um texto contratual. Da mesma forma o analfabeto funcional, que é de mais difícil identificação no trato social.²⁸²

Não obstante as circunstâncias que envolvem especificamente a contratação, importante destacar que na própria oferta e apresentação dos produtos e serviços parece possível reconhecer, também, fraqueza aprofundada daquele consumidor que não possua a habilidade de ler ou escrever.

Nesse sentido, no próprio artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor, o legislador, ao dispor sobre os aspectos necessários à informação presente na oferta apresentação de produtos e serviços, menciona que deverão ser prestados em língua portuguesa.

Lê-se no referido dispositivo que *“Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em*

²⁸⁰ *Ibidem*.

²⁸¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 137.

²⁸² MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.”.

Ao esmiuçar a previsão do artigo 31 do CDC, Schmitt e Barbosa destacam três aspectos a serem observados com maior atenção quando se trata da qualidade da informação prestada pelo fornecedor na oferta e na apresentação de serviços²⁸³.

Por um lado, interpretam que a clareza e a precisão da informação estarão condicionadas à escolha dos signos e símbolos mais adequados, além da fidelidade e exatidão do conteúdo.

Em segunda análise, salientam o componente da veracidade, isto é, a correspondência entre a realidade objetiva e o que se pretende fazer saber.

E, ainda, que a compreensão da informação pelo consumidor necessita de esforço do fornecedor na “*análise do contexto do receptor/consumidor*”, de modo a ser efetiva a comunicação:

A informação clara seria aquela em que são utilizados os signos qualitativamente mais apropriados, a fim de possibilitar ao consumidor interpretar corretamente a mensagem. A informação precisa, por seu turno, seria aquela em que participam os caracteres de exatidão e fidelidade, o que também se dá mediante a escolha certa dos símbolos pelo fornecedor, respondendo a um princípio de economia de mensagem. Somem-se a esses requisitos ainda a veracidade, que é a características da informação que corresponde à verdade daquilo que se pretende dar a conhecer ao outro. É a correspondência entre o que se quer fazer saber e a realidade objetiva. Por fim, diga-se que a informação deve ser também compreensível, o que demandará uma análise do contexto do receptor/consumidor.²⁸⁴

Pela atualidade do tema, toma-se como exemplo a discussão sobre a rotulagem de alimentos transgênicos e a forma exigida para que se informe ao consumidor que determinado produto possui em sua composição organismos geneticamente modificados.

Tramita no Senado Federal desde 30/04/2015 o Projeto de Lei da Câmara nº 34 de 2015, tendo por objetivo a alteração da redação da Lei nº 11.105/2005, em proposta que envolve a mudança na rotulagem de alimentos e rações que contenham produtos transgênicos²⁸⁵.

²⁸³ SCHMITT, Cristiano Heineck. BARBOSA, Fernanda Nunes. **Cadernos de direito do consumidor. Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul.** Porto Alegre, Procon/RS, 2010, p. 89.

²⁸⁴ *Ibidem*.

²⁸⁵ **Projeto de Lei da Câmara nº 34 de 2015.** Disponível em <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/120996> - acesso em 03/11/2017, às 16h47.

Duas são as principais modificações propostas pelo PLC nº 34/2015: (i) a desobrigação de indicação no rótulo do produto quando a concentração de organismos geneticamente modificados for inferior a 1% e (ii) a substituição da indicação atual – que ocorre mediante símbolo – por frase indicativa de presença de componente geneticamente modificado.

Em que pese a extrema relevância da discussão acerca da relativização da indicação na embalagem conforme a quantidade, que parece descabida flexibilização do direito à informação pelo consumidor, ao recorte do estudo que envolve o consumidor analfabeto, interessante é a reflexão sobre a forma de indicação a ser exigida.

O Decreto nº 4.680/2003, de 24 de abril de 2003, regulamenta o direito à informação previsto no artigo 6º, III, do Código de Defesa do Consumidor quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados.

Conforme artigo 2º, § 1º, do Decreto nº 4.680/2003, a embalagem dos produtos compostos por organismos geneticamente modificados contará com símbolo e indicação específicas. Observe-se:

§ 1º Tanto nos produtos embalados como nos vendidos a granel ou **in natura**, o rótulo da embalagem ou do recipiente em que estão contidos deverá constar, em destaque, no painel principal e em conjunto com o símbolo a ser definido mediante ato do Ministério da Justiça, uma das seguintes expressões, dependendo do caso: "(nome do produto) transgênico", "contém (nome do ingrediente ou ingredientes) transgênico(s)" ou "produto produzido a partir de (nome do produto) transgênico".(grifo original)

Diante da determinação do artigo 2º, § 1º, do Decreto nº 4.680/2003, publicado em abril de 2003, o Ministério de Justiça define o símbolo que indicaria os “*alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal embalados como nos vendidos a granel ou in natura, que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados*”²⁸⁶ por meio da publicação, em 22 de dezembro de 2003, da Portaria nº 2.658/2003.

Consta no item nº 03 da Portaria nº 2.658/2003 a apresentação dos símbolos indicativos, de presença obrigatória em caso de rotulagem policromática ou monocromática:

²⁸⁶Disponível em <http://agrobiobrasil.org.br/normativa/portaria-do-ministerio-da-justica-no-2658-de-22-de-dezembro-de-2003/> - acesso em 03/11/2017, às 17:24.



Desde 2004, portanto, tem-se a exigência de aviso escrito em língua portuguesa e de impressão do símbolo específico, indicado acima, no rótulo de produto que possua em sua composição organismos geneticamente modificados.

O PLC nº 34/2015, que, como vimos, tem como um dos objetivos a desobrigação da impressão do símbolo nos rótulos de produtos transgênicos, tramita no Senado Federal sob fortes controvérsias. A Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática emitiu, em 13/10/2015, parecer pela rejeição do projeto, enquanto a Comissão de Agricultura e Reforma Agrária manifestou-se, em 19/09/2017, por sua aprovação; quando, então, os autos do PLC nº 34/2015 foram remetidos à Comissão de Assuntos Sociais, onde se encontram até o presente momento²⁸⁷.

A partir do exemplo da rotulagem dos produtos transgênicos, faz-se a reflexão no que tange ao consumidor analfabeto e ao agravamento de sua vulnerabilidade.

Nesse sentido, a ausência da habilidade de ler acarreta ao consumidor não alfabetizado a impossibilidade de acesso à informação, quando prestada exclusivamente por texto escrito em embalagens, maculando-se seu direito (i) de saber a composição do produto que adquire e, conseqüentemente, (ii) de escolha.

Sobre a rotulagem dos produtos compostos por organismos geneticamente modificados, Marques destaca:

Há dever de informar do fornecedor que usa (no produto ou na ração) organismos geneticamente modificados não só por se direito humano do consumidor (art. 5º, XXXII) a informação, daí a necessidade da defesa de sua dignidade e saúde, mas também porque é direito econômico dos consumidores, como sujeitos ativos do mercado (art. 170, caput e inciso V, da CF/1988), a liberdade de escolha (art. 6º, II, do CDC) entre produtos com ingredientes da natureza e com ingredientes que tiveram seus genes

²⁸⁷Disponível em <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/120996> - acessado em 03/11/2017, às 16h47.

modificados por intervenção humana artificial, em uma combinação que não ocorreria normalmente na natureza (OGM).²⁸⁸

Nos produtos industrializados, muitas vezes o conteúdo da embalagem consiste na única oportunidade de o consumidor verificar as informações sobre o que pretende adquirir, ou, ao menos, a mais importante.

Ora, presume-se que o consumidor analfabeto não consegue acessar à informação de rótulos e embalagens quando apresentadas exclusivamente por meio escrito, agravando-se – justamente em razão de sua característica específica de não alfabetizado – sua vulnerabilidade inerente à posição de consumidor.

Inclusive, verifica-se que quanto mais relevante a informação em questão, mais intenso será o agravamento da vulnerabilidade do consumidor.

Observe-se, nesse sentido, a lição de Marques e Miragem: *“E, se, na sociedade atual, é na informação que está o poder, a falta desta representa intrinsecamente um minus, uma vulnerabilidade tanto maior quanto mais importante for esta informação detida pelo outro.”*²⁸⁹.

A despeito da discussão específica sobre benefícios ou malefícios os organismos geneticamente modificados, o exemplo em questão demonstra situação em que se pode identificar grau de suscetibilidade maior pelo consumidor analfabeto no acesso às informações de produtos através de suas embalagens.

Pontua-se, aqui, que a modificação proposta pelo PLC nº 34/2015 atingiu diretamente os consumidores não alfabetizados, uma vez que, com a existência de símbolo indicativo de característica relevante do produto, estar-se-ia mais próximo à compreensão do consumidor não alfabetizado, enquanto a inscrição meramente escrita exclui, manifestamente, o grupo, negando-lhe o direito à informação e à escolha.

Avançando, Marques destaca que *“é em matéria de práticas abusivas que o Código [CDC] demonstra mais sensibilidade ao problema do analfabetismo, em especial entre idosos.”*²⁹⁰.

Nesse sentido, é imprescindível observar a previsão do artigo 39, IV, do Código de Defesa do Consumidor, que dispõe:

²⁸⁸ MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010, p. 234.

²⁸⁹ MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 161.

²⁹⁰ MARQUES, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(...)

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

A partir do referido dispositivo, observa-se o enquadramento como prática abusiva toda conduta promovida pelo fornecedor que utilize de fraqueza ou ignorância do consumidor, sendo exemplos de aspectos que levam à vulnerabilidade especial dados pelo legislador a idade, o conhecimento, a condição social e a saúde.

Nesse passo, no caso do consumidor analfabeto, o próprio legislador trata como prática abusiva aquele agir do fornecedor que se valha da condição de impossibilidade ler ou escrever para compelir ou induzir o consumidor a contratar determinado serviço ou adquirir algum produto, salientando-se, aqui, a menção expressa à ignorância e à ausência de conhecimento.

Em síntese, a partir do conteúdo do artigo 39, IV, do Código de Defesa do Consumidor, depreende-se (i) que se reconhece a falta de conhecimento como fator de intensificação de vulnerabilidade e (ii) que o fornecedor está vedado a atuar de modo a aproveitá-la.

Nessa esteira, Miragem destaca, inclusive, que é a partir da norma do artigo 39, IV, do CDC, que se reconhece a proibição do que se denomina assédio de consumo²⁹¹.

Embora não haja previsão expressa acerca do assédio de consumo no Código de Defesa do Consumidor, o que, segundo Marques, dependerá do PLS nº 281 e do PLS nº 283, de 2012, é possível enxergar uma sustentação jurídica nas disposições sobre as práticas comerciais proibidas previstas nos artigos 39 e 42 do CDC²⁹².

No entanto, vale observar que é no direito europeu que se observa o maior avanço no tema de assédio de consumo. Com a edição da Diretiva nº 2005/29/CE, sobretudo em seus artigos 8º e 9º, tem-se o reconhecimento do assédio de consumo

²⁹¹ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 138.

²⁹² MARQUES, Cláudia Lima. **A vulnerabilidade dos analfabetos e dos idosos na sociedade de consumo brasileira: primeiros estudos sobre a figura do assédio de consumo** in _____; GSELL, Beat. **Novas tendências do direito do consumidor: rede Alemanha-Brasil de pesquisas em direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015, pp.46/87.

quando o fornecedor age de modo a aproveitar-se de situação de vulnerabilidade agravada²⁹³.

Por fim, considerando o reconhecimento do agravamento de vulnerabilidade no caso do consumidor analfabeto, é possível apresentar algumas considerações acerca das consequências dessa identificação.

Nessa perspectiva, parte-se, a título de esclarecimento, da situação trazida por Pasqualotto e Soares, no que denominaram “*exemplo da faca*”:

A faca é um objeto que naturalmente tem grande potencial de causar dano ao consumidor, mas sua manutenção no mercado de consumo é justificada por sua inegável utilidade. Vender facas é uma atividade lícita, embora possa haver responsabilização do fornecedor (lojista) que exponha esse produto na loja ao alcance de uma criança. Vender facas, repita-se, não é proibido, mas não pode o fornecedor oferecer facas plásticas afiadas em kits infantis de cozinha, pois o cuidado exigível do fornecedor, decorrente da hipervulnerabilidade do pequeno consumidor em formação, é maior que aquele exigível do fornecedor de facas para o consumidor adulto.²⁹⁴

Ou seja, vender facas é uma atividade lícita, no entanto, o fornecedor não poderá direcionar o produto ao consumidor criança, uma vez que este, em razão de suas características específicas, não poderá, sabidamente, lidar com o referido produto.

Veja-se: a situação de hipervulnerabilidade do consumidor – no exemplo da faca, da criança – exigirá do fornecedor conduta diversa daquela praticada em contato com consumidor acerca do qual tais características não sejam observadas.

Propõe-se, aqui, a comparação do “*exemplo da faca*” com a situação em que a suposta ciência sobre as condições de determinado contrato é passada a consumidor analfabeto exclusivamente por meio de instrumento contratual por escrito.

Ora, se é inconcebível que o fornecedor direcione ao consumidor criança a venda de facas afiadas em razão das características específicas do consumidor, parece possível afirmar que o cuidado exigível do fornecedor ao pactuar com consumidor analfabeto faz com que não se admita a apresentação de instrumento contratual escrito como meio de conferir ciência plena ao contratante analfabeto.

Como vimos, este vem sendo, inclusive, o entendimento da jurisprudência:

Ademais, há o dever de lealdade e probidade decorrente da boa-fé objetiva, razão por que não basta à instituição financeira disponibilizar ao cliente

²⁹³ MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 138.

²⁹⁴ PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais set/out. de 2017.

analfabeto a fotocópia dos instrumentos particulares dos contratos, senão que deve, outrossim, assegurar o efetivo esclarecimento ao consumidor acerca do conteúdo do negócio jurídico a ser celebrado.²⁹⁵

Em verdade, parece consequência da diferenciação entre o consumidor vulnerável e o consumidor hipervulnerável, afirmar que os deveres de diligência e cuidado do fornecedor deverão ser reforçados de um caso para outro. Isto é, traça-se um paralelo em que o reconhecimento de agravamento de vulnerabilidade do consumidor impactará em um reforço de dever do fornecedor.

Acaba que observar essa diferenciação evidencia uma visão aprofundada, em um sentido de igualdade e de justiça materiais²⁹⁶, verdadeiros fundamentos para atuação positiva do Estado no reequilíbrio das relações²⁹⁷.

Sobre a igualdade material como fundamento para a atuação reequilibradora do Estado frente à disparidade em grupos específicos, o STJ se posiciona:

Aliás, ser minoria nessas hipóteses é a mais poderosa justificativa – política e ética – para a intervenção de reequilíbrio do legislador. Aí está exatamente uma das características do Estado Social, que, além de reconhecer no plano formal a igualdade de todos, mantém-se permanentemente à procura de mecanismos capazes de assegurar a igualdade material entre pobres e ricos, cultos e analfabetos, e, no que importa aqui, entre sãos e enfermos. Igualdade material essa não apenas quanto às oportunidades, mas também no que tange às possibilidades de esses sujeitos se prevenirem contra os riscos à sua saúde e segurança, decorrentes de produtos e serviços colocados no mercado.²⁹⁸

Com efeito, decorre do reconhecimento das situações de vulnerabilidade agravada, ou da distinção entre vulneráveis e hipervulneráveis, a necessidade de implementação de tratamento jurídico diferenciado, sob pena de estar o Estado a afastar-se de seu dever constitucional de proteção do consumidor (art. 5º, XXXII, CF/88)²⁹⁹.

²⁹⁵ Embargos Infringentes Nº 70064178650, Nono Grupo de Câmaras Cíveis, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Giovanni Conti, 19/06/2015.

²⁹⁶ AZEVEDO, Fernando Costa de. **O reconhecimento jurídico da hipervulnerabilidade de certos grupos de consumidores como expressão de um sentido material de justiça no contexto da sociedade de consumo contemporânea**. I Seminário Internacional “Imagens da justiça, currículo e educação jurídicas. Pelotas. Disponível em <http://imagensdajustica.ufpel.edu.br/anais/trabalhos/GT%207/GT%207%20-%20AZEVEDO,%20Fernando%20Costa%20de.pdf> – acesso em 20/10/2017, às 21:04

²⁹⁷ REsp. 586.316/MG. Rel. Min. Herman Benjamin. Brasília, 17/04/2007. P.19.

²⁹⁸ REsp. 586.316/MG. Rel. Min. Herman Benjamin. Brasília, 17/04/2007.

²⁹⁹ AZEVEDO, Fernando Costa de. **O reconhecimento jurídico da hipervulnerabilidade de certos grupos de consumidores como expressão de um sentido material de justiça no contexto da sociedade de consumo contemporânea**. I Seminário Internacional “Imagens da justiça, currículo e educação jurídicas. Pelotas. Disponível em <http://imagensdajustica.ufpel.edu.br/anais/trabalhos/GT%207/GT%207%20-%20AZEVEDO,%20Fernando%20Costa%20de.pdf> – acesso em 20/10/2017, às 21:04

Nesse sentido, Pasqualotto e Soares exemplificam que, em determinada demanda que envolva consumidor hipervulnerável, a conduta do fornecedor, como pressuposto, será analisada com maior rigor, podendo-se deste exigir um maior cuidado tanto na formação do vínculo, quanto na execução do serviço³⁰⁰.

Nesse contexto, Barocelli afirma que os “*fornecedores devem fazer ajustes razoáveis para assegurar o acesso ao consumo, à informação, ao justo e equitativo tratamento, à proteção da saúde, da segurança, dos interesses econômicos e da liberdade de escolha do consumidor hipervulnerável.*”³⁰¹.

Na síntese de Marques e Miragem, destaca-se o dever qualificado do fornecedor decorrente do reconhecimento do agravamento da vulnerabilidade do consumidor analfabeto:

Se a proteção que os analfabetos estão recebendo do direito privado brasileiro é suficiente, a análise inicial realizada não permite uma resposta definitiva. Certo é que, pelo menos em direito do consumidor, conhecer e levar em conta a situação de analfabetismo dos consumidores parece ser um novo dever qualificado (de informação, de cooperação e de cuidado) dos fornecedores de produtos e serviços.³⁰²

Diante das considerações observadas, portanto, em que pese a pluralidade de denominações (*reforço de dever*³⁰³; *maior cuidado*³⁰⁴; *ajustes razoáveis*³⁰⁵; ou *dever qualificado*³⁰⁶), parece claro que, ao menos na doutrina, existe o entendimento comum de que reconhecer o agravamento de vulnerabilidade de determinado consumidor, enseja ao fornecedor um aprofundamento em seus deveres de cuidado na relação consumerista.

³⁰⁰PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais set/out. de 2017.

³⁰¹BAROCELLI, Sergio Sebastián. **Rumo à construção da categoria consumidores hipervulneráveis** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais, set/out de 2017.

³⁰²MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 174.

³⁰³MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 138.

³⁰⁴PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais set/out. de 2017.

³⁰⁵BAROCELLI, Sergio Sebastián. **Rumo à construção da categoria consumidores hipervulneráveis** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113/2017. São Paulo: Revista dos Tribunais, set/out de 2017.

³⁰⁶MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 174.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho surgiu com o intuito de estudar parcela do novo cenário do Direito do Consumidor. Propôs-se, na realidade, um percurso ao longo do qual fosse possível abordar – em trajetória do geral ao específico – o contexto da sociedade de consumo, a relação entre os agentes nessa perspectiva, atentando-se, sobretudo, ao caso específico dos consumidores que, por razões especiais, estariam em situação de maior desequilíbrio, como o cidadão analfabeto.

Antes mesmo de empacotar as coisas e dar início à caminhada, fez-se necessário um mapa, capaz de limitar os devaneios e direcionar os passos da trajetória a ser trabalhada.

Nesse contexto, colocou-se como objetivo geral da pesquisa identificar se a ausência de habilidade de estabelecer comunicação por meio escrito é de tamanha relevância de modo a ensejar um agravamento de vulnerabilidade do consumidor.

E, diante do objetivo geral elencado, foram constituídos como objetivos específicos do presente estudo (i) compreender qual o contexto social em que ocorre a interação no mercado de consumo, (ii) entender sobre quais alicerces está construída a proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro e como está estruturada a relação de consumo no país, (iii) verificar quais as características do cidadão analfabeto e quais os impactos dessa condição a seu desenvolvimento e (iv) identificar se, e como, o analfabetismo poderia interferir na relação de consumo.

A partir do enquadramento firmado para o percurso, o primeiro trecho tratou das características da sociedade de consumo, destacando as mudanças que, ao longo da história, ensejaram as alterações nas formas de produzir e contratar.

Sob essa perspectiva, constatou-se a importância atribuída ao consumo nas vidas das pessoas e a inversão de lógica anterior, passando-se à produção massificada, a abundância da oferta e a despersonalização da demanda.

Como não poderia ser diferente, as alterações da sociedade acarretam mudanças ao Direito. Destaca-se, aqui, a relevante flexibilização acerca da interpretação da teoria contratual, que se viu obrigada a enfrentar temas como a diminuição do caráter de efetiva negociação e a despersonalização de acordos comerciais.

Afirma-se, assim, que a teoria contratual passou por certa relativização, sendo necessária a adaptação de suas garantias, antes centradas na noção da liberdade e da autonomia da vontade, à realização da justiça e do equilíbrio contratual.

Com as novas formas de produzir e de contratar, a figura do consumidor vai tomando forma e, ao longo dos anos, se desenvolve a consciência da necessidade de proteção a esse novo sujeito de direitos.

Em passadas que se iniciam com as palavras do presidente estadunidense John Kennedy em 1962, a proteção do consumidor vai ganhando força no cenário internacional e sendo pauta de discussões como são os casos da Resolução nº 543/1973 da Assembleia Consultiva da Comunidade Europeia e as legislações francesas, portuguesas e espanholas nos anos seguintes.

No Brasil, conclui-se que a proteção ao consumidor possui força constitucional, sendo tratada em caráter dúplice: como direito fundamental (Art. 5º, XXXII, CF/88) e como princípio da ordem econômica (Art.170, V, CF/88).

Para atingir tais mandamentos constitucionais é que, em 1990, entra em cena o Código de Defesa do Consumidor no Brasil, norma de caráter de ordem pública e que consistente em microssistema jurídico.

Isto é, observa-se organização de normas e princípios para um funcionamento em prol do alcance de um objetivo de origem constitucional, proteger o elo mais fraco na relação de consumo.

Nesse sentido, abarcou-se a discussão sobre a conceituação dos agentes dessa relação (consumidor e fornecedor) e seus objetos (produtos e serviços), tratando das lentes com as quais se deve enxergar o Direito do Consumidor.

Trata-se, na realidade, do princípio da vulnerabilidade do consumidor. Nessa esteira, parece possível concluir que a vulnerabilidade é o estado vinculado à posição de consumidor, em que este se encontra suscetível à conduta do fornecedor.

Ao longo do presente de estudo, viu-se que posições doutrinárias e jurisprudenciais alinham-se ao afirmar que considerar a vulnerabilidade do consumidor é, de certa forma, perseguir o reequilíbrio de uma relação desequilibrada. Traduz-se em justificativa e instrumento – em fundamento e guia - para o reequilíbrio da relação de consumo.

Diante desse pensamento, afirma-se que o Direito do Consumidor encontra-se em uma segunda fase, um momento no qual é preciso enxergar os consumidores em suas peculiaridades, considerando que, de fato, há circunstâncias e características

peçoais que colocam o consumidor - já vulnerável - em suscetibilidade ainda maior, como o exemplo aprofundado no presente estudo, do consumidor analfabeto.

No Brasil de 2015, como vimos, mais de 8% da população maior de quinze anos afirma ser incapaz de ler ou escrever um bilhete simples e quase um quarto da população idosa brasileira enquadra-se como plenamente analfabeto.

Nessa esteira, observando a análise histórica dos registros censitários sobre analfabetismo, enxerga-se que a maior população sem a habilidade de ler ou escrever, tradicionalmente, era composta pelas camadas economicamente mais desfavorecidas das regiões norte e nordeste no Brasil.

No entanto, revela-se a partir dos dados colhidos nos anos 2000, que, com a mobilidade de diversas famílias aos centros urbanos em busca de oportunidades e empregos nas décadas anteriores, um novo paradigma aparece: de destaque do analfabetismo em idosos e habitantes urbanos.

Ao presente estudo, é de extrema importância o esclarecimento de que o analfabetismo não se trata de questão afastada dos grandes centros, como se características de pessoas alheias ao convívio do mercado fosse, mas sim de problema social arraigado nos agentes consumidores cotidianamente.

Ainda mais complexa a questão do analfabetismo quando se passa a tratar do analfabetismo funcional.

Como vimos, a Escala de Indicador de Analfabetismo – INAF demonstra que entre a escuridão da linguagem e a comunicação plena há um espectro muito mais aprofundado do que senso comum é capaz de verificar, representada em dois grupos: (i) analfabetos funcionais – subdivididos entre analfabetos e rudimentares - e (ii) funcionalmente alfabetizados, nos quais estariam as separações entre nível elementar, intermediário e de proficiência.

Conforme os dados da pesquisa desenvolvida em 2016 com base nos padrões do INAF, 27% da população brasileira seria enquadrada como analfabeta funcional e 42% dos brasileiros estaria no nível mais básico de alfabetização funcional entre os três possíveis.

Merece destaque, ainda, o fato de que o analfabetismo carrega consigo uma série de prejuízos e limitações que ultrapassam a impossibilidade de comunicação plena, mas representa também um lapso social e cultural característico do processo de alfabetização um déficit emocional em razão da lacuna na inserção dentro da comunidade.

Percorrendo essa trajetória ao longo do presente estudo, o trecho conclusivo desta caminhada envolve a noção interpretativa construída pela doutrina e pela jurisprudência – sobretudo do Superior Tribunal de Justiça – de que o alcance dos objetivos constitucionais de proteção do consumidor imprescinde da observação da peculiaridades entre consumidores.

Entende-se, no presente estudo, que o agravamento de vulnerabilidade do consumidor consiste no grau elevado de suscetibilidade em contexto de relação de consumo por decorrência de característica, permanente ou transitória, de sua pessoa em específico.

Isto é, trata-se de um somatório entre a vulnerabilidade do consumidor – decorrente de sua posição em determinada relação – e a vulnerabilidade pessoal, produto de circunstância ou característica.

No caso do cidadão analfabeto, parece possível afirmar que o Direito brasileiro reconhece sua vulnerabilidade em decorrência da impossibilidade de comunicação por meio escrito.

Nesse sentido são os exemplos trazidos sobre o casamento entre nubentes analfabetos, testamentos por meio de escritura pública como condição e, sobretudo, os mandamentos constitucionais do artigo 3º da CF/88.

Por fim, parece que ao questionamento “*é possível reconhecer a condição de analfabetismo como fator juridicamente relevante a ponto de ensejar o agravamento de vulnerabilidade do consumidor?*” a resposta deve ser positiva.

Em uma sociedade globalizada marcada pelo consumo e pela vinculação instantâneos, a preocupação quanto ao analfabeto estará conectada à sua plena ciência em face às obrigações que contrai e aos direitos que pode exigir do outro contratante, à integridade da manifestação de sua vontade e à compreensão acerca das características e dos riscos de produto ou serviço contratado.

Se o analfabetismo é marcado pela impossibilidade de comunicar-se através da escrita e da leitura e o analfabetismo funcional é descrito como a ausência de compreensão do conteúdo de textos e destes emitir juízo crítico, parece inegável afirmar que o grau de suscetibilidade do consumidor, quando analfabeto, está agravado.

Ao buscar resposta para “*como e em que medida ocorre o agravamento de vulnerabilidade do consumidor analfabeto?*” há exemplos na jurisprudência inclusive.

Abundam no Poder Judiciário casos em que créditos desmedidos vinculados a pagamentos consignados ou desproporcionais são empreendidos por consumidores que

o fazem em razão da ausência de conhecimento e informação suficiente sobre o conteúdo do contrato ou da mensagem negocial como um todo.

Não se trata, destaque-se, de afirmar que os consumidores analfabetos não possam se vincular, justamente o contrário, consiste em atentar às características específicas de modo a propiciar uma contratação sem vícios.

Por outro lado, e aqui invocando o conteúdo do art. 31 do CDC, é preciso destacar que a apresentação de produtos – em embalagens, por exemplo – constitui oferta e esta deve ser precisa e clara.

Como destacamos acerca da questão dos produtos transgênicos, muitas são as informações as quais os consumidores analfabetos não possuem acesso uma vez que transmitidas exclusivamente por meio escrito.

Ou seja, se já há vulnerabilidade por parte do consumidor em razão de que a escolha das informações prestadas é feita somente pelo fornecedor, parece claro que aquele consumidor que tem ainda mais dificuldade no acesso – como o não letrado – está em posição de vulnerabilidade agravada.

Além disso, merece destaque a previsão do art. 39, IV, que consiste na maior expressão do CDC acerca da consideração da hipervulnerabilidade, tratando como prática abusiva aquela que se valha de característica do consumidor, como a ausência de conhecimento.

Eis que surge o terceiro questionamento proposto ao início deste estudo: *“qual a consequência jurídica do reconhecimento do agravamento de vulnerabilidade do consumidor analfabeto?”*.

Para que se vislumbre resposta ao questionamento sobre as consequências do reconhecimento da vulnerabilidade agravada, valioso relembrar o exemplo de Pasqualotto e Soares, do caso da faca: é lícito vender facas, mas não se pode direcionar a venda a crianças, pois, sabidamente, não possuem capacidade de administrar o produto.

Se a informação e a educação são objetivos do legislador brasileiro ao tratar de consumo e direitos básicos do consumidor, parece possível afirmar que o tratamento, pelo fornecedor, atento as peculiaridades relevantes e sabidas dos consumidores consiste em seu dever decorrente do princípio da boa-fé na formação e no cumprimento de contratos.

Assim, o presente estudo aponta na direção de que o reconhecimento da vulnerabilidade agravada do consumidor analfabeto enseja um reforço de dever de cuidado e de informação ao fornecedor.

É dizer, em síntese, que o fornecedor deve ter por prática a atenção às características específicas dos consumidores se estas forem de tamanha relevância como o analfabetismo, para que se garanta a proteção e não somente se construa uma fachada protetiva.

Trata-se de uma visão da concretização de igualdade e justiça para além de seus significados formais, isto é, em atenção aos elementos materiais que apontam para, em nosso estudo, afirmar é preciso dar a informação e garantir seu acesso, proteger de fato o consumidor, afinal não se pode conceber que o consumidor analfabeto estará plenamente informado e tomando uma escolha livre se sua fonte de informação for um instrumento contratual escrito.

Por certo, a consideração desse espectro de vulnerabilidades e o olhar mais humano e específico sobre a coletividade de consumidores consubstanciam uma expressão do princípio da igualdade, corolário da dignidade da pessoa humana, ainda mais em tempos de velocidade e de tortuosos caminhos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, André Cordelli. **Contrato de Adesão** in Revista de Direito Privado, v. 46, ano 12. São Paulo, abr./jun. 2011, pp. 269/296.

ALTERINI, Atílio Aníbal; LÓPEZ CABANA, Roberto M. **La autonomía de La voluntad en el contrato moderno**. Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 1989.

AZEVEDO, Fernando Costa de. **O reconhecimento jurídico da hipervulnerabilidade de certos grupos de consumidores como expressão de um sentido material de justiça no contexto da sociedade de consumo contemporânea**. I Seminário Internacional “Imagens da justiça, currículo e educação jurídicas. Pelotas. Disponível em <http://imagensdajustica.ufpel.edu.br/anais/trabalhos/GT%207/GT%207%20-%20AZEVEDO,%20Fernando%20Costa%20de.pdf> – acesso em 20/10/2017, às 21:04.

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BAROCELLI, Sergio Sebastián. **Rumo à construção da categoria consumidores hipervulneráveis** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113. São Paulo: Revista dos Tribunais, set/out de 2017.

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

BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BITTAR, Eduardo C.B. **O direito na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

BRAGA, Ana Carolina; MAZZEU, Francisco José Carvalho. **O analfabetismo no Brasil: lições da história**. Revista online de Política e Gestão Educacional, v. 21, nº 01. Araraquara, 2017, p. 24-46.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 05 out. 1988.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Instituiu o Código Civil. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 11 jan. 2002.

_____. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 12 set. 1990.

_____. Lei nº 11.105/2005, de 24 de março de 2005. Dispõe sobre a regulamentação das normas de segurança e mecanismos de fiscalização de atividades que envolvam organismos geneticamente modificados. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 25 mar. 2005.

_____. Lei nº 10.504/2008, de 08 de julho de 2002. Dispõe sobre a criação do Dia Nacional do Consumidor. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 09 jul. 2002.

_____. **Constituição Política do Império do Brasil, de 1824**. Registrada na Secretaria de Estado dos Negócios do Império do Brasil a fls. 17 do Liv. 4º de Leis, Alvarás e Cartas Imperiais. Rio de Janeiro/RJ, 22 abr. de 1824.

_____. Decreto nº 3.29, de 1881 **Coleção das Leis do Império do Brasil**, v. 01, p. 132. Rio de Janeiro/RJ, 10 jan. 1881.

_____. Decreto nº 4.680, de 24 de abril de 2003. Regulamenta o direito à informação quanto aos alimentos e rações que contenham organismos geneticamente modificados. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 25 abr. 2003.

_____. **Projeto de Lei da Câmara nº 34 de 2015.** Disponível em <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/120996> - acesso em 03/11/2017, às 16h47.

_____. STJ. **Acórdão em Recurso Especial nº 586.316/MG.** Relator: Ministro Herman Benjamin. Brasília, 17/04/2007.

_____. STJ. **Acórdão em Recurso Especial nº 575.469/RJ.** Relator: Ministro Jorge Scartezzini. Brasília, 18/11/2004.

_____. STJ. **Acórdão em Recurso Especial nº 108.079/MG.** Relatora: Ministra Nancy Andrighi. Brasília, 10/02/2009.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor.** 1. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

COOK-GUMPERZ, J. **A construção social da alfabetização.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008, pp. 13/14. Publicado originalmente em inglês sob o título *The social construction of literacy.* Cambridge University Press.

DAGLISH, C. **Literacy and the offender.** *Adult Education*, v. 56, n. 1. Londres, jun. 1983, pp. 23/26, jun. 1983.

Discurso Presidente John. F. Kennedy. Washington, 1962. Disponível em <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108> – acesso em 09/06/2017 – 10:55.

ESPAÑA. Constitución Española de 29 de dezembro de 1978. **Boletim Oficial do Estado.** Madrid, 19 dez. 1978.

_____. Lei nº 26/1984, de 19 de julho de 1984. Dispõe sobre as relações de consumo. **Boletim Oficial do Estado.** Madrid, 19 jul. 1984.

FERRARO, Alceu Ravello. **História inacabada do analfabetismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2009

_____. Alceu Ravello. **Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos?** in Revista Educação e Sociedade, vol. 23, n. 81. Campinas: dez. 2002, p. 21-47. Disponível em <http://www.cedes.unicamp.br> - acesso em 20/11/2017, às 17:29.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2014.

FRANÇA. *Code Civil des Français*, de 21 de março de 1804. Paris, 1804.

_____. Lei nº 92-60, de 18 de janeiro de 1992. Cria o “*Códe de La Consummation*”.

GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. **A dimensão internacional do consumo: ONU e a proteção do consumidor**. Disponível em <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/24757-24759-1-PB.pdf> – acessado em 20/07/2017, às 22:43.

GRAU, Eros Roberto. **Interpretando o Código de Defesa do Consumidor: algumas notas**. São Paulo: Revista de Direito do Consumidor, nº 05.

IBGE. **Censo Demográfico de 1900**. Brasília: 1900. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1920**. Brasília: 1920. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1940.** Brasília: 1940. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1950.** Brasília: 1950. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1960.** Brasília: 1960. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1970.** Brasília: 1970. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1980.** Brasília: 1980. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 1991.** Brasília: IBGE, 1991. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 2000.** Brasília: 2000. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Censo Demográfico de 2010.** Brasília: IBGE, 2010. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 21/11/2017, às 13:52.

_____. **Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios de 2015**. Brasília, IBGE, 2015. Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv98887>. – acesso em 20/11/2017, às 17:21.

_____. **Recenseamento Geral de 1872**. Brasília, 1872. Disponível em https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20-%20RJ/Recenseamento_do_Brazil_1872/Imperio%20do%20Brazil%201872 – acesso em 21/11/2017, às 11:19.

Indicador de Analfabetismo Funcional – INAF: estudo especial sobre alfabetismo e mundo do trabalho. São Paulo, 2016. Disponível em http://acaoeducativa.org.br/wp-content/uploads/2016/09/INAFEstudosEspeciais_2016_Letramento_e_Mundo_do_Trabalho. – acesso em 22/11/2017, às 15:34.

JAPIASSU, Hilton. **A crise da razão no ocidente** in Revista em Educação Ambiental da Universidade de São Paulo. V. 01. N. 01. São Paulo: USP, 2006, pp. 27/41. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/pea/article/view/30007/31894> – acesso em 17/06/2017 – 16:30.

JAYME, Erik. **Direito Internacional privado e cultura pós-moderna**. Porto Alegre: Cadernos da PPGD/UFRGS nº 01.

JAYME, Erik. **Narrative Normen im Internationalen Privat-und Verfahrensrecht**. Tübingen: Mohr, 1993.

LIPOVETSKY, Gilles. **Los tiempos hipermodernos**. Barcelona: Anagrama, 2006.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Fundamentos do Direito Privado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

_____, Claudia Lima. **Estudo sobre a vulnerabilidade dos analfabetos na sociedade de consumo: o caso do crédito consignado a consumidores analfabetos** in Revista de Direito do Consumidor, v. 95. São Paulo: Revista dos Tribunais, set./out., 2014, pp. 99/145.

_____, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. São Paulo, Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010.

_____, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de defesa do consumidor: no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais**. Porto Alegre: Síntese, 1999.

NERY JR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código Civil Anotado**. 2.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. DENSA, Roberta. **A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes** in Revista de Direito do Consumidor. Vol 76. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, pp. 13/45.

PASQUALOTTO, Adalberto e SOARES Rampazzo Flaviana. **Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência** in Revista de Direito do Consumidor. Vol. 113. São Paulo: Revista dos Tribunais, set/out. de 2017.

PODESTÁ, Fábio. MORAIS, Ezequiel. CARAZAI, Marcos Marins. **Código de defesa do consumidor comentado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

PORTUGAL. Lei nº 29/81, de 22 de agosto de 1981. Dispõe sobre a defesa do consumidor. **Diário da República nº 192/1981**. Lisboa, 22 ago. 1981.

RIBEIRO. Vera Masagão. **Alfabetismo funcional: referências conceituais e metodológicas para a pesquisa** in Revista Educação & Sociedade da UNICAMP, ano XVIII, nº 60. Campinas, dez. 1997, pp. 144/158.

ROPPO, Enzo. **O Contrato**. Coimbra: Almedina, 2009.

SAVIANI. **História das ideias pedagógicas no Brasil**. 2 ed. rev. e. ampl. Campinas: Autores Associados, 2008.

SCHMITT, Cristiano Heineck. BARBOSA. Fernanda Nunes. **Cadernos de direito do consumidor. Porto Alegre: Escola Superior de Defesa do Consumidor do Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre, Procon/RS, 2010.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Embargos Infringentes nº 70064178650**. 9º Grupo de Câmaras Cíveis. Relator: Desembargador Giovanni Conti. Porto Alegre/RS, 19/06/2015.

UNESCO. **2º Relatório Global Sobre Aprendizagem e Educação de Adultos**. Brasília: 2014, p. 21. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002307/230725por> - acesso em 20/11/2017, às 15:52.

XAVIER, M. E.; RIBEIRO, M. L.; NORONHA; O. M. **História da educação: a escola no Brasil.** São Paulo: FTD, 1994.