

## O PRINCÍPIO DA IGUALDADE NAS RELAÇÕES JURÍDICAS DO CONSUMIDOR

Juliana Peixoto Bezerra de Melo<sup>1</sup>

**RESUMO:** O presente artigo tem como finalidade a abordagem do princípio da igualdade nas relações consumeristas, contextualizando-o na aplicação da isonomia material, esta em consonância com os princípios constitucionais e indispensável para a proteção do consumidor perante ao fornecedor. O objetivo geral deste artigo é analisar a aplicação do princípio da igualdade e as regras do Código de Defesa do Consumidor (CDC) nas relações de consumo, a fim de que ocorra a harmonização dos interesses entre as partes. A metodologia empregada caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica e documental, com abordagem qualitativa, baseada na análise doutrinária e no exame de jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ) e do Supremo Tribunal Federal (STF) sobre a inversão do ônus da prova e espécies de vulnerabilidade. Os resultados indicam que o princípio da igualdade não se limita à igualdade formal, mas exige medidas positivas (igualdade material) que reconhecem a disparidade técnica e econômica, legitimando a proteção diferenciada ao consumidor. Conclui-se que o princípio da igualdade é um direito fundamental de justiça contratual, essencial para a construção de um mercado equilibrado, com aplicação de regras de interpretação, visando igualar os desiguais nas relações jurídicas consumeristas.

1

**Palavras-Chave:** Princípio da igualdade. Igualdade material. Consumidor. Vulnerabilidade. CDC.

**ABSTRACT:** This article aims to address the principle of equality in consumer relations, contextualizing it within the application of material equality (substantial equality), in line with constitutional principles and deemed indispensable for consumer protection against suppliers. The general objective of this article is to analyze the application of the principle of equality and the rules of the Consumer Defense Code (CDC) in consumer relations, in order to harmonize the interests between the parties. The methodology employed is characterized as bibliographic and documentary research with a qualitative approach, based on doctrinal analysis and the examination of case law from the Superior Court of Justice (STJ) and the Supreme Federal Court (STF) regarding the reversal of the burden of proof and types of vulnerability. The results indicate that the principle of equality is not limited to formal equality, but requires positive measures (material equality) that recognize technical and economic disparity, legitimizing differentiated protection for the consumer. It is concluded that the principle of equality is a fundamental right of contractual justice, essential for building a balanced market, with the application of interpretation rules aimed at equalizing the unequal in consumer legal relations

**Keywords:** Principle of equality. Substantive equality. Consumer. Vulnerability. CDC.

<sup>1</sup> Advogada, Especialista em Direito Civil, Graduada em Administração e Direito pela Universidade Federal do Amazonas.

## INTRODUÇÃO

O objeto deste estudo é o enfoque histórico e jurídico sobre a aplicação do princípio da igualdade nas relações jurídicas do consumidor.

Inicialmente será feita uma abordagem histórica sobre o surgimento do princípio da igualdade desde os filósofos gregos, a importância dessa ideia pela Declaração de Direitos do Bom Povo de Virgínia, de 12 de junho de 1776, que em seu parágrafo 1º reconhece a igualdade entre todos os seres humanos, a Declaração de Independência dos Estados Unidos, de 1776, defendendo a igualdade entre os homens, e posteriormente a sua adoção pela Revolução Francesa, conforme se constata no art. 1º da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789.

O princípio da igualdade de forma explícita foi inserido no texto constitucional por meio do artigo 5º, *caput*, com destaque também no Preâmbulo da Constituição, considerado como como direito e garantia, para o qual todas as demais normas devem obediência.

Ainda neste trabalho, serão abordadas as espécies de isonomia, a definição de consumidor e o entendimento doutrinário e jurisprudencial de como se manifesta a igualdade material como instrumento de proteção do consumidor nas suas relações de consumo.

2

### I ABORDAGEM HISTÓRICA DO PRINCÍPIO DA IGUALDADE

Boécio (2005, pp. 164-165), filósofo romano, ao conceber a ideia de natureza comum aos homens no século VI, considerou a pessoa não como uma exterioridade, mas pela própria substância do homem. A partir desse conceito que teve o início da elaboração do princípio da igualdade, tornando-se, assim, o núcleo universal dos direitos humanos.

Já Aristóteles (384 a.C. a 322 a.C.) fundamentava que a ideia de igualdade estava ligada à questão de justiça, oferecida de acordo com o mérito de cada um:

[...] A justiça é uma espécie de meio-termo, porém não no mesmo sentido que as outras virtudes, e sim porque se relaciona com uma quantia ou quantidade intermediária, enquanto a injustiça se relaciona com os extremos. E justiça é aquilo em virtude do qual se diz que o homem justo pratica, por escolha própria, o que é justo, e que distribui, seja entre si mesmo e um outro, seja entre dois outros, não de maneira a dar mais do que convém a si mesmo e menos ao próximo (e inversamente no relativo ao que não convém), mas de maneira a dar o que é igual de acordo com a proporção; e da mesma forma quando se trata de distribuir entre duas outras pessoas (ARISTÓTELES, 1979, p.129).

Apesar dos diversos documentos que surgiram reconhecendo a igualdade entre os homens, é importante destacar que a evolução de fato desse princípio foi a partir do

constitucionalismo moderno no final do século, o qual foi adotado com a finalidade de limitar o poder estatal, baseado na crença da existência de direitos naturais e inerentes ao homem.

É pacífico na doutrina o entendimento de que a primeira declaração de direitos desse período foi a Declaração de Direitos do Bom Povo de Virgínia, de 12 de junho de 1776, que em seu parágrafo 1º reconhece a igualdade entre todos os seres humanos:

Todos os seres humanos são, pela sua natureza, igualmente livres e independentes, e possuem certos direitos inatos, dos quais, ao entrarem no estado de sociedade, não podem, por nenhum tipo de pacto, privar ou despojar sua posteridade; nomeadamente, a fruição da vida e da liberdade, com os meios de adquirir e possuir a propriedade de bens, bem como de procurar e obter a felicidade e a segurança.

Em 1776, veio a Declaração de Independência dos Estados Unidos, um documento que repercutiu fortemente, defendendo a igualdade entre os homens:

Consideramos as seguintes verdades como auto-evidentes, a saber, que todos os homens são criaturas iguais, dotadas pelo seu Criador de certos direitos inalienáveis, entre os quais a vida, a liberdade e a busca da felicidade. É para assegurar esses direitos que os governos são instituídos entre os homens, sendo seus justos poderes derivados do consentimento dos governados.

Posteriormente, a igualdade foi também adotada na Revolução Francesa, conforme se constata no art. 1º da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789: "os homens nascem e permanecem livres e iguais em direitos".

## 2 O PRINCÍPIO DA IGUALDADE NA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DE 1988

Estabelece o *caput* do art. 5º da nossa Constituição da República de 1988:

Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes [...].

O princípio da igualdade de forma explícita foi inserido no texto constitucional, com destaque também no Preambulo da Constituição. É considerado como um direito fundamental, para o qual todas as normas devem obediência.

Não se pode dizer que esse direito fundamental é algo inédito, uma vez que semelhantes preceitos fizeram-se presentes em todas as constituições que orientam o ordenamento jurídico dos Estados Modernos. O Doutrinador José Afonso da Silva destaca: "porque existem desigualdades, é que se aspira à igualdade real ou material que busque realizar a igualização das condições desiguais" (SILVA, José Afonso da, 2011, p. 120). Assim, esse fim igualitário já vinha há muito tempo sendo buscado.

### 3 CONCEITOS DE IGUALDADE FORMAL E MATERIAL

Essa igualdade prevista constitucionalmente é compreendida doutrinariamente sob dois focos distintos: o da igualdade material e o da igualdade formal.

#### 3.1 IGUALDADE MATERIAL

A igualdade material é concebida como um tratamento equânime e uniformizado de todos os seres humanos, onde deve haver o respeito às possibilidades de concessão de oportunidades, as quais devem ser oferecidas de forma igualitária para todos os cidadãos, na busca pela apropriação dos bens da cultura.

A igualdade material tem por finalidade a busca pela equiparação dos cidadãos sob todos os aspectos, inclusive o jurídico.

#### 3.2 IGUALDADE FORMAL

Preceitua o art. 5º da CF/88: "igualdade de todos perante a lei". Aqui é a chamada igualdade formal. Ela se enquadra como uma pura identidade de direitos e deveres entre os membros de uma sociedade assegurada por meio de textos legais. Conforme Hatscheck, *apud* por Pinto Ferreira, "o preceito da igualdade da lei não se esgota com a aplicação uniforme da norma jurídica, mas que afeta diretamente o legislador, proibindo-lhe a concessão de privilégio de classe".

Menciona Sarlet (1998, p.86) que o princípio da igualdade,

[...] encontra-se diretamente ancorado na dignidade da pessoa humana, não sendo por outro motivo que a Declaração Universal da ONU consagrou que todos os seres humanos são iguais em dignidade e direitos. Assim, constitui pressuposto essencial para o respeito da dignidade da pessoa humana a garantia da isonomia de todos os seres humanos, que, portanto, não podem ser submetidos a tratamento discriminatório e arbitrário, razão pela qual não podem ser toleradas a escravidão, a discriminação racial, perseguições por motivo de religião, sexo, enfim, toa e qualquer ofensa ao princípio isonômico na sua dupla dimensão formal e material (SARLET, Ingo Wolfgang, 1998, p. 86)

Rizzatto Nunes (2019, p. 102) comenta que o princípio da igualdade deve atender tanto à igualdade formal quanto à igualdade material:

É preciso que coloquemos, então, o que todos sabem: o respeito ao princípio da igualdade impõe dois comandos. O primeiro, de que a lei não pode fazer distinções entre as pessoas que ela considera iguais – deve tratar todos do mesmo modo; o segundo, o de que a lei pode – ou melhor, deve – fazer distinções para buscar igualar a desigualdade real existente no meio social, o que ela faz, por exemplo, isentando certas pessoas de pagar tributos; protegendo os idosos e os menores de idade; criando regras de proteção ao consumidor por ser ele vulnerável diante do fornecedor etc. É nada mais

que a antiga fórmula: tratar os iguais com igualdade e os desiguais desigualmente (NUNES, Rizzato, 2019, p. 102).

O conceito desse princípio vem sofrendo uma variação de conteúdo histórico. A doutrina tradicional possui o entendimento que a essência de tal preceito seria o de dar tratamento diverso para pessoas desiguais. Ocorre que essa corrente não estabeleceu, de forma clara, em que circunstância e qual a medida que seria constitucionalmente admissível para que a lei pudesse desigualar. Na concepção de Martinez (1992, p. 90) "a ideia de igualdade serve para determinar, razoavelmente e não arbitrariamente, que grau de desigualdade jurídica de trato entre dois ou mais sujeitos é tolerável. A igualdade é um critério que mede o grau de desigualdade juridicamente admissível".

Esse posicionamento da doutrina tradicional se iguala a máxima de Aristóteles pela qual o princípio da igualdade consistiria em "tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida em que eles se desigualam" (ARISTÓTELES, 1979, p.129).

#### 4 HISTÓRIA DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO CAMPO INTERNACIONAL E NACIONAL

A história revela que na época do antigo Egito havia uma igualdade entre os egípcios, por questões estéticas, religiosas, e de saúde (para se protegerem dos efeitos dos raios solares), com o hábito de pintar o próprio corpo com alguns tipos de maquiagem (tintas, pós etc). Já naquela época, era possível verificar a existência de concorrência entre os fabricantes dos mencionados produtos, estabelecendo-se, então, uma competição entre eles, no sentido de oferecer produtos com maior qualidade, em razão das exigências dos respectivos consumidores.

Outro fato que se tem conhecimento é que a proteção do consumidor pode ser também identificada em textos no Código de Hamurabi, editado no Império Babilônico, com a finalidade de defender os compradores de bens e serviços, conforme previam os artigos 229 e 233:

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

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

Pelo que se extraí dos citados artigos do Código de Hamurabi, identifica-se a denominada responsabilidade objetiva, prevista atualmente no Código de Defesa do Consumidor – CDC por meio do princípio da boa-fé objetiva.

Essa preocupação com a qualidade de produtos também ocorreu no período da Idade Média, época em que os guerreiros eram rigorosos nas exigências quanto à fabricação de espadas e outros artefatos de combate pelas corporações de ofício.

Entretanto, os primeiros movimentos consumeristas ocorreram nos EUA, no final do séc. XIX, com alguns fatos marcantes como, por exemplo, em 1872 com a edição da *Sherman Anti Trust Act*, para reprimir as fraudes praticadas no comércio e as concorrências desleais; em 1891 com a *New York Consumers League*, criação do primeiro órgão de defesa do consumidor; em 1907, a criação do *Meat Inspect Act*, a fim de inspecionar e controlar a comercialização de carne; 1936 com a criação da *Consumers Union*, considerado o maior órgão de proteção do consumidor do mundo, responsável pelas publicações de revistas e material didático para a orientação dos consumidores; e em 1962, precisamente no dia 15 de março, o presidente Kennedy transmitiu mensagem ao Congresso Americano com o slogan “consumidores somos todos nós”.

Os movimentos consumeristas também tiveram seus destaques na Europa a partir da necessidade de uma cooperação internacional após a 2<sup>a</sup>. Guerra Mundial, objetivando a reconstrução da Europa no pós-guerra, com um grande interesse na expansão do mercado, em razão da influência do capitalismo, bem como a criação de diversos organismos com vistas à proteção e defesa do consumidor: 1948- a Organização Europeia de Cooperação Econômica (OECE); 1960 - OCDE (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico Europeu); 1971 - *Ombudsman* e o Juizado de Consumo; 1977- o *Unfair Contract Terms Act*, dentre outros.

No Brasil o consumo teve uma intensificação após o início de nossa industrialização, ocorrida na metade da década de 1930, com uma grande intervenção do Estado na ordem econômica.

Em 1985 foi editada a Lei nº 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública), com a finalidade de proteger os interesses difusos da sociedade. No mesmo ano foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor.

Posteriormente veio a Constituição da República de 1988, garantindo a defesa do consumidor por meio de seu art. 5º, XXXII:

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Na sequência, a fim de dar cumprimento à determinação expressa do art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias da Constituição de 1988, o qual exigia que o Congresso Nacional deveria elaborar o Código de Defesa do Consumidor no prazo de 120 dias após a promulgação da Constituição, foi aprovado o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078/90), com a entrada em vigor em 11 de março de 1991.

Vale salientar que o Código de Defesa do Consumidor veio com a finalidade de regular as relações de consumo, tendo uma grande influência dos Tratados e Leis Internacionais, os quais já reconheciam a vulnerabilidade do consumidor.

## 5 DEFINIÇÃO DE CONSUMIDOR

O art. 2º da Lei n. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor - CDC) define consumidor da seguinte forma:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Segundo a doutrina brasileira, o destinatário final previsto no *caput* do art. 2º do CDC, é considerado aquele que retira o produto do mercado de consumo para uso próprio, sem destiná-lo para o exercício de alguma atividade profissional ou econômica:

Consumidor é o destinatário final fático e econômico do produto ou do serviço, ou seja, aquele que retira definitivamente o bem do mercado de consumo, sem integrá-lo novamente ao processo produtivo (MARQUES, Cláudia Lima, 2016, p. 304).

7

Consumidor é aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, satisfazendo uma necessidade própria, sem qualquer finalidade de revenda ou de utilização como insumo de atividade econômica (NUNES, Rizzato, 2019, p. 102).

Não será considerado consumidor aquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço com o objetivo de empregá-lo em atividade econômica ou produtiva (GONÇALVES, Carlos Roberto, 2020, v. 4, p. 29).

Destinatário final é aquele que retira o produto do mercado de consumo para uso próprio, e não para o exercício de atividade profissional ou econômica (NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade, 2019, p. 181).

Esse entendimento também vem sendo aplicado pelo Superior Tribunal de Justiça - STJ em suas decisões:

### EMENTA:

Direito do consumidor. Conceito. Destinatário final. CDC. Consumidor é aquele que retira o produto ou serviço do mercado de consumo como destinatário final, não se enquadrando nessa condição quem o utiliza como insumo de sua atividade econômica (REsp 541.867/BA, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, 3ª Turma – j. 10/05/2005 – DJ 01/08/2005)

## 5 APLICAÇÃO DO PRINCÍPIO DA IGUALDADE NA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

### 5.1 IGUALDADE MATERIAL: PREVISÃO CONSTITUCIONAL E INFRACONSTITUCIONAL

Como já visto, a igualdade material tem como finalidade tratar os desiguais de forma desigual para alcançar a igualdade real.

Quanto ao CDC, ele veio exatamente para efetivar essa igualdade material entre as partes (fornecedor e consumidor), conforme estabelece o seu artigo 4º:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

O objetivo principal do citado artigo é assegurar uma Política Nacional das Relações de Consumo, fundamentando a sua adoção em razão da vulnerabilidade do consumidor e a sua necessidade, a fim de que o Estado possa, com essa política, minimizar essa desigualdade.

A doutrina brasileira reconhece que a igualdade assegurada pelo CDC é a material, a fim de possibilitar um equilíbrio numa relação consumo:

8

A igualdade assegurada pelo Código de Defesa do Consumidor é uma igualdade material, e não meramente formal, pois parte do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, impondo tratamento jurídico diferenciado para alcançar o equilíbrio da relação (MARQUES, Cláudia Lima, 2016, p. 327).

O princípio da igualdade, no direito do consumidor, concretiza-se mediante a proteção reforçada da parte vulnerável, legitimando a adoção de medidas que restabeleçam o equilíbrio entre consumidor e fornecedor (BENJAMIN, Antônio Herman. In: BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe, 2016, p. 68).

A isonomia prevista no sistema consumerista não significa igualdade aritmética entre as partes, mas sim a compensação jurídica da inferioridade estrutural do consumidor em face do fornecedor (NUNES, Rizzato, 2019, p. 78).

A aplicação do princípio da igualdade nas relações de consumo exige o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor como pressuposto para a adoção de técnicas de reequilíbrio contratual (MIRAGEM, Bruno, 2021, p. 112).

A igualdade no âmbito do Código de Defesa do Consumidor deve ser compreendida como igualdade material, impondo ao intérprete a correção das desigualdades existentes entre consumidor e fornecedor (NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade, 2019, p. 156).

A intervenção normativa nas relações de consumo busca assegurar a igualdade substancial entre as partes, afastando práticas que imponham ao consumidor desvantagem excessiva (GONÇALVES, Carlos Roberto, 2020, p. 41).

Tanto o STJ quanto o STF vem também reconhecendo a igualdade material como fator importante de proteção ao consumidor:

**EMENTA:**

Direito do consumidor. Contratos bancários. Aplicação do CDC. Princípio da igualdade material.

O Código de Defesa do Consumidor visa restabelecer o equilíbrio das relações contratuais, assegurando tratamento desigual aos desiguais, em razão da vulnerabilidade do consumidor, como forma de concretização do princípio constitucional da igualdade (REsp 1.061.530/RS, Rel. Min. Nancy Andrighi, 2<sup>a</sup> Seção – j. 22/10/2008 – DJe 10/03/2009)

**EMENTA:**

Direito do consumidor. Práticas abusivas. Tratamento discriminatório. É vedado ao fornecedor estabelecer discriminação injustificada entre consumidores, sob pena de violação ao princípio da isonomia, à boa-fé objetiva e às normas protetivas do Código de Defesa do Consumidor (REsp 1.479.039/RS, Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino, 3<sup>a</sup> Turma – j. 06/10/2015 – DJe 13/10/2015).

**EMENTA:**

Relação de consumo. Cláusula abusiva. Equilíbrio contratual. A intervenção judicial nas relações de consumo justifica-se para assegurar a igualdade material entre as partes, afastando cláusulas que imponham vantagem exagerada ao fornecedor (AgInt no AREsp 1.302.887/SP, Rel. Min. Marco Aurélio Bellizze, 3<sup>a</sup> Turma – j. 19/02/2019 – DJe 22/02/2019).

**EMENTA:**

Código de Defesa do Consumidor. Constitucionalidade. O Código de Defesa do Consumidor concretiza os princípios constitucionais da isonomia material e da defesa do consumidor, assegurando proteção diferenciada à parte vulnerável da relação de consumo (ADI 2.591/DF, Rel. Min. Carlos Velloso, Tribunal Pleno – j. 07/06/2006 – DJ 13/10/2006).

**EMENTA:**

Ordem econômica. Defesa do consumidor. Igualdade. A defesa do consumidor, prevista no art. 170, V, da Constituição Federal, constitui instrumento de promoção da igualdade substancial, legitimando a atuação estatal para correção de desigualdades no mercado de consumo (RE 349.703/RS, Rel. Min. Ellen Gracie, 2<sup>a</sup> Turma – j. 09/11/2004 – DJ 18/02/2005).

9

**EMENTA:**

Direito do consumidor. Princípios constitucionais. A interpretação das normas consumeristas deve observar o princípio da igualdade, vedando privilégios injustificados e assegurando a proteção efetiva do consumidor enquanto parte hipossuficiente (RE 571.572/PR, Rel. Min. Ricardo Lewandowski, 1<sup>a</sup> Turma – j. 02/12/2008 – DJe 06/02/2009).

## 5.2 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

A vulnerabilidade está expressamente prevista no art. 4º., inciso I, da Lei n. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor - CDC):

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Vale salientar que o citado art. 4º., inciso I, da Lei n. 8.078/90, recebeu uma forte influência da Resolução da ONU 39/248 de 1985, que estabeleceu as diretrizes reconhecendo a proteção ao consumidor como um direito humano, bem como orientou os países a formularem

políticas e legislações para fins de defesa do consumidor, com a adoção de medidas voltadas para a sua segurança, informação, acesso à justiça e práticas de mercado justas.

Assim, diante desses reconhecimentos nacional e internacional, é irrefutável o entendimento de que o consumidor é a parte mais fraca na relação de consumo, considerando que o fornecedor detém o poder econômico. Essa fragilidade do consumidor justifica a aplicação da isonomia (igualdade) numa relação consumerista, uma vez que, conforme já comentado, deve haver tratamento igual aos iguais e de forma desigual aos desiguais, na medida de suas desigualdades.

Segundo os seguintes autores, a vulnerabilidade do consumidor é considerada um dos requisitos que justificam a sua proteção:

A vulnerabilidade do consumidor constitui a pedra angular do sistema de proteção instituído pelo Código de Defesa do Consumidor. Todo consumidor é vulnerável pelo simples fato de estar em posição de inferioridade técnica, jurídica ou econômica frente ao fornecedor. Trata-se de um pressuposto fático e jurídico reconhecido pelo legislador, que não exige prova concreta em cada caso. A vulnerabilidade é universal e decorre da própria estrutura do mercado de consumo, marcado pela assimetria de informações, pelo poder econômico concentrado e pela complexidade dos produtos e serviços colocados à disposição do consumidor (MARQUES, Cláudia Lima, 2016, p. 326).

O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor é essencial para a compreensão do sistema do Código de Defesa do Consumidor. Ela decorre da desigualdade estrutural existente entre consumidor e fornecedor, sendo irrelevante a condição econômica individual do consumidor. Ainda que seja rico, culto ou experiente, o consumidor permanece vulnerável diante da organização empresarial, da produção em massa e da superioridade técnica do fornecedor, razão pela qual a lei presume essa fragilidade (NUNES, Rizzato, 2020, p. 121).

10

A vulnerabilidade do consumidor é elemento indispensável à configuração da relação de consumo. O legislador partiu da realidade social, reconhecendo que o consumidor não detém o mesmo poder econômico, técnico ou informacional do fornecedor. Por isso, o sistema consumerista adota mecanismos compensatórios, como a facilitação da defesa dos direitos do consumidor, a inversão do ônus da prova e a responsabilidade objetiva do fornecedor (CAVALIERI FILHO, Sérgio, 2022, p. 620).

A vulnerabilidade do consumidor não se limita a um conceito abstrato, mas representa uma condição concreta que fundamenta toda a política nacional das relações de consumo. Ela se manifesta de múltiplas formas, especialmente na vulnerabilidade informacional, que se intensifica em mercados complexos e tecnológicos. O reconhecimento dessa vulnerabilidade impõe ao fornecedor deveres reforçados de informação, transparência e lealdade (MIRAGEM, Bruno, 2021, p. 98).

Para o STJ e STF, o CDC é considerado norma de ordem pública e de interesse social, direcionada para a proteção da parte vulnerável da relação de consumo:

#### EMENTA:

Direito do consumidor. Conceito de consumidor. Teoria finalista mitigada. Aplicação do CDC a pessoa jurídica. Possibilidade. A definição de consumidor deve ser interpretada à luz da teoria finalista, admitindo-se, excepcionalmente, sua mitigação quando evidenciada a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica da pessoa jurídica, ainda que atue no exercício de atividade

econômica (REsp 1.195.642/RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3<sup>a</sup> Turma – j. 13/09/2011 – DJe 21/09/2011).

**EMENTA:**

Agravio interno. Relação de consumo. Pessoa jurídica. Vulnerabilidade. A incidência do Código de Defesa do Consumidor pressupõe a existência de vulnerabilidade, ainda que se trate de pessoa jurídica, observadas as circunstâncias do caso concreto (AgInt no AREsp 1.213.256/SP, Rel. Min. Marco Aurélio Bellizze, 3<sup>a</sup> Turma – j. 21/08/2018 – DJe 24/08/2018)

**EMENTA:**

Ação direta de inconstitucionalidade. Código de Defesa do Consumidor. O Código de Defesa do Consumidor constitui norma de ordem pública e interesse social, voltada à proteção da parte vulnerável da relação de consumo, nos termos do art. 170, V, da Constituição Federal (ADI 2.591/DF, Rel. Min. Carlos Velloso, Tribunal Pleno – j. 07/06/2006 – DJ 13/10/2006).

**EMENTA:**

Direito do consumidor. Fundamento constitucional. A defesa do consumidor possui assento constitucional, devendo a interpretação do conceito de consumidor observar os princípios da vulnerabilidade e da dignidade da pessoa humana ( RE 571.572/PR, Rel. Min. Ricardo Lewandowski, 1<sup>a</sup> Turma – j. 02/12/2008 – DJe 06/02/2009).

Para a doutrina brasileira, existem os seguintes tipos de vulnerabilidade do consumidor:

a) técnica

Parte-se da ideia de que o consumidor não tem conhecimentos específicos/técnicos sobre o produto ou serviço adquirido, estes quem detém, em regra, é o fornecedor. São exemplos os casos de relação entre médico e paciente ou na aquisição de medicamentos pelo comprador.

11

b) jurídica

Nesse tipo de vulnerabilidade, o consumidor não possui a compreensão sobre as consequências de firmar um contrato ou estabelecer uma relação de consumo, uma vez que, ao contrário do fornecedor, ele não possui um assessoramento jurídico especializado de forma habitual. Para alguns autores, estão também inseridas além de jurídica, a contábil e a econômica.

c) fática ou socioeconômica

É a superioridade do fornecedor em detrimento do consumidor vulnerável, caracterizada pelo seu monopólio fático ou jurídico, decorrente de seu poder econômico ou da essencialidade do serviço prestado.

d) informacional

Essa é uma das mais importantes das vulnerabilidades, uma vez que a falta, a precariedade ou inadequada informação sobre produtos e serviços, poderá gerar irreparáveis danos ao consumidor.

Para que haja o equilíbrio e estabilidade na relação de consumo, é necessário que o consumidor receba informações claras e precisas sobre produtos e serviços que esteja adquirindo

para a manifestação de sua liberdade de escolha. Esse dever de informar por parte do fornecedor é um instrumento de proteção ao consumidor assegurado pelo art. 4º, inciso III, do CDC:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

### 5.3 EQUILÍBRIO CONTRATUAL

Para que seja aplicado o princípio da igualdade em relação ao consumidor tem que ser respeitado o equilíbrio contratual, com a proibição das cláusulas e práticas abusivas elencadas nos artigos 39 e 51 do CDC, de forma a buscar a equivalência negocial.

Apesar do Código de Defesa do Consumidor - CDC não estabelecer uma definição exata, pode-se considerar como cláusula abusiva aquela cujo conteúdo se mostra desproporcional e prejudicial para a parte mais vulnerável economicamente, no caso o consumidor, nos chamados contratos de adesão.

Vale ressaltar que, pelo CDC, as cláusulas abusivas não estão atreladas apenas aos contratos de adesão e sim em relação a todos os tipos de contratos de consumo, inclusive envolvendo os negociados individualmente, considerando que a vantagem do fornecedor pode caracterizar em qualquer tipo de contrato, em razão da vulnerabilidade do consumidor, conforme a opinião dos seguintes doutrinadores:

A explicação consiste em compreender as diferentes perspectivas e nuances de um determinado assunto, de modo a obter uma visão mais abrangente e completa da questão em análise. As cláusulas abusivas que, em contratos entre as partes com diferença de poder, diminuem de forma unilateral a responsabilidades do contratante mais poderoso ou aumentam as do mais vulnerável, provocando um desequilíbrio sério entre elas. [...] são cláusulas que rompem com a igualdade entre o que é oferecido e o que é recebido (NORONHA, Fernando, 1996, pp. 88-111).

Uma cláusula em um contrato pode ser considerada abusiva quando configura um desrespeito ao direito (o redator das cláusulas contratuais, em um contrato de adesão, tem o direito de elaborá-las antecipadamente; no entanto, comete um abuso se, ao escrevê-las, causa prejuízo ao aderente). Além disso, será considerada abusiva se violar a boa-fé objetiva, já que, conforme a expectativa geral, deve haver equilíbrio em todas as transações. Também será presumida abusiva a cláusula contratual que contrarie os bons costumes, ou que se afaste do propósito social ou econômico estabelecido pelo direito. No entanto, a verificação dessas condições não é feita através da investigação da verdadeira intenção das partes envolvidas no contrato (FONSECA, João Bosco Leopoldino, 1993, p. 120).

A injustiça da cláusula contratual consiste na discrepância entre os direitos e deveres dos contratantes, nas obrigações e benefícios característicos daquele tipo de contrato.

Trata-se de uma unilateralidade excessiva, de um desequilíbrio contrário à essência e aos interesses fundamentais presentes naquela relação contratual. É a permissão para uma conduta desleal, maliciosa, de má-fé subjetiva, que essa cláusula, se cumprida, provocará. A abusividade é, portanto, potencial e abstrata, pois atinge direitos ou impõe obrigações prejudiciais que ainda não se concretizaram. A presença da cláusula abusiva no contrato firmado ou na relação individual é o que a torna atual; é a execução do contrato que revelará a abusividade potencial daquela disposição contratual. A cláusula abusiva é como uma “bomba-relógio”, pronta para agir, para desequilibrar, para impedir a concretização do objetivo do contrato, para prejudicar o contratante mais vulnerável. Em resumo, a inclusão de cláusulas abusivas é simultânea à celebração dos contratos, porém a descoberta de sua abusividade geralmente ocorre posteriormente, sendo uma tarefa do intérprete do contrato, do aplicador da lei, diante das queixas daquele que, ao executar o contrato, percebeu o abuso praticado (MARQUES, Cláudia Lima, 2005, p. 85).

A seguir são citados duas decisões em que o STF considerou como cláusula abusiva o cancelamento unilateral de plano de saúde, bem como aquela que exclui tratamento prescrito para garantir a saúde ou a vida do segurado:

AGRAVO EXTRAORDINÁRIO. CONSUMIDOR. PLANO DE SAÚDE. RESCISÃO UNILATERAL. QUESTÃO QUE DEMANDA ANÁLISE DE DISPOSITIVOS DE ÍDOLE INFRACONSTITUCIONAL. OFENSA REFLEXA. REEXAME DO CONJUNTO FÁTICO-PROBATÓRIO. IMPOSSIBILIDADE. INCIDÊNCIA DA SÚMULA 279/STF. INTERPRETAÇÃO DE CLÁUSULAS CONTRATUAIS. ÓBICE DA SÚMULA 454 DO STF. 1. A rescisão contratual, quando sub judice a controvérsia, demanda a análise de normas infraconstitucionais, do conjunto fático-probatório dos autos e das cláusulas contratuais, o que atrai a incidência das Súmulas 279 e 454 desta Corte. 2. A violação reflexa e oblíqua da Constituição Federal decorrente da necessidade de análise de malferimento de dispositivo infraconstitucional, torna inadmissível o recurso extraordinário. 3. A interpretação de cláusulas contratuais não viabiliza o recurso extraordinário, a teor do Enunciado da Súmula 454 do Supremo Tribunal Federal, verbis: “Simples interpretação de cláusulas contratuais não dá lugar a recurso extraordinário”. 4. In casu, o acórdão extraordinariamente recorrido assentou: “recurso inominado. plano de saúde coletivo. cancelamento unilateral em razão do disposto contratual que autoriza esta medida. cláusula abusiva. manutenção da prestação de serviço de plano de saúde nos moldes anteriores à rescisão”. 5. Agravo regimental desprovido. (RE 801411 AgR, Relator(a): Luiz Fux, Primeira Turma, julgado em 05/08/2014, Processo Eletrônico DJe Divulgação 22-08-2014 Publicação 25-08-2014).

13

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PLANO DE SAÚDE. CONTRATO DE ADESÃO. INTERPRETAÇÃO FAVORÁVEL AO CONSUMIDOR. COBERTURA DA DOENÇA. EXCLUSÃO DE TRATAMENTO. IMPOSSIBILIDADE. REEMBOLSO DAS DESPESAS. FUNDAMENTO DO ACÓRDÃO INATACADO. SÚMULA 283/STF. AGRAVO NÃO PROVIDO. 1. Entende-se por abusiva a cláusula contratual que exclui tratamento prescrito para garantir a saúde ou a vida do segurado, porque o plano de saúde pode estabelecer as doenças que terão cobertura, mas não o tipo de terapêutica indicada por profissional habilitado na busca da cura. Precedentes. 2. A ausência de impugnação, nas razões do recurso especial, de fundamento autônomo do aresto recorrido atrai o óbice da Súmula 283 do STF, segundo a qual: “É inadmissível o recurso extraordinário, quando a decisão recorrida assenta em mais de um fundamento suficiente e o recurso não abrange todos eles.” 3. Agravo interno a que se nega provimento. (AgInt no AREsp 934.017/DF, Rel. Ministro RAUL ARAÚJO, QUARTA TURMA, julgado em 04/10/2016, DJe 19/10/2016).

## 5.4 INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

Ao contrário do previsto no art. 373, do CPC, no qual cabe ao autor da ação, no art. 6º, VIII, do CDC, estabelece a inversão do ônus da prova aos fornecedores:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

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

Essa inversão ocorre em razão do fornecedor de serviços ser responsável pela reparação dos danos causados aos consumidores na prestação dos serviços, mesmo diante da existência de culpa (objetiva).

Cabe também a inversão do ônus da prova no caso de haver informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos (art. 14 do CDC). Como meios de defesa, cabe ao fornecedor provar a inexistência de defeito ou de que a culpa é exclusiva do consumidor ou de terceiro (art. 14 § 3º, do CDC). **Conforme explica a doutrina brasileira, essa inversão decorre da aplicação do princípio da igualdade material diante da hipossuficiência técnica, econômica ou informacional do consumidor:**

A inversão do ônus da prova, prevista no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor, constitui um dos mais relevantes instrumentos de efetivação da tutela do consumidor em juízo. Trata-se de mecanismo destinado a corrigir o desequilíbrio estrutural existente na relação processual, decorrente da vulnerabilidade técnica, econômica ou informacional do consumidor. A finalidade da inversão não é favorecer indevidamente uma das partes, mas permitir que o consumidor tenha reais condições de demonstrar o seu direito, assegurando a igualdade material no processo (**MARQUES, Cláudia Lima, 2016, pp. 738-739**).

14

A inversão do ônus da prova não configura privilégio processual arbitrário, mas técnica legítima de reequilíbrio da relação processual. Ao reconhecer a hipossuficiência do consumidor, o sistema do Código de Defesa do Consumidor busca compensar as dificuldades probatórias enfrentadas por aquele que, em regra, não detém o controle das informações técnicas e documentais da relação de consumo. A inversão, portanto, opera como instrumento de justiça material (**BENJAMIN, Antônio Herman. In: BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe, 2016, pp. 355-356**).

A inversão do ônus da prova é direito básico do consumidor e deve ser compreendida como consequência lógica do reconhecimento de sua vulnerabilidade. Sempre que presentes a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência do consumidor, impõe-se ao julgador redistribuir o encargo probatório. Tal medida não viola o princípio do contraditório, mas o fortalece, pois permite que a verdade real seja alcançada em condições mais equilibradas (**NUNES, Rizzato, 2019, pp. 331-332**).

A inversão do ônus da prova atua como técnica de tutela processual específica do direito do consumidor, voltada à superação do desequilíbrio informacional que caracteriza as relações de consumo. O fornecedor, por deter maior capacidade técnica e domínio sobre os dados do produto ou serviço, encontra-se em posição mais favorável para produzir a prova. A redistribuição do ônus probatório, assim, concretiza a igualdade material e a efetividade da tutela jurisdicional (**MIRAGEM, Bruno, 2021, pp. 417-418**).

A regra prevista no art. 6º, VIII, do Código de Defesa do Consumidor autoriza o juiz a inverter o ônus da prova como forma de assegurar a efetividade da prestação jurisdicional. Considerando-se a presunção legal de vulnerabilidade do consumidor, a inversão do ônus probatório revela-se compatível com o princípio da igualdade material e com a garantia constitucional de acesso à justiça, desde que devidamente fundamentada (NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade, 2019, pp. 388-389).

*Por outro lado, é importante salientar que, para o STJ, na inversão do ônus da prova, tem que estar caracterizada a vulnerabilidade (hipossuficiência) ou verossimilhança das alegações feitas pelo consumidor:*

Súmula 297/STJ (Consumidor e CDC)

Código de Defesa do Consumidor. Inversão do ônus da prova. O art. 6º, VIII, do CDC permite a inversão do ônus da prova em favor do consumidor quando caracterizada a vulnerabilidade (hipossuficiência) ou verossimilhança das alegações. Estando presentes os requisitos, deve ser mantida a decisão que deferiu a inversão probatória.

## 5.5 PROTEÇÃO DA SAÚDE E SEGURANÇA

Deve ser assegurada a proteção da saúde e segurança do consumidor, a fim de impedir a comercialização de produtos e serviços que venham a transmitir riscos à sua vida e à sua saúde.

## 5.6 INTERVENÇÃO JUDICIAL

15

Cabe ao Judiciário revisar ou anular cláusulas abusivas, de modo a restabelecer o equilíbrio contratual, conforme as regras estabelecidas no CDC.

## 5.7 DEVER DO ESTADO

Por fim, como manifestação do princípio da igualdade, deve o Estado legislar e promover a fiscalização nas relações de consumo, a fim de assegurar a proteção do consumidor.

## CONCLUSÃO

Assim, pode-se concluir que, com o avanço da competitividade no oferecimento de produtos e serviços no mercado, a tendência é que haja cada vez mais um aumento nos abusos nas relações contratuais de consumo, com grandes possibilidades de reflexos e prejuízos ao consumidor.

Diante dessa problemática e de extrema relevância para o campo do Direito, pretendeu-se neste artigo realizar uma análise jurídica a respeito das previsões legais e dos instrumentos de proteção do consumidor, com destaque para a aplicação do princípio da igualdade insculpido

no artigo 5º, *caput*, da Constituição da República e no Código de Defesa do Consumidor – CDC (Lei n. 8.078/90).

Constatou-se também durante a exploração do tema, que a isonomia ou igualdade não é apenas um princípio de Estado de Direito, mas também um princípio de Estado Social, com o seu caráter informador de todo o ordenamento jurídico.

Nesse contexto, entende-se que, nas relações de consumo, não basta apenas a previsão da igualdade formal e sim a sua plena eficácia no campo prático por meio da igualdade material, a fim de que haja, de fato, a proteção do consumidor, cabendo aos órgãos públicos, à sociedade e ao Poder Judiciário, o dever de guardião de sua aplicabilidade.

Por fim, ainda quanto ao princípio da igualdade, deve ser analisada a sua aplicação em cada caso concreto, considerando que, segundo as decisões do STJ e do STF reproduzidas neste artigo, a existência da desigualdade nas relações de consumo tem que ser vista sob o foco da vulnerabilidade do consumidor nas áreas técnica, jurídica, fática ou socioeconômica e informacional, de forma a proporcionar a buscar pelo equilíbrio entre as partes envolvidas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. *Ética a Nicômaco*. Os Pensadores: Abril Cultural, 1979, p.129.

16

BENJAMIN, Antônio Herman. In: BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 68).

BOÉCIO. Escritos (OPUSCULA SACRA). Tradução, introdução, estudos introdutórios e notas Juvenal Savian Filho. Prefácio de Marilena Chauí. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2022, p. 620).

DECLARAÇÃO de direitos do homem e do cidadão. França, 1789. Disponível em: <<http://www.eselx.ipl.pt/ciencias-sociais/tratados/1789homem.htm>>. Acesso em 15 de dezembro de 2025.

Declaração de Direitos do Bom Povo de Virgínia, de 12 de junho de 1776. Disponível em [https://www3.al.sp.gov.br/repositorio/ilp/anexos/1788/YY2014MM11DD18HH14MM7SS42-Declara\\_0%20da%20Virginia.pdf](https://www3.al.sp.gov.br/repositorio/ilp/anexos/1788/YY2014MM11DD18HH14MM7SS42-Declara_0%20da%20Virginia.pdf). Acesso em 10 de janeiro de 2026.

Declaração de Independência dos Estados Unidos de 1776. Disponível em <https://www.archives.gov/founding-docs/declaration-transcript>. Acesso em 12 de janeiro de 2026.

DIDIER JR., Freddie; BRAGA, Paula Sarno; OLIVEIRA, Rafael Alexandria de. *Curso de direito processual civil*. 18. ed. Salvador: JusPodivm, 2021, v. 2, p. 512).

FONSECA, João Bosco Leopoldino. **Cláusulas abusivas nos contratos.** Rio de Janeiro: Forense, 1993).

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil brasileiro: responsabilidade civil.** 17. ed. São Paulo: Saraiva, 2020, v. 4, p. 29). MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais.** 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005).

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor.** 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016, p. 304).

MARTÍNEZ DALMAU, Rubén; VICIANO PASTOR, Roberto. **Aspectos generales del nuevo constitucionalismo latinoamericano.** In: **El nuevo constitucionalismo en América Latina: memorias del encuentro internacional el nuevo constitucionalismo,** 1992.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor.** 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021, p. 112).

NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto.** 13. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 181).

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Manual de Filosofia do Direito.** São Paulo: Saraiva, 2004.

\_\_\_\_\_. **Curso de direito do consumidor.** 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2019).

17

\_\_\_\_\_. **Curso de Direito do Consumidor.** 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2020, p. 121.

NORONHA, Fernando, **Contratos de consumo padronizados e de adesão.** Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 20, 1996.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A Constituição Concretizada: construindo pontes entre o público e o privado.”** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1998.

\_\_\_\_\_. **A Constituição Concretizada: construindo pontes entre o público e o privado.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo.** 34<sup>a</sup> Ed. Malheiros: São Paulo, 2011.