

O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna

LUIZ CARLOS GOIABEIRA ROSA

Pós-Doutor em Democracia e Direitos Humanos pela Universidade de Coimbra (Portugal). Doutor em Direito Privado (PUC-MG). Mestre em Direito Civil (UFMG). Professor do Programa de Pós-graduação *stricto sensu* (Mestrado em Direito Público) e da graduação em Direito (UFU).

LUANA FERREIRA BERNARDES

Mestranda e graduada em Direito (UFU).

VINÍCIUS CESAR FÉLIX

Especialista em Direito Empresarial (UFU). Graduado em Direito (FPU).

Artigo recebido em 05/07/2016 e aprovado em 17/10/2016.

SUMÁRIO: 1 *Introdução* • 2 *A proteção ao consumidor nas sociedades de consumo moderna e contemporânea* • 3 *A hipervulnerabilidade como expressão do paradigma jurídico das diferenças na sociedade de consumo pós-moderna* • 4 *A hipervulnerabilidade do consumidor idoso* • 5 *Conclusão* • 6 *Referências*.

RESUMO: O presente artigo tem por objetivo analisar a hipervulnerabilidade do consumidor idoso como reflexo do paradigma jurídico das diferenças. O procedimento metodológico de abordagem do tema adotado é o raciocínio dedutivo-argumentativo, por meio do qual se partirá da generalidade da ideia de desigualdade entre consumidor e fornecedor e se chegará à noção de hipervulnerabilidade do consumidor idoso no cotejo com a aqui considerada vulnerabilidade padrão.

PALAVRAS-CHAVE: Idoso • Consumidor • Hipervulnerabilidade.

The elderly as hipervulnerable consumer in post-modern consumer society

SUMMARY: 1 Introduction • 2 Consumer protection in modern and contemporary societies of consumption • 3 Hipervulnerability as expression of the legal paradigm of differences in postmodern consumer society • 4 Hipervulnerability of elderly consumer • 5 Conclusion • 6 References.

ABSTRACT: This study aims to analyze the hipervulnerability of elderly consumers as a reflection of the legal paradigm of differences. The methodological procedure adopted is deductive and argumentative reasoning, by means of which the generality of the idea of inequality between consumer and supplier has been analyzed and the notion of the elderly consumer hipervulnerability in comparison with the standard vulnerability has been considered.

KEYWORDS: Elderly • Consumer • Hipervulnerability.

El anciano como consumidor hipervulnerable en la sociedad de consumo posmoderno

CONTENIDO: 1 Introducción • 2 Protección del consumidor en las sociedades modernas y contemporáneas de consumo • 3 Hipervulnerabilidad como paradigma de expresión de diferencias jurídicas en la sociedad de consumo posmoderna • 4 Hipervulnerabilidad del consumidor anciano • 5 Conclusión • 6 Referencias.

RESUMEN: Este trabajo tiene como objetivo analizar la hipervulnerabilidad de los consumidores ancianos como consecuencia del paradigma legal de las diferencias. El procedimiento metodológico adoptado es el tema de razonamiento deductivo y argumentativo, a través del cual se partirá de la generalidad de la idea de la desigualdad entre el consumidor y el proveedor, llegando a la noción de la hipervulnerabilidad de los consumidores de edad avanzada en comparación con el estándar de la vulnerabilidad aquí considerado.

PALABRAS CLAVE: Anciano • Consumo • Hipervulnerabilidad.

1 Introdução

O consumo é considerado, hodiernamente, comportamento para a satisfação de desejos sem obrigatoriamente serem voltados às necessidades. O consumismo desenfreado leva a uma conduta na qual consumir deixa de ser um meio e passa a ser uma finalidade, desvirtuando-se diametralmente da inicial noção de consumo da modernidade no Estado Liberal, em que a igualdade formal como paradigma escondia a flagrante desigualdade material entre burguesia e proletariado e forçava este último a somente adquirir produtos de primeira necessidade, dada a extrema pobreza em que viviam. O advento do Estado do bem estar social consecutiu na necessidade de efetivação de igualdade substancial entre os indivíduos em contraponto ao paradigma jurídico da igualdade formal; e por isso reconhecendo a heterogeneidade de grupos sociais alocados em posições jurídicas inferiores e seus respectivos fundamentos para o reconhecimento do indivíduo em condições de exposição e risco jurídico, especialmente com o advento da categoria do consumidor.

Entretanto, o *Welfare State* trouxe um efeito colateral: a relativização do consumo. Antes, o consumidor escolhia a forma e o meio pelos quais o produto era confeccionado e oferecido, sendo portanto personalizado na medida em que fabricado exclusivamente em função de seu gosto e instruções – dado que adquiria em regra somente o que lhe fosse necessário à sobrevivência. Contudo, a Revolução Industrial e a massificação da produção obrigaram o consumidor a se adequar às inúmeras formas e aos modelos ofertados, passando a adquirir não mais apenas em razão da necessidade, mas também por mero deleite ou lazer, dada a excessiva doutrinação por meio das propagandas e *marketing* agressivos. Denota-se então uma vulnerabilização do consumidor, na medida em que ele é submetido a uma incessante enxurrada de propagandas e estratégias de *marketing* que o induzem a acreditar na perfeição e na necessidade de produtos e serviços oferecidos, em contraste com a realidade contextual e fática. Assim é que surge a necessidade no contexto da pós-modernidade, sob o paradigma jurídico de tutela das diferenças em que a proteção à figura do consumidor se mostra amplamente efetiva, do reconhecimento não apenas do conceito de vulnerabilidade presumida, mas também de situações potencializadoras de vulnerabilidade dentro do próprio rol de consumidores. Com efeito, o idoso como consumidor não seria merecedor de maior proteção numa sociedade pós-moderna, dado que se revelaria muito mais vulnerável que o consumidor padrão?

Nesse sentido, o presente artigo tem por objetivo analisar a hipervulnerabilidade

do consumidor idoso como reflexo do paradigma jurídico das diferenças, delineando-se o contexto histórico de surgimento dos sistemas de proteção ao consumidor em cotejo com os paradigmas jurídicos que permearam a transição da sociedade de consumo moderna a uma outra, a de consumo contemporânea/pós-moderna, e se buscando compreender a evolução dos conceitos de vulnerabilidade e hipervulnerabilidade do consumidor. O procedimento metodológico de abordagem do tema adotado é o raciocínio dedutivo-argumentativo, por meio do qual se partirá da generalidade da ideia de desigualdade entre consumidor e fornecedor e se chegará à noção de hipervulnerabilidade do consumidor idoso no cotejo com a aqui considerada vulnerabilidade padrão.

2 A proteção ao consumidor nas sociedades de consumo moderna e contemporânea

A idealização de mecanismos com o escopo de intervenção equilibradora das relações privadas e especialmente no campo das relações contratuais consumeristas revelou-se representativa dos arranjos provocados pela cultura de consumo típica da sociedade contemporânea. Entrementes, não obstante o senso comum, considera-se o conceito de cultura de consumo como derivativo da pós-modernidade. Pode-se apontar que, a partir do século XVIII, a caracterização de *sociedade de consumo* já se engendrava para distinguir as experiências de modernidade vividas pelo ocidente (SLATER, 2002, p. 17-18).

Sob a égide do Estado de Direito, as revoluções deflagradas na sociedade moderna, notadamente a Revolução Industrial e a Revolução de Consumo, impulsionaram a dinâmica de circulação de produtos e serviços em padrões elevados e massificados, traçando as características elementares de uma cultura de consumo ao se contraporem às provincianas atividades de mercancia que, por muito tempo, voltavam-se para atender os interesses básicos de subsistência humana. Perceber-se-á, pois, que o modelo de consumo enraizado na sociedade contemporânea ou pós-moderna é fruto de transformações sociais ocorridas na modernidade, acrescidas de novas técnicas e conceitos que representam evoluções de paradigmas jurídicos no âmbito da legislação privada (AZEVEDO, 2012, p. 3).

2.1 A igualdade formal nas relações de consumo do Estado Liberal

A concepção da modernidade esteve atrelada aos elementos centrais de racionalidade e universalidade, também se desenvolvendo mediante o processo de potencialização dos meios tecnológicos com vistas ao aperfeiçoamento do conhecimento científico. Para ilustrar o raciocínio, cumpre lembrar que o pensamento moderno se desenvolveu, sem prejuízo de outros elementos, sob o signo da busca pela efetiva emancipação individual. Notadamente, predominava a visão de que a modernidade delegava ao Estado a pretensão de harmonizar a tutela do indivíduo em cotejo com a dinâmica de consumo industrial: segundo a concepção moderna, o individualismo estava intrinsecamente associado à valorização do consumo industrial. Nesse sentido, Berman (1999, p. 28) aponta que a modernidade é constituída por suas máquinas, das quais homens e mulheres não passam de reproduções mecânicas. O ideal de modernidade marcado pelo primado do individualismo, inicialmente representado pelas feições do Estado Liberal, projetava-se na estrutura jurídica por meio da rígida dicotomia entre Direito Público e Direito Privado cunhada na expressão de *era da ordem*, na qual se podia desenvolver uma dogmática baseada em ambas as esferas independentes por meio de fontes autônomas e únicas: Constituição e Código Civil/Comercial (LORENZETTI, 2010, p. 39).

Como resultado, o direito aplicado às relações privadas estava sistematizado em sua totalidade no bojo de codificações específicas - Códigos Civil (BRASIL, 2002) e (Comercial BRASIL, 2012) - de forma a regulamentar o ingresso dos particulares na ordem jurídica por meio de um conceito abstrato de indivíduo, isto é, um conceito genérico pautado na pretensa igualdade formal, desconsiderando as peculiaridades e as diferenças de grupos sociais. Uma vez que as diretrizes do Estado Liberal concorriam para a ampla manifestação de liberdade individual, com o mínimo intervencionismo do Estado, a instituição de ordem jurídica privada proclamou-se sob o paradigma de igualdade. Por isso, os códigos desse período representam a preeminência do individual sobre o coletivo, ressaltando valores como a propriedade e a ampla autonomia da vontade: o referencial adotado no modelo liberal era a propriedade como núcleo do sistema jurídico-social, e, por consequência, a ideia de que todos os indivíduos estavam em mesma situação econômica que a classe burguesa.

Assim é que na seara contratual as relações de consumo regiam-se pelo primado do voluntarismo, ou seja, a autonomia da vontade das partes negociais imperava nos moldes de contratação, ao partir da premissa de que todos os indivíduos, submetidos

a uma única ordem jurídica, e assim teoricamente com as mesmas condições de acumulação de riquezas, desfrutavam de igualdade formal. Por isso a possibilidade de intervenção do Poder Judiciário em tais avenças limitava-se aos aspectos meramente formais do negócio jurídico, sem adentrar ao mérito de equilíbrio e conteúdo das relações estabelecidas. Notadamente, a ausência de normas de ordem pública para limitar o alcance das estipulações negociais redundou em vários quadros de abusos de poder, desequilíbrios negociais e crises econômicas. Apesar da multiplicidade de grupos sociais, a ordem jurídica privada instituída não reconhecia o indivíduo em suas categorias e/ou diversidades, uma vez que o paradigma da igualdade formal concebia o indivíduo em sua unicidade de liberdade/igualdade jurídica.

Por isso, a codificação privada não cuidou de oferecer mecanismos para promoção do equilíbrio negocial, tampouco justiça social para os indivíduos reciprocamente considerados em suas peculiaridades: desconsiderou-se o fato de que a igualdade formal somente será coerente se antes a desigualdade econômica for compensada pelo Estado por meio de mecanismos de proteção aos desfavorecidos. Ignorou-se que a igualdade formal somente se efetivaria de forma justa num cenário de igualdade econômica e social – o que somente se verificava entre os membros da classe burguesa (ROSA, 2010, p. 27). Para a cultura de consumo da sociedade liberal, lícito era o exercício de posições jurídicas arbitrárias e abusivas da parte negocial mais forte nas relações privadas, o que se afirmava diante da inexistência de tutelas protetivas dos grupos sociais que se caracterizavam pelo maior grau de suscetibilidade e de exposição para o trato negocial. Como consequência, a experiência mostrou que a liberdade contratual, pautada nos liames do voluntarismo, favoreceu o exercício de posições jurídicas arbitrárias e abusivas daqueles que detinham poder econômico e monopólio da produção em desfavor da massa marginalizada que, ávida pelo consumo de subsistência, via-se obrigada à contratação em condições desfavoráveis. Esclarece Fonseca apud Nobre Júnior:

A concentração de empresas levou-as a tal poderio de produção que passaram a efetuar uma produção em massa. Mas essa produção em massa não poderia jamais ser dirigida a pessoas individualizadas. Era preciso, através de um trabalho de *marketing*, levar o consumidor que fora tido por Smith como um rei, a aceitar maciçamente a massa de produtos que lhe eram oferecidos. Para impedir a discussão quanto aos pormenores do produto (qualidade, quantidade, especificidade, preço, etc.), criou-se o contrato de massa, ao qual o consumidor era levado a simplesmente aderir. (apud NOBRE JÚNIOR, 2009, p. 278).

Todavia, a falácia do progresso proclamado pela modernidade alçou diversos grupos sociais à realidade da desigualdade social, da crise econômica e da liberdade universal meramente simbólica, realidade em que a Revolução Industrial impunha às classes menos abastadas e consequência de um regime quase escravista nas fábricas e uma polarização radical da concentração de riquezas: quem dispunha dos meios de produção explorava desumanamente quem não os tinham. Nesse contexto, a ausência de instrumentos de tutela dos interesses de grupos heterogêneos, apoiada em aparatos jurídicos permissivos e simbólicos de liberalismo econômico, possibilitou a transição para uma segunda etapa de modelo estatal: o Estado Social de Direito, com a promessa de efetivação de igualdade substancial nas relações privadas e garantia dos direitos de participação política ao cidadão ativo, os quais o possibilitariam participar do processo democrático de formação de opinião e vontade, e os direitos sociais de participação garantem aos cidadãos uma renda mínima e a seguridade social (SOARES, 2001, p. 291-292).

2.2 O Estado Social de Direito e a igualdade substancial

No século XX, o Estado Social de Direito partiu em busca de uma igualdade substancial, capaz de corrigir as desigualdades do liberalismo. De simples garantidor, o Estado passou a intervir na economia provando o fenômeno conhecido por dirigismo estatal (PINHEIRO; DETROZ, 2012, p. 132). Passou-se então a se considerar como iguais não só os burgueses entre si, mas também estes e os trabalhadores. Conforme bem aponta Comparato:

O reconhecimento dos Direitos Humanos de caráter econômico e social foi o principal benefício que a humanidade recolheu do movimento socialista, iniciado na primeira metade do século XIX. O titular desses direitos, com efeito, não é o ser humano abstrato, com o qual o capitalismo sempre conviveu maravilhosamente; é o conjunto dos grupos sociais esmagados pela miséria, a doença, a fome e a marginalização. Os socialistas perceberam, desde logo, que esses flagelos sociais não eram cataclismos da natureza nem efeitos necessários da organização racional das atividades econômicas, mas sim verdadeiros dejetos do sistema capitalista de produção, cuja lógica consiste em atribuir aos bens de capital um valor muito superior ao das pessoas. (2004, p. 52-53).

Estabelecido o paradigma da igualdade material por meio da limitação da vontade das partes pela política estatal de dirigismo contratual, o contrato como principal instrumento jurídico de regulação das relações de consumo passou a

recepção de normas de ordem pública, incluídas com escopo de recomposição de equilíbrio negocial e justiça social. Paralelamente, assistia-se ao início do fenômeno da descodificação, ou seja, a criação de legislações esparsas e extravagantes para tutela jurídica adequada de grupos heterogêneos, retirando a primazia de uma codificação privada unitária. Logo, começa a surgir o reconhecimento do indivíduo em sua diversidade e a consequente necessidade de sistemas de proteção diferenciada aos desfavorecidos e mais fracos para a efetivação do aclamado paradigma de igualdade substancial: inicia-se um processo de reconhecimento de categorias jurídicas diferenciadas e a implementação de políticas públicas equitativas, dentre as quais as voltadas para o âmbito das relações de consumo, indicando nova conformação do Direito Privado a qual se delineará mais nitidamente no contexto da pós-modernidade.

Com o advento da proposta de se estender ao proletariado a proteção à dignidade humana, o Estado deixou de ser omissivo e passou a ser intervencionista, agindo como regulador das relações particulares e do mercado produtor, buscando um equilíbrio entre o controle da economia e a proteção às classes mais necessitadas. É o *Welfare State*, o *Estado-providência*, que romperia com o absentismo do Estado Liberal tal qual se deu na Alemanha com a Constituição de Weimar, cujo art. 151 foi enfático nesse sentido: “*Die Ordnung des Wirtschaftslebens muß den Grundsätzen der Gerechtigkeit mit dem Ziele der Gewährleistung eines menschenwürdigen Daseins für alle entsprechen*”¹.

Diante disso, o intervencionismo estatal fez com que o Direito Privado fosse permeado por elementos de Direito Público, e os preceitos constitucionais passassem a reger e influenciar as relações jurídicas privadas, posto o *laissez-faire* não mais ser o referencial numa sociedade que passou a exigir a proteção estatal de seus direitos. Na sua política de bem-estar social, o Estado Social objetivava o nivelamento da sociedade por meio da facilitação de condições materiais para a emancipação do indivíduo e a redução das desigualdades sociais pela intervenção no domínio econômico, pela manutenção da livre iniciativa e da livre concorrência e pela compensação das desigualdades sociais mediante a prestação estatal de serviços e a concessão de direitos sociais. Entretanto, o Estado Social acabou por se contradizer em relação à proposta inicial: ao prover condições materiais iguais a todos no intuito de reduzir as desigualdades sociais, buscou os respectivos recursos

1 “A economia deve ser organizada baseada nos princípios de justiça, com o objetivo de promover a vida e a dignidade de todos” (ALEMANHA, 1919; tradução nossa).

por intermédio da abusiva e excessiva cobrança de tributos das classes mais abastadas sem nenhuma contrapartida, bem como concedia às classes mais pobres os mais variados direitos e os privilégios sem nenhum ônus, ou seja, para garantir liberdade a uns usava-se extrema coerção confiscatória contra outros, tendo-se por inexorável consequência a falência do programa de práticas assistencialistas – eis que para tal mister era necessária excessiva burocratização do aparelho estatal e elevados dispêndios para manutenção do bem-estar social. Reduzido a um ente de caráter meramente assistencialista, o Estado Social e seu *establishment* revelaram-se um erro. A sociedade então clama por um novo modelo estatal, que priorize o ser humano em vez do patrimônio. A modernidade então dá lugar à pós-modernidade, conforme explica Alves:

A tendência veloz rompe com a modernidade, implode o direito posto e inaugura a era da pós-modernidade, com valores e referenciais inteiramente novos, quebrando-se os paradigmas do ordenamento jurídico. Dentro da visão da pós-modernidade, procura-se estabelecer novos valores, novos princípios e o direito dos iguais e dos fraternos. O Direito Civil passa a sofrer uma profunda influência do Direito Público. Afinal, a sedimentação dos direitos fundamentais e a questão da liberdade individual, com o surgimento de novas e diferentes necessidades, transformadas em direitos individuais, passam a ser a pedra de toque do direcionamento político. Abre-se um campo profícuo para a valorização da transparência, da verdade, da sinceridade, com ênfase aos laços fraternos. Abandona-se a igualdade formal da Revolução Francesa, a igualdade substancial que marcou o final da era da modernidade, porque o importante não é a igualdade, e sim a equidade. (2004).

Nesse mister, também a sociedade de consumo reformula-se por ocasião da pós-modernidade.

2.3 A formação da sociedade de consumo pós-moderna e o paradigma da diferença

A pós-modernidade insurgiu como resposta à insuficiência protagonizada pelos ideais da modernidade, representando o desencantamento em relação à política e aos valores de racionalidade burocratizada. O patrimonialismo da modernidade cedeu lugar ao antropocentrismo: substituiu-se o *ter* pelo *ser*, provocando assim a diversificação de elementos e efeitos da relação jurídica na medida em que esta influenciou até mesmo o estilo de vida do indivíduo. O sistema normativo passou a gravitar em torno do ser humano em si considerado, adequando-se suas regras,

princípios e até mesmo a hermenêutica. Mendes bem aduz:

Dessa forma, os direitos subjetivos ao respeito, à promoção e à proteção, seja na esfera entre particulares ou envolvendo o Estado, advêm da dignidade humana, enquanto princípio fundamental, sendo que também da dignidade decorre o dever geral do direito, anunciado por Miguel Martínez, devendo ser respeitada por todos os membros de uma determinada sociedade, sendo inclusive uma obrigação de cada um para consigo mesmo. (2008).

Na pós-modernidade, o sistema jurídico novamente se propõe a rearranjos normativos para adequar-se a uma nova ordem social que insurgia em aspectos políticos, econômicos e sociais. Não sem motivo, a relação estabelecida entre pós-modernidade e matriz jurídica pode ser vertida pela expressão *era da desordem*, especialmente em razão da dissolução de limites herméticos e estanques entre Direito Público e Direito Privado, resultando na aproximação dos domínios jurídicos. Conforme Eagleton, a pós-modernidade consubstanciou-se em:

[...] uma linha de pensamento que questiona as noções clássicas de verdade, razão, identidade e objetividade, a ideia de progresso ou emancipação universal, os sistemas únicos, as grandes narrativas ou os fundamentos definitivos de explicação. Contrariando essas normas do Iluminismo, vê o mundo como contingente, gratuito, diverso, instável, imprevisível, um conjunto de culturas ou interpretações desunificadas gerando um certo grau de ceticismo em relação à objetividade da verdade, da história e das normas, em relação às idiossincrasias e à coerência de identidades. (1998, p. 7).

Consequentemente, a dinâmica da sociedade de consumo pós-moderna impõe uma certa resistência à busca pela igualdade na medida em que se exacerba o caráter econômico do fornecedor e a busca pelo supérfluo pelo consumidor, no que Azevedo (2012, p. 6) aponta quatro elementos caracterizadores do período: “[...] a) a sociedade é massificada; b) é sociedade moral e juridicamente pluralista; c) é sociedade de informação; e d) é sociedade globalizada”. Nesse mister, Bauman bem obtempera:

A sociedade de consumidores é um tipo de sociedade que [...] *interpela* seus membros (ou seja, dirige-se a eles, os saúda, apela a eles, questiona-os, mas também os interrompe e *irrompe sobre* eles) basicamente na condição de consumidores. Ao fazê-lo, a *sociedade* (ou quaisquer agências humanas dotadas de instrumentos de coerção e meios de persuasão ocultos por trás desse conceito ou imagem) espera ser ouvida, entendida e obedecida. Ela avalia – recompensa e penaliza – seus membros segundo a prontidão e adequação da resposta deles à interpelação. Como resultado, os lugares obtidos ou alocados no eixo da excelência/inépcia do desempenho

consumista se transformam no principal fator de estratificação e no maior critério de inclusão e exclusão, assim como orientam a distribuição do apreço e do estigma sociais, e também de fatias da atenção do público. A *sociedade de consumidores* [...] representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. (2008, p. 70, grifos do autor).

Essa mudança refletiu-se também na sociedade de consumo, cujo desenvolvimento acelerado fora influenciado nas últimas décadas ao franco processo de substituição/ inovação de técnicas de produção, comercialização e publicidade: fabricam-se produtos não para durarem, mas para serem adquiridos como uma confirmação do *status* social do indivíduo e fator de aceitação na sociedade em que se insere. Como consequência, na sociedade de consumo a insatisfação é permanente, e isso se dá pela depreciação e pela desvalorização dos produtos de consumo logo após serem realizados conforme desejo do consumidor: a liquefação da dignidade humana se faz a partir de uma série de valores desfeitos, dado que, conforme Bauman:

na hierarquia herdada dos valores reconhecidos, a síndrome consumista degradou a duração e promoveu a transitoriedade. Colocou o valor da novidade acima do valor da permanência. (2009, p. 109).

Assim, a sociedade de consumo abandonou a mera busca pelo essencial à sobrevivência e passou a adotar um comportamento em que procura a satisfação dos desejos e a inclusão em determinada classe social por meio da ostentação do produto ou serviço adquirido. Tal situação é potencializada pela expansão dos meios de comunicação, fato que gerou por consequência a maior facilidade de oferta de produtos e serviços ao consumidor, muitos dos quais inteiramente supérfluos ao ser humano, mas que o consumidor adquire para atingir sua felicidade por meio da aceitação do grupo social em que pretende ingressar ou permanecer. Conforme bem explica Bauman:

A vocação consumista se baseia, em última instância, nos desempenhos individuais. Os serviços oferecidos pelo mercado que podem ser necessários para permitir que os desempenhos individuais tenham curso com fluidez também se destinam a ser a preocupação do consumidor individual: uma tarefa que deve ser empreendida individualmente e resolvida com a ajuda de habilidades e padrões de ação de consumo individualmente obtidos. Bombardeados de todos os lados com sugestões de que precisam

se equipar com um ou outro produto fornecido pelas lojas se quiserem ter a capacidade de alcançar e manter a posição social que desejam, desempenhar suas obrigações sociais e proteger a auto-estima – assim como serem vistos e reconhecidos por fazerem tudo isso –, consumidores de ambos os sexos, todas as idades e posições sociais irão sentir-se inadequados, deficientes e abaixo do padrão a não ser que respondam com prontidão a esses apelos. (2008, p. 74).

Denota-se então o objetivo primordial do consumidor pós-moderno: para ser aceito, respeitado e fazer parte de determinado grupo social, adquirirá produtos e serviços que esse grupo repute ideais, pouco importando se o objeto adquirido será nocivo ou não, supérfluo ou não. E isso é fartamente explorado pela propaganda em massa feita pelo fornecedor, induzindo o consumidor a sentir necessidade de adquirir determinado produto ou serviço porque somente os melhores membros da sociedade assim o fazem, gerando-se assim uma permanente insatisfação logo após a aquisição do produto de consumo. Bauman bem obtempera que

na hierarquia herdada dos valores reconhecidos, a síndrome consumista degradou a duração e promoveu a transitoriedade. Colocou o valor da novidade acima do valor da permanência. (2009, p. 109).

Some-se a isso o fato de que, no contexto da pós-modernidade, as relações de consumo são fomentadas pelo predomínio de atividades econômicas eminentemente internacionais. A tônica do processo de globalização e mundialização de padrões de cultura e consumo, intensificados nesse período, são manifestas em um novo formato: o globalismo localizado. As práticas de globalismo localizado são inicialmente travadas em âmbito de relações privadas, mas seus reflexos suplantam liames individuais e afetam interesses institucionais na sociedade líquida. Santos ressalta a respeito:

À segunda forma de globalização chamo globalismo localizado. Consiste no impacto específico nas condições locais produzido pelas práticas e imperativos transnacionais que decorrem dos localismos globalizados. Para responder a esses imperativos transnacionais são desintegradas, desestruturadas e, eventualmente, reestruturadas sob a forma de inclusão subalterna. Tais globalismos localizados incluem: a eliminação do comércio de proximidade; criação de enclaves do comércio livre ou zonas fracas; deflorestação e destruição maciça dos recursos naturais para pagamento da dívida externa; uso turístico de tesouros históricos, [...] *dumping* ecológico (*compra* pelos países do Terceiro Mundo de lixos tóxicos produzidos nos países capitalistas centrais para gerar divisas externas) [...]

etnização do local de trabalho (desvalorização do salário pelo fato de os trabalhadores serem considerados um grupo étnico considerado *inferior* ou *menos exigente*. (2002, p. 66, grifos do autor).

É notável, pois, que a sociedade de consumo pós-moderna esteja marcada por situações de insegurança e diferenças jurídicas, as quais penetram profundamente no âmbito de relações eminentemente consumeristas, clamando por mecanismos tutelares com força imperativa para regular os assuntos sensíveis ao interesse público, ainda que travados no âmbito de relações interprivadas. Esse é o contexto que fomentou a necessidade de criação de um sistema de proteção ao consumidor, numa concretização da tutela das *diferenças* que marcam categorias jurídicas facilmente aviltadas pela lógica mercadológica de consumo e produção. A configuração de uma ordem de consumo mundial e padronizada fortalecida pelo ingresso de atores internacionais e regulações jurídicas autônomas alavancou a dicotomia existente entre as duas categorias que participam da lógica de consumo, compostas por agentes monopolizadores do processo de produção (fornecedor) e massa consumidora (consumidor). A dicotomia implica reconhecer o predomínio dos interesses daqueles que detêm controle sobre o poder econômico e a cadeia produtiva em contraponto à fragilidade e à subserviência daqueles que necessitam consumir e, na maioria das vezes, estão em condições econômicas e técnicas inferiores.

Diante da constatação de diferenças substanciais entre os entes da relação de consumo, a concretização do princípio da dignidade humana e da igualdade se mostrou possível mediante a correção das assimetrias provocadas pela nova ordem econômica. Por isso, a idealização de um microssistema de proteção da relações de consumo – implementada pelo Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990a), representa o escopo de solidariedade social e igualdade jurídica substancial em contraponto à inferioridade em que se encontra o consumidor frente ao fornecedor na relação de consumo; em outras palavras, em contrapartida à vulnerabilidade do consumidor.

3 A hipervulnerabilidade como expressão do paradigma jurídico das diferenças na sociedade de consumo pós-moderna

A edição do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990a) representa a concretização do mandamento constitucional que fixou diretrizes para a tratativa diferenciada da categoria jurídica dos consumidores, conforme exegese do art. 5º, XXXII, e o art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – ADCT da

Constituição Federal (BRASIL, 1988), contribuindo para classificação do Direito Privado sob tríplice perspectiva: Direito Civil, Comercial e de proteção ao consumidor (MARQUES, 2004, p. 38). Com efeito, o microsistema de tutela do consumidor possui como eixo central de sua normatização o princípio de vulnerabilidade presumida de todos aqueles se enquadram como consumidores, notadamente porque tal presunção decorre de imperativo disposto no inciso I do art. 4º do Diploma Consumerista no qual se lê que:

A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I – *reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo* [...]. (BRASIL, 1990a, grifo nosso).

Nesse sentido é o entendimento de Filomeno:

No âmbito da tutela especial do consumidor, efetivamente, é ele sem dúvida a parte mais fraca, vulnerável, se se tiver em conta que os detentores dos meios de produção é que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro. (2011, p. 73-74).

Assim, no âmbito do Direito Privado, o conceito de vulnerabilidade é empregado para descrever as condições de inferioridade contratual, determinadas pelas características específicas do consumidor. Nesse mister, o que se pretende tutelar pelo novo conceito de vulnerabilidade é bem descrito nas palavras de Barboza, para a qual:

Todos os humanos são, por natureza, vulneráveis, visto que todos os seres humanos são passíveis de serem feridos, atingidos em seu complexo psicofísico. Mas nem todos serão atingidos do mesmo modo, ainda que se encontrem em situações idênticas, em razão de circunstâncias pessoais, que agravam o estado de suscetibilidade que lhe é inerente. Embora em princípios iguais, os humanos se revelam diferentes no que respeita à vulnerabilidade. (2009, p. 107).

Representa a influência direta da ordem constitucional sob o Direito Privado a presunção de vulnerabilidade do consumidor capitaneada pelo Código de Defesa do Consumidor – CDC, pois a exegese dos princípios da dignidade da pessoa humana e da solidariedade social resultam na percepção de que a igualdade jurídica é relativizada na relação de consumo, diante de fatores circunstanciais daqueles

que não são fornecedores. Por isso, necessárias são as prerrogativas e as tutelas diferenciadas para se atingir a igualdade. Logo, o conceito de vulnerabilidade no Código de Defesa do Consumidor, segundo Moraes:

decorre diretamente do princípio da igualdade, com vistas ao estabelecimento da liberdade, considerando [...] que somente pode ser reconhecido igual alguém que não está subjugado por outrem. (2009, p. 125).

Em síntese, a adoção do princípio da vulnerabilidade como eixo central de regulação das relações consumeristas representa a concretização do princípio da igualdade para os consumidores, no sentido de uniformizar o tratamento jurídico a todos aqueles que se enquadrem nessa condição. E, por outro lado, também é capaz de proporcionar o tratamento desigual entre fornecedor e consumidores, visto que ocupam posições jurídicas diferenciadas. Ressalte-se que o conceito de vulnerabilidade não é estanque: por força das transformações sociais, está sujeito à expansão de seu alcance diante dos variados graus de exposição que podem ser verificados dentro da própria categoria jurídica de consumidor, e não somente em relação ao fornecedor. Assim é que, se em um primeiro momento a tutela concebida unicamente em torno do eixo central de *vulnerabilidade do consumidor* mostrou-se efetiva, o conceito de *vulnerabilidade* veio a se revelar insuficiente para a defesa adequada de algumas parcelas de consumidores.

Isso se deu porque a acentuação das *diferenças* do indivíduo contemporâneo apresenta um novo desafio para a efetiva proteção de categorias jurídicas, com reflexos para a sociedade de consumo, como exemplo a questão das categorias jurídicas das crianças, dos idosos, das pessoas com deficiência, dos portadores de enfermidades específicas, dos analfabetos, dentre outras, em que o respectivo enquadramento como consumidores reclama uma tutela mais diferenciada ainda que a dedicada ao consumidor padrão – o denominado consumidor *standard*. O reconhecimento de diferenças potencializadas dentro da própria categoria jurídica de consumidor indica que o princípio da vulnerabilidade pode não ser efetivo para alçar igualdade e dignidade para todos os consumidores em suas respectivas diferenças. Em outras palavras, à vulnerabilidade é necessário acrescerem-se distinções de graus de exposição e risco jurídico, e, conseqüentemente, oferecerem-se tutelas qualitativas diferenciadas. Nessa esteira, Nishiyama e Densa apontam que:

É preciso tratar de modo desigual não apenas os consumidores em geral nas suas relações com os fornecedores, mas também os consumidores entre si, a partir da identificação de diferenças entre grupos vulneráveis e

hipervulneráveis, sendo que estes necessitam de uma proteção qualificada pelas normas do CDC [...]. (2011).

Com efeito, fatores tais quais idade avançada ou reduzida, situação de enfermidade e outros mais que importem fragilização e vulnerabilidade do consumidor em nível maior que o comum na exposição ao produto ou serviço oferecido pelo fornecedor ocasionam um grau intensificado de inferioridade na relação de consumo e, assim, configuram um tipo de vulnerabilidade mais grave, ao que se convencionou chamar *hipervulnerabilidade*. Para parte da doutrina, as situações de hipervulnerabilidade somente são identificáveis diante de expressa previsão constitucional, que reconheceu categorias jurídicas diferenciadas, quais sejam: pessoas com deficiência, idosos e crianças e adolescentes. De outro lado, há entendimento abalizado no sentido de que o grau de hipervulnerabilidade pode se manifestar em pessoas e grupos não albergados no texto constitucional, mas que apresentem ostensivo agravamento de sua posição jurídica perante a sociedade de consumo. Nesse exemplo, fatores como: analfabetismo, condição social e saúde atuam como potencializadores da condição de vulnerabilidade.

Nesse mister, a eficiência dos meios de proteção ao consumidor depende não somente do esforço interpretativo para reconhecimento de um nível agravado de vulnerabilidade dentre os grupos de consumidores, mas também de tutelas jurídicas individualizadas e qualificadas para efetivação de igualdade jurídica e dignidade humana para os diferentes sujeitos de Direito. Isso implica dizer que se antes a proteção jurídica das relações de consumo era feita com centralidade nas disposições do Código de Defesa do Consumidor, no contexto de vulnerabilidade agravada, a defesa do consumidor dar-se-á por meio do diálogo de fontes entre CDC (BRASIL, 1990a) e Estatuto do Idoso (BRASIL, 2003), Estatuto da Criança e do Adolescente (BRASIL, 1990b), Estatuto das Pessoas com Deficiência (BRASIL, 2015) e demais legislações aplicáveis. A jurisprudência brasileira reconhece a condição de hipervulnerabilidade no âmbito das relações consumeristas, ressaltando-se, no presente trabalho, a título de exemplo, a figura do consumidor idoso, o qual se tornou alvo de práticas abusivas realizadas pelo fornecedor no âmbito da contratação de acesso ao crédito.

4 A hipervulnerabilidade do consumidor idoso

De acordo com pesquisas recentes, estima-se que o século XXI será marcado

sob o signo do envelhecimento populacional. Inclusive, é possível destacar que o fator de crescimento da senilidade brasileira é um dos mais significativos do mundo, o que impõe a imperativa necessidade de adoção de políticas públicas para garantia da dignidade e do bem-estar dessa categoria jurídica (MARQUES; MIRAGEM, 2014, p. 146). A senilidade provoca alterações biológicas, físicas, psíquicas e sociais no ser humano, situações que inevitavelmente alteram a condição existencial do indivíduo perante a sociedade. Nesse sentido, a perspectiva de um novo Direito Privado renovado pelos princípios consecutórios de dignidade da pessoa humana e solidariedade social reconhece a população idosa como categoria jurídica específica e merecedora de tutela existencial e patrimonial diferenciada em aspectos qualitativos e quantitativos, para a proteção do direito fundamental à vida.

É descrito na literatura por vários estudiosos, dentre os quais se destaca a autora Simone de Beauvoir o evidente processo de alteração de aspectos biológicos e psíquicos sofrido por força do envelhecimento que descreve a debilidade fisiológica e as transformações sofridas nesse período:

A massa de tecidos metabolicamente ativos diminui, enquanto aumenta a dos tecidos metabolicamente inertes: tecidos intersticiais e fibroesclerosados; eles são objetos de uma desidratação e de uma degeneração gordurosa. Há uma diminuição marcada da capacidade de regeneração celular. O progresso do tecido intersticial sobre os tecidos nobres é principalmente surpreendente no nível das glândulas e do sistema nervoso. Ele acarreta uma involução dos principais órgãos e um enfraquecimento de certas funções que não cessam de declinar até a morte. (apud Pinheiro e Detroz, 2012, p. 135-136).

É capaz de afetar não somente a vitalidade e a longevidade dos idosos a degeneração de funções físicas e biológicas, provocando também quadros de debilidade e afetação da capacidade de discernimento e raciocínio do homem médio, alçando o idoso à condição de maior suscetibilidade e vulnerabilidade em aspectos físicos, sociais e psíquicos. Nesse sentido, atividades usualmente classificadas como corriqueiras para o homem médio tornam-se mais penosas para o idoso, sobretudo no que se refere à capacidade de percepção apurada de atividades do trato civil, como exemplo a dificuldade de leitura associada à audição prejudicada e o raciocínio mais lento, típicas debilidades da fase senil; elas podem representar prejudicialidade ao idoso no ato de celebração de contrato para aquisição de um produto.

Frisa-se que a condição de vulnerabilidade agravada do idoso perante a sociedade revela-se como fator de exposição que abrange aspectos múltiplos e transversais: a degeneração dos tecidos corporais dificulta o exercício de atividades

corriqueiras, a capacidade de compreensão é reduzida e dificulta a realização de atos civis simples e, por fim, o idoso é retirado do contingente de mão de obra ativa, perdendo papéis sociais. Nesse sentido, Marques e Miragem afirmam que:

Entre os riscos que apontam a necessidade de se reconhecer a vulnerabilidade do idoso, tanto nas suas relações familiares quanto com a sociedade em geral, está o da sua marginalização, porquanto, não raro, retirar-se do mundo o trabalho, reduz e compromete a sua renda e capacidade física. (2014, p. 147).

É inegável que a população idosa constitui categoria jurídica abrangida pelo conceito de vulnerabilidade inserto no sistema jurídico pátrio. Entretanto, especialmente nas relações de consumo, a vulnerabilidade atribuída ao idoso adquire matizes potencializadas: a presunção de vulnerabilidade é agravada e/ou potencializada em razão dos efeitos provocados pela idade avançada, conforme bem preleciona Schmitt:

Será, contudo na seara contratual, que veremos exposta uma intensa vulnerabilidade do consumidor idoso perante o fornecedor, daí falarmos em *hipervulnerabilidade* como um paradigma a ser adotado na proteção do indivíduo mais fragilizado. (2009, p. 151, grifo do autor).

Nesse sentido, a classificação do consumidor idoso poderá ser feita por meio da exegese interpretativa do conceito amplo de consumidor e de idoso, previsto em fontes normativas autônomas – Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990a) e Estatuto do Idoso (BRASIL, 2003) –, dos quais se conclui que o consumidor idoso é toda pessoa com idade igual ou superior a 60 anos que utilize produto ou serviço na condição de destinatário final (GRAEFF, 2013). A proteção do idoso é consectária de mandamento constitucional, na expressão do art. 230, a respeito do qual Pinheiro e Detroz comentam:

[...] a família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas [...], resultando na edição de um microsistema próprio para proteção de tal categoria jurídica: o Estatuto do Idoso. A defesa do consumidor idoso deverá ser realizada mediante o diálogo do Código de Defesa do Consumidor e Estatuto do Idoso como uma verdadeira cláusula geral que vigora em todos os atos de consumo. (2012, p. 144).

Diante disso, o Estatuto do Idoso (BRASIL, 2003) enunciou diretrizes de tutela jurídica sob o paradigma da proteção integral, ou seja, o instrumento reconhece a vulnerabilidade do idoso em aspectos patrimoniais e existenciais.

Nas palavras de Martinez:

Os idosos, vítimas de desrespeito por parte dos que os cercam, têm na Lei nº 10.741/2003 um conjunto de medidas estatais para resguardá-los, providências de variada ordem que visam a resgatar-se o respeito e, principalmente, a viabilizar-lhe o exercício da cidadania. Por isso, são-lhes assegurados ou declarados novos significativos direitos. Toda a sociedade é convocada para reconhecer e a reaculturar-se, passando a tributar a reverência devida àqueles que fazem por merecer a consideração humana, familiar e social. (2005, p. 13).

Em outras palavras: não somente o patrimônio do idoso deve ser protegido, mas sobretudo as condições de manutenção de bem-estar, inclusão social e dignidade humana devem ser efetivadas. A vulnerabilidade agravada do idoso é manifesta no âmbito de contratações que são ordinariamente celebradas por consumidores de vulnerabilidade apenas presumida. O público idoso revela-se como alvo potencial de propagandas e práticas comerciais abusivas que se aproveitam da reduzida capacidade de discernimento do idoso para impor a contratação de serviços. Um dos exemplos mais paradigmáticos é a celebração de contratos de empréstimos consignados entre instituições financeiras e consumidores idosos, pois a lógica da sociedade de consumo visualizou lucros certos com tal contratação eis que via de regra idosos possuem rendimentos mensais fixos, sendo por isso a contratação mais segura.

Diante de tal premissa, as instituições financeiras idealizaram toda sorte de facilidades para acesso à contratação de empréstimo consignado por parte do consumidor idoso, que, muitas das vezes, visando a atender às necessidades dos próprios familiares, cede às investidas e ofertas das instituições financeiras. Como resultado da expansão da oferta de crédito, muitos consumidores idosos, tentados pelas ofertas publicitárias insistentes, contratam empréstimos financeiros sem o devido planejamento econômico necessário, o que resulta em vários quadros de superendividamento. Essa estratégia de captação é intensificada ao se levar em conta o fato de que expressiva parcela das famílias brasileiras é sustentada pelo idoso, o qual ao ter facilitado o acesso ao crédito viu ali uma solução a curto prazo para o custeio das necessidades familiares sem no entanto observar a médio e longo prazo as dificuldades advindas do superendividamento. Conforme comenta Sasse:

Adotado no final de 2003, no governo Lula, inicialmente apenas para os que estivessem na ativa, o consignado – que autoriza o desconto na folha de pagamento – foi estendido aos aposentados e pensionistas no ano seguinte, com a dedução direta no valor dos benefícios. A facilidade foi comemorada pelos beneficiários da Previdência. Na época, a Pesquisa

Nacional por Amostra de Domicílio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostrava que 40% das famílias eram sustentadas por idosos, a maioria com proventos de até dois salários mínimos. Porém, com o acesso ao crédito, vieram os abusos, o assédio das instituições financeiras e as fraudes. (2013).

Ainda quanto a tais dados fornecidos pelo IBGE, Sasse obtempera que

as pesquisas mostram que os idosos brasileiros estão despreparados para lidar com a oferta do crédito fácil, têm baixa escolaridade, são assediados não só pelas instituições bancárias, mas também pelos familiares. (2013).

Assim é que as estratégias de oferta de empréstimo consignado aproveitam-se, na maioria das vezes, da vulnerabilidade agravada do público idoso, que, com reduzida capacidade de discernimento e planejamento financeiro, depara-se com cláusulas contratuais de difícil compreensão para a realidade que conhecem. Por isso, tais contratações podem revelar-se como abusivas ao se utilizarem das características de inferioridade técnica, cultural, debilidade psíquica e baixa capacidade de discernimento do idoso. Nesse mister, Pinheiro e Detroz aludem a respeito:

A situação abusiva foi alvo de Ação Civil Pública proposta pela Defensoria Pública do Distrito Federal contra o Banco do Bradesco S. A., em que se suscitou que: É que, como cediço, o principal destinatário do crédito consignado é o consumidor idoso, *in casu*, os aposentados e pensionistas do INSS, os quais, por notório, dada à, no mais das vezes, sua fragilidade na estrutura social aliada à sua idade, mostram-se mais suscetíveis de serem vulneráveis a procedimentos agressivos de *marketing* combinado a facilitação de acesso ao crédito [...] Tal fato potencializa-se com as frequentes, e, repito – para o público alvo. (2012, p. 147-148).

É notório que a adoção do critério de hipervulnerabilidade do consumidor idoso é amplamente acolhida pela doutrina e pela jurisprudência brasileira com a perspectiva de efetivação dos direitos fundamentais reconhecidos ao idoso. A nova proposta de tutela jurídica importa em resguardar os aspectos patrimoniais e existenciais do idoso como garantia a dignidade da pessoa humana. Como resposta jurídica aos crescentes quadros de superendividamento do consumidor idoso, situação estreitamente relacionada à condição de vulnerabilidade potencializada que essa categoria ostenta, cita-se o Projeto de Lei do Senado nº 283 de 2012 (BRASIL, 2012), que prevê a alteração do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990a), para disciplinar a sistemática de oferta de crédito ao consumidor bem como a prevenção do superendividamento, com expressa menção aos direitos

do consumidor idoso. O aludido Projeto de Lei que disciplina a oferta de crédito, publicitária ou não, considera a hipervulnerabilidade do idoso no inciso IV do § 4º do art. 54-B ao preconizar que:

§ 4º É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não: [...] IV – ocultar por qualquer forma, os ônus e riscos da contratação de crédito, dificultar sua compreensão ou estimular o endividamento do consumidor, em especial se idoso ou adolescente. (BRASIL, 2012).

Ademais, a tutela consumerista qualificada pelo critério de vulnerabilidade potencializada do idoso também se mostra presente no art. 39, inciso IV do CDC com o reconhecimento da prática abusiva denominada de *assédio ao consumidor*, ao dispor ser vedado ao fornecedor de produtos ou serviços que envolvam crédito:

IV – assediar ou pressionar o consumidor, principalmente se idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada, para contratar fornecimento de produto, serviço ou crédito, em especial à distância, por meio eletrônico ou por telefone, ou se envolver prêmio. (BRASIL, 1990a).

É patente, pois, o reconhecimento da vulnerabilidade agravada do consumidor idoso como elemento de tutela jurídica diferenciada nas relações de consumo, especialmente para a contratação de crédito, o que demonstra respeito à dignidade da pessoa humana em sua amplitude e a busca de igualdade substancial sob a égide de uma sociedade de consumo que se caracteriza pelas *diferenças*.

5 Conclusão

O contexto de consolidação dos instrumentos jurídicos destinado à regulamentação da figura jurídica do consumidor é caracterizado especialmente no bojo de uma sociedade pós-moderna: o arranjo de fatores como o pluralismo jurídico, o influxo globalizatório e o alto nível informacional da sociedade – característica da sociedade contemporânea –, contribuiu para o desenvolvimento de assimetrias jurídicas entre consumidor e fornecedor. Logo, sob a premissa central de reconhecimento de presumida vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo, é consolidado o sistema protetivo de consumo brasileiro, denominado Código de Defesa do Consumidor. Entretanto, conforme se observou o conceito de vulnerabilidade que marcou a primeira fase de consolidação desse Código, mostrou-se insuficiente diante de uma análise aprofundada de condições que

potencializam a situação de vulnerabilidade jurídica dentro do próprio conceito de consumidor, caracterizando a hipervulnerabilidade. Para isso, demonstrou-se o reconhecimento constitucional de categorias jurídicas diversas representativas do agravo de exposição a riscos jurídicos, tais como idosos, crianças e adolescentes e pessoas com deficiência, e se concluiu a necessidade de se implementarem políticas públicas de tutelas jurídicas diferenciadas para esses grupos.

Volvendo à sociedade de consumo contemporânea, constatou-se que a situação de hipervulnerabilidade mais corriqueira sob a égide do Código de Defesa do Consumidor é a da categoria jurídica dos idosos, os quais notoriamente são mais suscetíveis às agressivas e sedutoras propagandas e ofertas do mercado, fato exemplificado pelas pesquisas que demonstraram o nível de superendividamento do público idoso em decorrência de aquisição de crédito consignado, dentre outros motivos o sustento da família. Nesse mister, conforme apresentado, fazem-se mister propostas mais incisivas de intervenção equilibradora das situações de vulnerabilidade agravada sofridas pelo consumidor idoso, tal qual vem ocorrendo com a regulamentação da oferta de crédito consignado, sobre o qual o aludido Projeto de Lei do Senado atua no sentido de prever a figura do assédio ao consumidor idoso e acrescentar no CDC mecanismos de coibição de tal prática abusiva e expedientes de proteção do idoso.

6 Referências

ALEMANHA. Constituição (1919). **Constituição de Weimar**. Weimar, 1919. Disponível em: <<http://www.documentarchiv.de/wr/wrv.html>>. Acesso em: 23 mar. 2016.

ALVES, Eliana Calmon. Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil: temas limítrofes. **Biblioteca Digital Jurídica do STJ (BDJUR-STJ)**, 15 jun. 2004. Disponível em: <http://bdjur.stj.jus.br/jspui/bitstream/2011/166/C%C3%B3digo_Defesa_Consumidor.pdf>. Acesso em: 1ª jun. 2016.

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. **Anais do I Seminário Internacional Imagens da Justiça, Currículo e Educação Jurídica**. 2012. Disponível em: <<http://imagensdajustica.ufpel.edu.br/anais/trabalhos/GT%207/GT%207%20-%20AZEVEDO,%20Fernando%20Costa%20de.pdf>>. Acesso em: 24 jan. 2016.

BARBOZA, Heloísa Helena. Vulnerabilidade e cuidado: aspectos jurídicos. In: PEREIRA, T. S.; OLIVEIRA, G. (Coord.). **Cuidado e vulnerabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

_____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: a aventura da modernidade. Tradução Carlos Felipe Moisés e Ana Maria L. Ioriatti. São Paulo: Companhia de Bolso, 1999.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1988. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 21 dez. 2016.

_____. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990b. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm>. Acesso em: 15 jun. 2016.

_____. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990a. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 15 jun. 2016.

_____. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2002. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>. Acesso em: 21 dez. 2016.

_____. Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/2003/L10.741.htm>. Acesso em: 30 dez. 2016.

_____. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. **Diário Oficial da União**. Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/Lei/L13146.htm>. Acesso em: 30 dez. 2016.

_____. **Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012**. Disponível em:<<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106773>>. Acesso em: 23 set. 2016.

COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos Direitos Humanos**. 3. ed. rev. e ampl. 2. tir. São Paulo: Saraiva, 2004.

GRAEFF, Bibiana. Direitos do consumidor idoso no Brasil. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, 2013, v. 22, nº 86, p. 65-74.

EAGLETON, Terry. **As ilusões do pós-modernismo**. Tradução Elisabeth Barbosa. São Paulo: Zahar, 1998.

FILOMENO, José Geraldo de Brito. **Código brasileiro de defesa do consumidor** – comentado pelos autores do anteprojeto. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Teoria da decisão judicial**: fundamentos do Direito. Tradução Bruno Miragem e Cláudia Lima Marques. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. Superação das antinomias pelo diálogo das fontes: o modelo brasileiro de coexistência entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, v. 51, jul./set. 2004, p. 34-67.

_____; MIRAGEM, Bruno. **O novo Direito Privado e a proteção dos vulneráveis**. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

MARTINEZ, Wladimir Novaes. **Comentários ao Estatuto do Idoso**. 2. ed. São Paulo: LTr, 2005.

MENDES, Eunice de Alencar. Dignidade da pessoa humana: atuação na ordem jurídico-constitucional brasileira e sua irradiação nas relações entre particulares. **BDJur**. Brasília, 19 nov. 2008. Disponível em: <<http://bdjur.stj.jus.br/dspace/handle/2011/18093>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Código de Defesa do Consumidor**: o princípio da vulnerabilidade. 3.ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru; DENSA, Roberta. A proteção dos consumidores hipervulneráveis: os portadores de deficiência, os idosos, as crianças e os adolescentes. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM Bruno (Org.). **Doutrinas Essenciais**. Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 2, 2011.

NOBRE JÚNIOR, Edilson Pereira. A proteção contratual no Código de Consumidor e o âmbito de sua aplicação. **Revista do Instituto de Pesquisas e Estudos**. Bauru: nº 23, p. 275-308, ago./nov. 1998.

PINHEIRO, Rosalice Fidalgo; DETROZ Derlayne. A hipervulnerabilidade e os direitos fundamentais do consumidor idoso no direito brasileiro. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**. Curitiba, v. 2, nº 4, dez. 2012, p. 129-164.

ROSA, Luiz Carlos Goiabeira. **A locação de bens enquanto relação de consumo**. 2010. 124 p. Tese (Doutorado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Globalização e as Ciências Sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SASSE, Cíntia. As armadilhas do crédito consignado. **Jornal do Senado**, 3 set. 2013. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/jornal/edicoes/2013/09/03/as-armadilhas-do-credito-consignado>>. Acesso em: 29 set. 2016.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A *hipervulnerabilidade* do consumidor idoso. **Revista de**

Direito do Consumidor. São Paulo, nº 70, abr./jun. 2009, p. 139-171.

SLATER, Don. **Cultura de consumo & modernidade.** Tradução Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

SOARES, Mário Lúcio Quintão. **Teoria do Estado:** o substrato clássico e os novos paradigmas como pré-compreensão para o Direito Constitucional. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

