



O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE NO CDC À LUZ DO PRINCÍPIO DA IGUALDADE CONSTITUCIONAL

VANESSA LOPES VASCONCELOS¹
FRANCISCO DAMÁZIO AZEVEDO SEGUNDO²
AURILENE MARIA GADELHA DE AZEVEDO³
ABNER CORJES TELLES MAGALHÃES³

RESUMO: Neste artigo discutiremos em torno do princípio da vulnerabilidade existente nas relações consumeristas à luz do princípio da igualdade constitucional. Para tanto, analisaremos, primeiramente, o desenvolver histórico das gerações, classificando a defesa do consumidor como um direito de 3ª geração; posteriormente, observaremos o princípio da vulnerabilidade à luz do princípio da igualdade constitucional (art. 5º, XXXII, CF), a fim de, ao analisá-lo, compreender a necessidade de que ocorra uma proteção especial ao consumidor, a proteção da ordem pública e do interesse social. Por fim, veremos os institutos decorrentes da vulnerabilidade: a inversão do ônus da prova e a hipossuficiência.

Palavras-chave: *Vulnerabilidade. Consumidor. Igualdade.*

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem por objetivo compreender o princípio da vulnerabilidade no Código de Defesa do Consumidor. Para tanto, faz-se necessário assimilar o contexto geracional dos direitos fundamentais da defesa do consumidor, este compreendido como um direito fundamental de terceira geração⁴, ou seja, correspondente ao princípio da fraternidade, ocorrendo a defesa de interesses coletivos ou transindividuais e como o princípio da vulnerabilidade é compreendido neste contexto.

Para tanto, devemos perscrutar um caminho genético dos direitos dimensionais,

¹ Mestre em Ciência Jurídico-internacional pela Universidade de Lisboa. Professora da *Faculdade Luciano Feijão* (FLF). E-mail: vanessavasconcelos85@gmail.com.

² Especialista em Ensino de Filosofia. Graduando do 10º semestre do Curso de Direito da *Faculdade Luciano Feijão* (FLF).

³ Graduando do 5º semestre do Curso de Direito da *Faculdade Luciano Feijão* (FLF).

⁴ Neste trabalho não entraremos em discussão sobre qual o melhor termo a ser apresentado, mas, para fins de estudos, adotamos a visão de “geração”, pois esta desvela o processo histórico perpassado pelos Direitos Fundamentais, em que cada um se deu em circunstâncias históricas, culturais e sociais diferenciadas, contudo sem excluir um ao outro. Conforme BONAVIDES: “Os direitos fundamentais passaram na ordem institucional a manifestar-se em três gerações sucessivas, que traduzem sem dúvida um processo cumulativo e qualitativo” (2005, p. 563)



observando o seu desaguar no decorrer da história, pois o direito do consumidor se utiliza de três gerações em um mesmo código, a saber: I) A primeira geração como garantidora da liberdade, aqui se encontra não somente as liberdades civis e políticas, mas, também, o livre mercado, capaz de produzir mercadorias para o consumo. II) Os de segunda geração, caracterizados pelo princípio da igualdade, aqui, conforme ver-se-á no decorrer de nossas discussões, encontra-se a gênese do princípio da vulnerabilidade consumerista. E, por fim, III) a terceira geração, planejada pela fraternidade, ou seja, os direitos que transcendem os interesses do indivíduo.

No decorrer deste opúsculo será abordado o princípio da vulnerabilidade, de extrema necessidade no Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que ele perfaz a concretização do princípio da igualdade constitucional, assegurando aos consumidores o equilíbrio e harmonia nas relações próprias de consumo. Por fim, perscrutaremos os institutos que tornam possível o referido instituto, a saber: a inversão do ônus da prova e a hipossuficiência, bem como o direito à informação.

A GERAÇÃO DA DEFESA DO CONSUMIDOR

No CDC, como um perfeito exemplo, pode-se perceber a presença das gerações anteriores, a saber: a liberdade e a igualdade. A primeira geração dos direitos fundamentais caracterizada pelo princípio da igualdade garantia autonomia ao indivíduo nas suas relações civis e políticas, sem haver interferência de alguma instituição que podasse a sua atuação, como o Estado. Assevera Bonavides:

direitos de liberdade têm por titular o indivíduo, são oponíveis ao Estado, traduzem-se como faculdades ou atributos da pessoa e ostentam uma subjetividade que é seu traço mais característico; enfim, são direitos de resistência ou de oposição perante o Estado. (2005, p. 563)

O art. 170 da CF/88 afirma: “A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social”. A livre iniciativa assegurada corresponde à liberdade frente ao Estado, devendo este abster-se de qualquer ação que tenha como



pressuposto coibir a atuação do indivíduo, desde que este não ofenda a lei⁵.

A segunda geração corresponde à igualdade, “são os direitos sociais, culturais e econômicos bem como os direitos coletivos ou de coletividade” (Ibidem, p. 564). A fim de coibir os abusos individuais, que passaram a abusar dos seus direitos, ocasionando desigualdades de ordem sociais e econômicas. Esta geração tem como objeto a igualdade material, tornando o Estado atuante na sociedade, de modo a obstaculizar injustiças de ordem sociais e econômicas, possuindo, desta forma, “status de garantidor” associado “a valores sociais que demandam realização concreta e cujos pressupostos devem ser “criados”, fazendo assim do Estado um artífice e um agente de suma importância”. Destarte, vale rememorar o supracitado art. 170 da CF/88, quando converge atenção não somente à livre iniciativa, mas também à “valorização do trabalho humano”, a fim de garantir “existência digna, conforme os ditames da justiça social”.

Os direitos fundamentais de terceira geração são os que orbitam em torno da fraternidade, na vivência harmônica entre os indivíduos, protegendo a generalidade da sociedade. Não tutela um direito individual, mas um direito de toda a coletividade, a saber: “direitos que não se destinam especificamente à proteção dos interesses de um indivíduo, de um grupo ou de um determinado Estado” (Ibidem, p. 569). São os chamados direitos transindividuais, entre eles constam o direito ambiental e o direito do consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor no art. 81 predispõe:

A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

⁵ A característica salutar do liberalismo é no sentido da legalidade, em que esta impunha limitação na atuação do Estado, conferindo liberdade ao indivíduo, desde que a ação deste não seja contrário à norma vigente, conforme preceituado no art. 5º, II, CF/88: “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei”.



III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Pode-se perceber a proteção do consumidor pode ser dada por vias de direitos difusos, como por exemplo: os “bystanders”, ou consumidores por equiparação, em que, mesmo que não sejam consumidores de determinado produto ou serviço, possuem os direitos de um consumidor real, valendo-se das mesmas prerrogativas, conforme o parágrafo único do art. 2º do CDC: “Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

O princípio da vulnerabilidade a partir daqui se torna utilizado, pois se percebe que, mesmo que a pessoa não seja o consumidor, mas terá “status de consumidor”, como também, como mecanismo de garantia da “ordem econômica” prescrita no art. 170 da CF/88, pois possui como um dos princípios assecuratórios no inciso V, o “direito do consumidor”. O direito do consumidor que possui como princípio norteador o princípio da vulnerabilidade, que garante equilíbrio nas relações de consumo.

O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE À LUZ DO PRINCÍPIO DA IGUALDADE

O princípio da vulnerabilidade é alicerce necessário para que haja equilíbrio nas relações consumeristas, ou seja, no elo entre fornecedor e consumidor, sendo este a parte mais fraca, e de modo a não gerar desconfortos de qualquer âmbito, seja em nível técnico, de conhecimento sobre o produto, jurídico, que se concretiza na análise dos contratos, dos valores ou puramente de ordem econômica, estes três aspectos que serão analisados a posteriori.

Em primeiro momento, é necessário observar o princípio da vulnerabilidade sob o prisma do princípio da igualdade instaurado na Constituição Federal. O princípio da igualdade⁶, resguardado no caput art. 5º da CF/88 assegura: “Todos são iguais perante a

⁶ O princípio da igualdade deve ser compreendido somente no seu sentido formal, em que todos são iguais e, conseqüentemente merecem o mesmo tratamento por parte do Estado, mas deve ser compreendido no seu sentido material, ou melhor, substancial, em que garante um tratamento desigual para uma parte “enfraquecida”, a fim a igualdade seja concretizada. Desta forma, “o princípio da igualdade determina que seja dado tratamento igual aos que se encontram em situação equivalente e que sejam tratados de maneira desigual os desiguais, na medida de suas desigualdades. Ele obriga tanto o legislador quanto o aplicador da lei (igualdade na lei e igualdade perante a lei)”. (BONAVIDES, 2013, p. 122)



lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se (...) a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade”. O Código de Defesa do Consumidor, em seus méritos, nasce para trazer a igualdade nas relações de consumo, tendo em vista que estas têm se tornado bastante desiguais, tendo em vista o modelo econômico atual, tal como assevera GRINOVER:

A sociedade de consumo, ao contrário do que se imagina, não trouxe apenas benefícios aos seus atores. Muito ao revés, em certos casos, a posição do consumidor, dentro desse modelo, piorou em vez de melhorar. Se antes fornecedor e consumidor encontravam-se em uma situação de relativo equilíbrio de poder de barganha (até porque se conheciam), agora é o fornecedor (fabricante, produtor, construtor, importador ou comerciante) que, inegavelmente, assume a posição de força na relação de consumo e que, por isso mesmo, “dita as regras”. E o direito não pode ficar alheio a esse fenômeno. (2007, p. 6)

O princípio da vulnerabilidade, desta forma, nasce para igualar as relações consumeristas favorecedoras da desigualdade, entre fornecedor e consumidor, garantindo a este tratamento diferenciado, visando a isonomia nas relações. Para tanto, são necessários meios que sejam efetivos para a validação do referido princípio, enaltecendo, sobretudo, a dignidade do consumidor, sendo-lhe garantido saúde e segurança. A Vulnerabilidade é, de acordo com o que foi visto, um princípio pelo qual o Código de Defesa do Consumidor visa no art. 4º, I:

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.

O princípio da Vulnerabilidade possui gênese assecuratório da dignidade do consumidor, conforme supracitado, sendo que tem como finalidade garantir a harmonia nas referidas relações. Deste modo, como ocasiona o equilíbrio, favorecendo a parte “mais fraca”, então pode-se intuir claramente que se trata de um dos meios garantidores do princípio da igualdade instituído constitucionalmente. De acordo com Nunes: “tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo” (2012, p. 178).

É certo que as desigualdades entre os contratantes tendem a assumir uma



dimensão coletiva, traduzindo-se em desigualdades entre categorias econômicas. No caso do consumidor, porém, esta categoria é por demais ampla numa sociedade caracterizada, precisamente, pela onipresença do consumo. Por outras palavras, não parece constitucionalmente consistente tratar todos os consumidores de forma igual. Afinal, isto representaria, sob o pretexto de uma maior justiça, um verdadeiro retrocesso da teoria contratual, um retorno à mística das categorias abstratas e redutoras. Hoje, ao contrário, avulta a importância da criação de 'padrões de diferenciação'. (NEGREIROS, 2002, p. 199).

A efetivação da vulnerabilidade do consumidor pode ocorrer em torno de três aspectos⁷, a saber: técnica, jurídica ou científica e econômica ou fática. Na vulnerabilidade técnica “o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços” (MARQUES, 1999, p. 147). Esta vulnerabilidade atinge o conhecimento especializado em torno de um produto ou serviço, em que, somente uma pessoa que trabalha na área poderia saber. Cita-se o conserto de uma geladeira com defeito, o técnico (sabedor do defeito) pode persuadir o consumidor que a geladeira necessita reparos que excedem o necessário⁸. O direito à informação corrobora com esta espécie de consumidor, pois, ao exigir que o fornecedor discrimine no produto informações, sejam elas de uso ou informações nutricionais⁹, no caso de alimentos, garantem a lisura

⁷ Resolvemos seguir o parâmetro adotado pelo STJ, que se refere à doutrina da Prof. Cláudia Lima Marques. Rizzatto posta em sua obra apenas dois tipos de vulnerabilidade, a saber: de ordem técnica e de cunho econômico.

⁸ Percebe-se também a importância da vulnerabilidade técnica, a fim de trazer as causas judiciais outrora cíveis, para relações de consumo, sendo adotado o CDC em lugar do Código Civil, conforme: APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. POR DANOS MATERIAIS. ENERGIA ELÉTRICA. OSCILAÇÃO DA REDE. QUEIMA DE MÁQUINA ELÉTRICA. APLICAÇÃO DO CDC. VULNERABILIDADE TÉCNICA DA AUTORA. A expressão destinatário final, de que trata o art. 2º, caput, do código de defesa do consumidor abrange quem adquire produtos e serviços para fins não econômicos, e também aqueles que, destinando-os a fins econômicos, enfrentam o mercado de consumo em condições de vulnerabilidade. A vulnerabilidade referida no CDC não é apenas a econômica, mas, entre outras, também a técnica... (TJ-RS - AC: 70046304549 RS, Relator: Paulo Roberto Lessa Franz, Data de Julgamento: 16/02/2012, Décima Câmara Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 09/03/2012)

⁹ Sobre este fato em o STJ declarou que, para a proteção aos doentes celíacos, ou seja, que possuem aversão ao glúten, deve ser informado nas embalagens dos produtos que possuem este elemento. Conforme: DIREITO DO CONSUMIDOR. ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. OBRIGAÇÃO DE SEGURANÇA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR, ADEQUADA E CLARAMENTE, SOBRE RISCOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS. DISTINÇÃO ENTRE



nas relações de consumo.

Já a vulnerabilidade jurídica ou científica, “é a falta de conhecimentos jurídicos específicos, conhecimentos de contabilidade ou de economia” (Ibidem, p. 147). Refere-se a problemas que podem se referir à soma de juros em contratos, o consumidor, não tendo experiência no assunto pode ser ludibriado¹⁰.

Por fim, tem-se a vulnerabilidade fática ou econômica, “onde o ponto de concentração é o outro parceiro contratual, o fornecedor que por sua posição de monopólio, fático ou jurídico, por seu grande poder econômico ou em razão da essencialidade do serviço, impõe sua superioridade a todos que com ele contrata” (Ibidem). Esta vulnerabilidade é a mais comum, em que o fornecedor excede economicamente o consumidor¹¹.

De acordo com Marques, a vulnerabilidade da pessoa física é “presumida” (1999, p. 159), tendo por referencial o art. 29 do CDC, a saber: “(...) equiparam-se aos

INFORMAÇÃO-CONTEÚDO E INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA. ROTULAGEM. PROTEÇÃO DE CONSUMIDORES HIPERVULNERÁVEIS. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEI DO GLÚTEN (LEI 8.543 /92 AB-ROGADA PELA LEI 10.674 /2003) E EVENTUAL ANTINOMIA COM O ART. 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO. JUSTO RECEIO DA IMPETRANTE DE OFENSA À SUA LIVRE INICIATIVA E À COMERCIALIZAÇÃO DE SEUS PRODUTOS. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS POR DEIXAR DE ADVERTIR SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN AOS DOENTES CELÍACOS. INEXISTÊNCIA DE DIREITO LÍQUIDO E CERTO. DENEGAÇÃO DA SEGURANÇA. (STJ - REsp: 586316 MG 2003/0161208-5, Relator: Ministro HERMAN BENJAMIN, Data de Julgamento: 17/04/2007, T2 - SEGUNDA TURMA, Data de Publicação: DJe 19/03/2009)

¹⁰ Interessante citar, e no próximo capítulo trataremos com mais agudez, é que o reconhecimento da vulnerabilidade traz para o consumidor benefícios de ordem não somente material, como a correção dos contratos, mas também a inversão do ônus da prova de viés processual: RECURSO INOMINADO. RESPONSABILIDADE CIVIL. CONSUMIDOR. COMPLEXIDADE INEXISTENTE. REVELIA CORRETAMENTE DECRETADA. CONTRATAÇÃO DE EMPRÉSTIMO CONSIGNADO EM 36 PARCELAS. RÉU QUE CONSOLIDA O CONTRATO EM 60 PARCELAS. VULNERABILIDADE TÉCNICO-JURÍDICA DO CONSUMIDOR. PRÁTICA ABUSIVA. HIPERVULNERABILIDADE [IDOSO]. DANOS MORAIS IN RE IPSA. VALOR MANTIDO. RECURSO IMPROVIDO. (Recurso Cível Nº 71003485463, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Fabio Vieira Heerdt, Julgado em 26/04/2012) (TJ-RS, Relator: Fabio Vieira Heerdt, Data de Julgamento: 26/04/2012, Terceira Turma Recursal Cível)

¹¹ A vulnerabilidade também auxilia na competência territorial, tal como vejamos na averiguação vulnerabilidade econômica: AGRADO DE INSTRUMENTO. NEGÓCIO JURÍDICO BANCÁRIO. EXCEÇÃO DE INCOMPETÊNCIA. CLÁUSULA DE ELEIÇÃO DE FORO. PARTE HIPOSSUFICIENTE. VULNERABILIDADE ECONOMICA QUE POSSIBILITA A FIXAÇÃO DE COMPETÊNCIA TERRITORIAL COMO GARANTIA DO EQUILÍBRIO CONTRATUAL. INCIDÊNCIA DO CDC. AGRADO PROVIDO. UNÂNIME. (Agravo de Instrumento Nº 70045618774, Vigésima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Rubem Duarte, Julgado em 14/12/2011). (TJ-RS - AI: 70045618774 RS , Relator: Rubem Duarte, Data de Julgamento: 14/12/2011, Vigésima Câmara Cível, Data de Publicação: Diário da Justiça do dia 16/01/2012).



consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”. Sendo assim, em se tratando de pessoa física é presumida a vulnerabilidade, contudo, o mesmo não se afirma da pessoa jurídica, pois esta só é vulnerável relacionada ao caso concreto. Tem uma importante contribuição nesta temática Tartuce quando afirma: “Todo consumidor é sempre vulnerável, característica intrínseca à própria condição de destinatário final do produto ou do serviço, mas nem sempre será hipossuficiente” (2012, p. 30). Desta forma, percebe-se a vulnerabilidade do consumidor, mas nem sempre será beneficiado processualmente, que é o caso da hipossuficiência. Neste sentido, fica a cargo do julgador analisar o caso concreto e ver se a pessoa jurídica encontra-se em estado de vulnerabilidade diante da relação e declare a sua hipossuficiência.

CONCLUSÃO

O princípio da vulnerabilidade, no âmbito do direito do consumidor, é a realização do princípio da igualdade constitucional, ou seja, um direito de segunda dimensão que salvaguarda, servindo de alicerce para o direito fundamental de 3ª geração: a fraternidade. Desta forma, a vulnerabilidade é a garantia do equilíbrio nas prestações de consumo, a fim de buscar a fraternidade em relações iguais, sendo que esse equilíbrio ocorre por meio da vulnerabilidade, quando concede certos benefícios ao consumidor, a fim de que ele não saia prejudicado nesta relação.

Como bem observado, o princípio da vulnerabilidade não foi um elemento que surgiu de forma espontânea no direito do consumidor, mas este ocorreu por meio de conflitos históricos e sociais, que culminaram em garantir uma proteção ao consumidor, seja garantindo por vias materiais, tais como o direito à devida informação sobre o produto utilizado; como também, em fase processual, a inversão do ônus da prova.

Tal princípio é necessário, pois o fornecedor tentará, por diversos subterfúgios, empreender o consumo dos seus produtos às pessoas, sejam elas físicas ou jurídicas, que, em diversas vezes, não possuem o devido conhecimento, seja ele técnico, jurídico ou econômico sobre o objeto consumido. Sendo assim, a vulnerabilidade no CDC surge como fonte basilar da igualdade nas relações de consumo, fazendo com que o ente



“mais fraco”, possa ter garantias efetivas de sua proteção, fazendo com que possa cobrar seus direitos diante dos “mais fortes”, que, muitas vezes, obstaculizam a sua proteção. Sendo assim, a vulnerabilidade é, de fato, a ratificação da igualdade nas relações de consumo.

THE PRINCIPLE OF VULNERABILITY IN CDC, IN THE LIGHT OF PRINCIPLE OF CONSTITUCIONAL EQUALITY

ABSTRACT: In this article we will discuss about the principle of existing vulnerability in consumption ratio the light of the constitutional principle of equality relations. We will analyze, first, the historical development of generations, classifying consumer protection law as a third generation; subsequently observe the principle of vulnerability to the principle of constitutional equality (art. 5, XXXII, CF), in order, to analyze it, understand the need for a special consumer protection occurs, the protection of public order and social interests. Finally, we will see the institutes resulting vulnerability: the reversal of burden of proof and the sufficiency low.

Keywords: *Vulnerability. Consumer. Equality.*

REFERÊNCIAS

- BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional**. 17ª ed. Ed. Malheiros: São Paulo, 2005.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição**: República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988.
- GRINOVER, Ada Pellegrini. **Código de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2007.
- LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990. **Código de Defesa do Consumidor**.
- MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3ª ed. São Paulo: REVISTA DOS TRIBUNAIS, 1999.
- NEGREIROS, Teresa. **Teoria do Contrato**. Novos paradigmas. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.
- NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 7ª ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- PAULO, Vicente. **Direito Constitucional Descomplicado**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.
- TARTUCE, Flávio. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. Rio de Janeiro: Forense, 2012.