

A FORMAÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO NO PÓS-GUERRA E A CONSOLIDAÇÃO DA PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR

THE FORMATION OF CONSUMER SOCIETY IN THE POSTWAR PERIOD AND THE CONSOLIDATION OF LEGAL CONSUMER PROTECTION

Artigo submetido em 14 de agosto de 2026

Artigo aprovado em 15 de agosto de 2026

Artigo publicado em 15 de agosto de 2026

Cognitio Juris

Volume 16 – Número 59 – 2026

ISSN 2236-3009

Autor:

Paloma Jessica da Silva Jeronimo^[1]

Vitória Beatriz dos Santos Gomes^[2]

Markus Samuel Leite Norat^[3]

Resumo: O presente artigo analisa a relação entre a consolidação da sociedade de consumo no período posterior à Segunda Guerra Mundial e o desenvolvimento da proteção jurídica do consumidor. Parte-se da premissa de que o conflito mundial não constituiu, isoladamente, a origem da sociedade de consumo, mas representou importante fator de aceleração das

transformações industriais, tecnológicas e econômicas que favoreceram, no pós-guerra, a expansão da produção em massa e do mercado consumidor. A ampliação da oferta de bens e serviços, associada à publicidade, ao crédito e à massificação das relações contratuais, contribuiu para o aprofundamento da assimetria existente entre fornecedores e consumidores. Nesse contexto, o artigo examina como a vulnerabilidade do consumidor passou a justificar a intervenção do Estado nas relações privadas, culminando na consolidação de um sistema jurídico específico de proteção. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental, são analisados os fundamentos históricos da sociedade de consumo e sua influência sobre a construção do Direito do Consumidor, com especial atenção ao ordenamento jurídico brasileiro, à Constituição Federal de 1988 e ao Código de Defesa do Consumidor. Conclui-se que a proteção jurídica do consumidor deve ser compreendida como resposta às transformações estruturais promovidas pela sociedade de consumo, buscando restabelecer o equilíbrio nas relações de mercado sem comprometer a livre iniciativa e a atividade econômica.

Palavras-chave: Sociedade de consumo. Pós-guerra. Vulnerabilidade do consumidor. Direito do Consumidor. Código de Defesa do Consumidor.

Abstract: This article analyzes the relationship between the consolidation of the consumer society in the period following the Second World War and the development of consumer legal protection. It is based on the premise that the global conflict did not, in isolation, originate the consumer society, but rather represented an important factor in accelerating the industrial, technological, and economic transformations that, in the postwar period, favored the expansion of mass production and the consumer market. The expansion of the supply of goods and services, combined with advertising, credit, and the massification of contractual relationships, contributed to deepening the asymmetry between suppliers and consumers. In this context, the article examines how consumer vulnerability came to justify State intervention in private relationships, culminating in the consolidation of a specific legal system for consumer protection. Through bibliographical and documentary research, the

historical foundations of the consumer society and their influence on the development of Consumer Law are analyzed, with particular attention to the Brazilian legal system, the Federal Constitution of 1988, and the Consumer Protection and Defense Code. It is concluded that legal consumer protection should be understood as a response to the structural transformations brought about by the consumer society, seeking to restore balance in market relations without compromising free enterprise and economic activity.

Keywords: Consumer society. Postwar period. Consumer vulnerability. Consumer Law. Consumer Protection and Defense Code.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea encontra-se profundamente marcada pelo consumo. A aquisição de bens e serviços deixou de representar apenas uma forma de satisfação de necessidades materiais e passou a ocupar posição central na organização econômica e social. O desenvolvimento dos mercados, a ampliação da oferta de produtos e a sofisticação das estratégias de comercialização transformaram as relações entre consumidores e fornecedores, tornando-as cada vez mais complexas e assimétricas.

Embora as origens da sociedade de consumo possam ser identificadas em processos históricos anteriores, especialmente na industrialização e na expansão da produção em massa, o período posterior à Segunda Guerra Mundial representou importante momento de consolidação desse modelo. A capacidade produtiva e tecnológica desenvolvida durante o conflito foi progressivamente direcionada para o mercado civil, favorecendo a ampliação da produção de bens, a expansão do crédito e o fortalecimento da publicidade como instrumento de estímulo ao consumo.

A massificação das relações de mercado, entretanto, não produziu apenas benefícios econômicos. O crescimento da oferta de produtos e serviços e a crescente especialização dos fornecedores aprofundaram a desigualdade existente entre as partes da relação de consumo.

O consumidor passou a ocupar posição de desvantagem diante do poder econômico, técnico e informacional dos fornecedores, circunstância que evidenciou a insuficiência dos instrumentos tradicionais do Direito Civil para assegurar o equilíbrio dessas relações.

Nesse cenário, a proteção jurídica do consumidor passou a ser compreendida como mecanismo de correção das desigualdades estruturais presentes no mercado. A vulnerabilidade do consumidor tornou-se fundamento central da intervenção estatal, orientando a construção de normas destinadas à proteção de seus interesses e à promoção de relações de consumo mais equilibradas.

No Brasil, esse movimento alcançou especial relevância com a Constituição Federal de 1988, que elevou a defesa do consumidor à condição de direito fundamental e de princípio da ordem econômica, e com a promulgação da Lei nº 8.078/1990, o Código de Defesa do Consumidor, responsável pela sistematização de um microssistema jurídico voltado à tutela das relações de consumo.

Diante desse panorama de profunda assimetria e complexidade nas relações comerciais a partir da segunda metade do século XX, delineia-se o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a consolidação da sociedade de consumo no período posterior à Segunda Guerra Mundial contribuiu para o aprofundamento da vulnerabilidade do consumidor e para o desenvolvimento da proteção jurídica específica destinada a equilibrar as relações de mercado?

Como resposta provisória a essa indagação, formula-se a hipótese de que a transição para uma produção em massa e a consequente massificação do consumo no pós-guerra ampliaram substancialmente as desigualdades técnica, econômica e informacional entre fornecedores e consumidores, tornando os instrumentos clássicos do Direito Civil insuficientes. Como reflexo, a vulnerabilidade do consumidor consolidou-se como um preceito jurídico orientador da intervenção estatal, demandando a criação de um

microssistema jurídico de proteção específico capaz de restabelecer o equilíbrio contratual.

Para responder a esse problema e testar a hipótese levantada, o presente artigo estabelece como seu objetivo geral analisar de que maneira a consolidação da sociedade de consumo no período posterior à Segunda Guerra Mundial contribuiu para o aprofundamento da vulnerabilidade do consumidor e para o desenvolvimento da proteção jurídica específica destinada a equilibrar as relações de mercado.

A fim de operacionalizar a investigação e alcançar a meta geral delineada, definem-se os seguintes objetivos específicos: a) apresentar, de forma sucinta, as transformações econômicas, tecnológicas e industriais verificadas no período pós-guerra; b) examinar a consolidação da sociedade de consumo e a consequente ampliação da vulnerabilidade (técnica, econômica e informacional) do consumidor no mercado contemporâneo; c) analisar os fundamentos constitucionais e legais da proteção do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro, com foco na Constituição Federal de 1988 e na Lei nº 8.078/1990.

Do ponto de vista procedimental, a metodologia empregada para a condução do estudo ampara-se em uma abordagem qualitativa de natureza teórico-explicativa, pautada no método de abordagem hipotético-dedutivo. A pesquisa é estritamente bibliográfica e documental, estruturando-se a partir do levantamento e exame de doutrina jurídica especializada nacional e estrangeira, dados históricos sobre a evolução do mercado e a legislação pátria aplicável.

Por fim, para fins de organização e melhor compreensão do leitor, o texto encontra-se estruturado em três seções principais além desta introdução e das considerações finais. Inicialmente, serão abordadas as transformações econômicas e industriais do pós-guerra. Em seguida, será examinada a consolidação da sociedade de consumo sob a ótica da vulnerabilidade consumerista. Por fim, serão analisados os fundamentos constitucionais e legais que estruturam a defesa do consumidor no Brasil contemporâneo.

2 A CONSOLIDAÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO NO PÓS-GUERRA

O período posterior à Segunda Guerra Mundial foi marcado por profundas transformações tecnológicas, industriais e demográficas que reconfiguraram as bases da organização socioeconômica global. A transição para uma nova realidade urbana e industrial culminou na estruturação daquilo que se convencionou chamar de sociedade de consumo. Esse modelo econômico emergente demandou não apenas uma reorganização das forças de produção e circulação de riquezas, mas também uma revisão profunda dos institutos jurídicos tradicionais, os quais se mostraram insuficientes para mediar as novas e assimétricas relações estabelecidas entre os agentes de mercado e os indivíduos.

2.1 A expansão da produção e do mercado consumidor

A gênese da moderna sociedade de consumo está intrinsecamente ligada a um duplo movimento: o avanço tecnológico e industrial do pós-guerra, que viabilizou a produção em larga escala, e uma reestruturação demográfica sem precedentes pautada pela urbanização acelerada.

Em meados de 1945, a maior parte da população mundial ainda residia no meio rural, caracterizando-se por um modelo de subsistência no qual as famílias produziam grande parte do que consumiam, como alimentos, vestimentas e utensílios, mantendo uma dependência limitada em relação ao mercado. Contudo, o intenso desenvolvimento industrial verificado no pós-guerra acelerou de forma drástica o êxodo rural, atraindo massas populacionais para os centros urbanos em expansão.

Essa transição demográfica alterou profundamente a relação do indivíduo com o consumo. No ambiente urbano, o cidadão perde a capacidade de autoprover suas necessidades mais básicas: ele não cultiva seu próprio alimento, não confecciona suas roupas e não gera sua própria energia ou água. Consequentemente, a sobrevivência na cidade passa a depender inteiramente do mercado para a aquisição de itens essenciais, tais como alimentação,

moradia, saneamento básico, eletricidade, medicamentos e transporte. Sob essa nova ótica, o ato de consumir deixa de ser uma escolha voluntária e se transforma em uma necessidade estrutural, inevitável e contínua para a própria existência do habitante urbano.

Essa dependência incontornável do mercado coloca o consumidor em uma posição de extrema vulnerabilidade frente aos detentores dos meios de produção e distribuição, uma vez que o indivíduo não possui a prerrogativa de simplesmente abster-se do consumo caso discorde das condições impostas. Esta fragilidade estrutural foi pertinentemente sintetizada pelo industrial Henry Ford ao afirmar que o consumidor representa o elo mais fraco da economia, advertindo que nenhuma corrente pode ser mais forte do que o seu elo mais fraco. Na perspectiva de Ford, a sustentabilidade de toda a cadeia econômica depende diretamente da capacidade do consumidor de se manter ativo; se o consumidor colapsa financeiramente, todo o sistema produtivo colapsa conjuntamente.

2.2 A massificação do consumo

Se a urbanização e a expansão industrial criaram a necessidade do consumo, a sua massificação e elevação a patamares inéditos foram impulsionadas pela conjunção de três fatores determinantes: a produção em massa, a facilitação do crédito e a profissionalização da publicidade.

A publicidade, que já existia anteriormente, sofreu uma revolução conceitual e metodológica no período pós-guerra. Ela deixou de ser uma atividade meramente informativa sobre a existência de produtos para se converter em uma disciplina profissional altamente organizada, baseada em estudos de comportamento do consumidor e estratégias psicológicas elaboradas por especialistas. O objetivo central dessa publicidade moderna transcendeu a mera informação: passou a focar na criação ativa de desejos, necessidades e na associação subjetiva do produto à felicidade, à aceitação social e à ascensão pessoal.

Essa nova engrenagem publicitária, consolidada a partir da década de 1950, gerou um

tensionamento direto sobre as bases do direito contratual clássico, fundado no princípio do pacta sunt servanda (os pactos devem ser cumpridos). O ordenamento jurídico tradicional partia do pressuposto teórico de que os contratantes seriam sujeitos livres, racionais e dotados de igualdade material e informativa, tornando qualquer acordo legítimo por decorrer da autonomia de suas vontades. No entanto, para que a autonomia da vontade seja efetiva e a escolha seja genuinamente livre, é indispensável o acesso a informações completas e fidedignas sobre o objeto do contrato.

A publicidade moderna rompeu esse equilíbrio ao atuar de maneira eminentemente persuasiva e unilateral. Por sua própria natureza, a mensagem publicitária destaca apenas as qualidades e benefícios do produto, omitindo suas limitações, riscos associados, defeitos potenciais ou custos ocultos. Embora não atue necessariamente por meio da falsidade deliberada, a publicidade narra apenas uma parcela conveniente da realidade, utilizando técnicas altamente refinadas para influenciar o consentimento do consumidor.

A associação dessa comunicação persuasiva com a facilidade do crédito gerou reflexos sociais e jurídicos severos que o Direito não pôde negligenciar. Entre as principais consequências dessa dinâmica de massificação, destacam-se os seguintes pontos:

- **Superendividamento:** a facilitação de compra a prazo combinada com o apelo ao consumo induziu indivíduos a acumularem obrigações financeiras incompatíveis com suas capacidades de pagamento, gerando grave exclusão social;
- **Impacto socioambiental:** o estímulo ao consumo desenfreado de produtos descartáveis gerou um aumento alarmante no descarte de resíduos e na exploração de recursos naturais;
- **Quebra de expectativas de consumo:** fazendo com que a publicidade frequentemente gerasse expectativas de qualidade e utilidade que os produtos reais, de qualidade inferior, não conseguiam satisfazer.

Diante desse cenário, restou evidente a obsolescência do modelo jurídico clássico de igualdade formal. O consumidor, ao confrontar grandes corporações dotadas de superioridade econômica, técnica e informativa, encontra-se em evidente desvantagem. Reconhecendo que as relações de consumo são intrinsecamente desiguais, os sistemas jurídicos globais passaram a estruturar microssistemas de proteção específicos, destinados a tutelar a vulnerabilidade do consumidor, coibir práticas abusivas e restabelecer o equilíbrio contratual.

3 A SOCIEDADE DE CONSUMO E A VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

A sociedade de consumo contemporânea reconfigurou as relações existenciais e jurídicas ao inserir o indivíduo em uma complexa teia de desejos artificialmente manufaturados. Sob o prisma sociológico, a transição para uma sociedade de consumidores converteu o consumo na atividade central da vida moderna (Bauman, 2008 apud Lima, 2011).

Como adverte a doutrina, essa dinâmica gera uma fragilização estrutural do indivíduo que, embora sustente a engrenagem econômica por meio do seu poder de compra, não detém controle algum sobre a cadeia produtiva (Donato, 1993 apud Lima, 2011). Esse cenário é severamente agravado pela urbanização acelerada pós-1945, que consolidou uma dependência absoluta das populações em relação ao mercado para o suprimento de necessidades básicas e vitais, como água, energia, moradia e alimentos. Nas cidades, consumir deixou de ser um ato voluntário de escolha e tornou-se uma imposição biológica e social incontornável de sobrevivência urbana.

Diante dessa desigualdade fática, a Constituição Federal de 1988 erigiu a tutela do consumidor como direito fundamental (art. 5º, XXXII) e princípio da ordem econômica (art. 170) (Lima, 2011). O Código de Defesa do Consumidor (CDC) corporifica essa diretriz ao adotar o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor como pilar de sustentação e legitimidade de todo o microssistema (art. 4º, I) (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017). A

doutrina nacional assevera que a vulnerabilidade constitui a premissa de direito material que justifica o tratamento protetivo diferenciado, reconhecendo a fraqueza intrínseca do indivíduo perante o poderio técnico e econômico empresarial (Bitencourt, 2004 apud Silva et al., 2021).

Enquanto o risco denota fatores estatísticos de exposição potencial a danos de mercado, a vulnerabilidade é uma condição material, intrínseca e perene do consumidor, que opera de forma contínua no polo fraco da relação jurídica (Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Da mesma forma, impõe-se a distinção precisa entre “vulnerabilidade” e “hipossuficiência” (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017). A vulnerabilidade é um conceito de direito material, universal e de presunção absoluta (*iure et de iure*) aplicável a todo consumidor pelo simples fato de figurar nesta condição (Marques, 2011 apud Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

Já a hipossuficiência é um conceito estritamente processual e relativo (*iuris tantum*), atrelado à concreta dificuldade ou impossibilidade de produção probatória em juízo frente ao aparato técnico do fornecedor, autorizando o magistrado a determinar a facilitação de sua defesa mediante a inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII, do CDC) (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

Essa fragilidade material atinge seu ápice na categoria dos “contratos existenciais” proposta por Antônio Junqueira de Azevedo, caracterizados por terem como objeto bens da vida indispensáveis à subsistência digna, em oposição aos clássicos contratos de lucro (Azevedo, 2005 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Pelo paradigma da essencialidade de Teresa Negreiros, quanto mais vital e existencial o bem contratado (como saúde, moradia, saneamento e energia), maior deve ser a ingerência protetiva do Estado para limitar o abuso da autonomia privada e das cláusulas unilaterais (Negreiros, 2002 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Portanto, o princípio constitucional da máxima efetividade impõe ao julgador interpretar a vulnerabilidade e a hipossuficiência de forma amplificada nos contratos existenciais *stricto sensu*, resguardando a integridade psicofísica do consumidor frente à busca incessante de

lucratividade do fornecedor (Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

3.1 A assimetria nas relações de consumo

O diálogo contemporâneo entre o Direito e a Análise Econômica do Direito (AED) revela que o modelo de concorrência perfeita da economia clássica constitui um idealismo fático distante da realidade mercadológica (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Os mercados reais caracterizam-se por severas falhas estruturais, destacando-se a assimetria informacional como uma das principais causadoras do desequilíbrio contratual (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Trata-se do cenário no qual o fornecedor retém o domínio técnico e informacional absoluto sobre a concepção, produção, riscos e distribuição dos produtos e serviços, restando ao consumidor uma racionalidade limitada na tomada de decisões de consumo (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024).

Na perspectiva econômica, essa assimetria pré e pós-contratual desdobra-se em duas disfunções contratuais graves: a seleção adversa e o risco moral (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). A seleção adversa, conforme a teoria clássica de George Akerlof (“The Market for Lemons”), consiste em uma assimetria pré-contratual em que uma das partes oculta informações cruciais sobre a real qualidade do objeto, induzindo a outra a escolhas ineficientes e desvantajosas (Akerlof, 1970 apud Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Por sua vez, o risco moral (moral hazard) configura uma falha pós-contratual, na qual um agente altera seu comportamento de forma oportunista após a avença por estar garantido por coberturas contratuais (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Embora os fornecedores acusem comportamentos oportunistas dos adquirentes, as corporações utilizam massivamente seu poder técnico e econômico para rastrear dados e comportamentos do consumidor, aprofundando o desnível informacional original (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024).

Esta disparidade informacional é substancialmente agravada na modernidade pela publicidade persuasiva e pelo advento do neuromarketing (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024).

Ao valer-se da neurociência para monitorar reações fisiológicas e impulsos subconscientes de potenciais clientes, o fornecedor consegue mapear gatilhos emocionais com precisão matemática (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Com amparo na teoria comportamental do consumo, reconhece-se que as decisões de compra decorrem frequentemente de desejos inconscientes destinados a sanar frustrações psicossociais, escapando do controle puramente racional do adquirente (Mendonça; Kozicki; Coelho apud Carvalho; Godoy; Alonso, 2024).

Somam-se a isso táticas como o branding sensorial, que estimulam aromas, sons e cores para gerar uma imposição orgânica e imediata de consumo (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Ao desvendar e manipular o subconsciente do consumidor, as corporações exercem um verdadeiro “monopólio cognitivo” (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024). Sem defesas psicológicas ou biológicas eficazes contra técnicas de manipulação de tamanha magnitude, o consumidor é relegado a uma posição de passividade existencial, demonstrando que a assimetria informativa contemporânea solapa os próprios alicerces de sua livre manifestação de vontade (Carvalho; Godoy; Alonso, 2024).

3.2 A vulnerabilidade como característica estrutural do consumidor

Longe de ser uma disfunção passageira ou corrigível de mercado, a vulnerabilidade é uma característica estrutural, permanente e inerente à própria arquitetura do sistema econômico contemporâneo (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Para fins de tutela jurídica direcionada, a clássica doutrina de Cláudia Lima Marques divide a vulnerabilidade em quatro vertentes fundamentais, amplamente chanceladas pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ) (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017):

- **Vulnerabilidade Técnica:** decorre do desconhecimento específico do consumidor leigo sobre as propriedades físicas, químicas, de engenharia ou segurança do produto ou serviço adquirido, submetendo-o ao monopólio produtivo e científico do fornecedor

(Marques, 2010 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

- **Vulnerabilidade Jurídica (ou Científica):** caracteriza-se pela ausência de conhecimentos jurídicos, contábeis ou econômicos para avaliar o real alcance das cláusulas estipuladas unilateralmente em contratos de adesão e nas condições gerais de contratação (CondGs) (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017).
- **Vulnerabilidade Fática (ou Socioeconômica):** trata-se da disparidade de poder financeiro, de recursos produtivos e de porte de mercado existente entre o indivíduo e as grandes corporações, acentuando-se faticamente quando envolve o fornecimento de serviços essenciais e monopolizados de sobrevivência urbana (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017).
- **Vulnerabilidade Informacional:** manifesta-se no déficit ou no bombardeio caótico, fragmentado e manipulado de informações que caracteriza a era digital. O excesso publicitário em redes sociais obstaculiza o discernimento crítico, impedindo o consumidor de obter dados claros e transparentes sobre as reais utilidades do produto (Lima, 2011; Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

A doutrina moderna expandiu esse rol e identificou novas categorias de fragilização (Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Destaca-se a vulnerabilidade financeira, caracterizada pela facilitação irresponsável do crédito, juros ilusórios e empréstimos consignados complexos que empurram as massas populares ao superendividamento de subsistência, comprometendo o mínimo existencial (Martins; Pacheco, 2015 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

Identifica-se também a vulnerabilidade política ou legislativa, decorrente do massivo lobby corporativo nas esferas legislativas para a aprovação de normas favoráveis aos fornecedores, em oposição à desarticulação política dos consumidores (Moraes, 2009 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Por fim, assinalam-se as vulnerabilidades biológica (ou psíquica), traduzida na passividade volitiva perante as técnicas de marketing subliminar (Pinheiro, 2010 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017), e ambiental, referente ao sistemático ocultamento dos impactos ecológicos e climáticos da cadeia de massas (Moraes, 2009 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

O amadurecimento conceitual do Direito do Consumidor consolidou, outrossim, o conceito de hipervulnerabilidade (Alves; Ortolan, 2020; Carvalho; Godoy; Alonso, 2024; Rosa; Bizelli; Félix, 2017). Trata-se do agravamento severo e qualificado da vulnerabilidade geral do CDC em razão de características etárias, sociais, cognitivas, biológicas ou de saúde (como ocorre com crianças, idosos, analfabetos, enfermos e minorias marginalizadas) (Marques; Miragem, 2014 apud Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

Essas pessoas, detentoras de menor capacidade de compreensão ou resistência aos apelos comerciais, tornam-se alvos preferenciais de condutas exploratórias de mercado (Rosa; Bizelli; Félix, 2017). A constatação desse estado exige do Judiciário e das políticas regulatórias uma atuação protetiva intensificada, sob pena de total inviabilização da igualdade material e da dignidade da pessoa humana (Rosa; Bizelli; Félix, 2017).

4 A PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR COMO RESPOSTA À SOCIEDADE DE CONSUMO

A consolidação da sociedade de consumo no período posterior à Segunda Guerra Mundial provocou profundas transformações nas relações econômicas e sociais. A expansão da produção em massa, o desenvolvimento tecnológico, a ampliação do crédito e o crescimento da publicidade contribuíram para a formação de um mercado caracterizado pela oferta crescente e pelo consumo de bens e serviços em larga escala. Nesse cenário, as relações entre fornecedores e consumidores passaram a apresentar maior complexidade e, conseqüentemente, evidenciaram a necessidade de mecanismos jurídicos capazes de proteger a parte mais vulnerável da relação.

A massificação das relações de consumo modificou, inclusive, a própria estrutura contratual. A utilização de contratos de adesão, por exemplo, permitiu que fornecedores estabelecessem previamente as condições negociais, reduzindo significativamente a possibilidade de discussão individual de suas cláusulas.

Nesse sentido, a vulnerabilidade do consumidor se tornou elemento central para justificar a intervenção do Estado nas relações de mercado. O consumidor, em regra, não possui o mesmo nível de informação, conhecimento técnico ou poder econômico do fornecedor, circunstância que pode comprometer sua capacidade de tomar decisões plenamente conscientes.

A proteção jurídica surge, portanto, não como uma limitação arbitrária à atividade econômica, mas como instrumento de equilíbrio das relações de mercado. O objetivo consiste em reduzir as desigualdades existentes entre consumidores e fornecedores, garantindo condições mais justas para a contratação e para o exercício dos direitos decorrentes da relação de consumo.

Assim, a evolução da sociedade de consumo contribuiu diretamente para a necessidade de uma resposta jurídica específica. Quanto mais complexas e massificadas se tornaram as relações de mercado, maior foi a necessidade de proteção daquele que ocupa posição estruturalmente mais vulnerável. O Direito do Consumidor representa, nesse quadro, uma adaptação do sistema jurídico às transformações econômicas e sociais produzidas pela sociedade de consumo, buscando conciliar a dinâmica do mercado com a proteção da dignidade, da liberdade de escolha e dos interesses do consumidor.

4.1 A necessidade de intervenção estatal nas relações de consumo

A expansão da sociedade de consumo e a massificação das relações contratuais evidenciaram uma desigualdade estrutural entre consumidores e fornecedores. A produção em larga escala, os contratos de adesão, a publicidade e o desenvolvimento do crédito ampliaram o mercado, mas também reduziram a possibilidade de negociação individual e aumentaram a dependência do consumidor em relação às informações fornecidas pelo fornecedor. Diante dessa assimetria, a intervenção estatal tornou-se necessária para assegurar equilíbrio nas relações de mercado.

A intervenção estatal, nesse sentido, não representa oposição à atividade econômica, mas mecanismo de correção das desigualdades existentes no mercado. O Estado estabelece direitos, deveres e limites à atuação dos fornecedores, buscando garantir segurança, transparência e equilíbrio nas relações de consumo.

4.2 A proteção do consumidor na Constituição Federal

No Brasil, a defesa do consumidor adquiriu expressa proteção constitucional com a Constituição Federal de 1988. O art. 5º, XXXII, determina que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, conferindo ao tema natureza de direito fundamental.

A proteção consumerista também foi inserida entre os princípios da ordem econômica, no art. 170, V, da Constituição, ao lado da livre iniciativa e da valorização do trabalho humano. A Constituição, portanto, estabelece uma relação de equilíbrio entre liberdade econômica e proteção dos consumidores, reconhecendo que o funcionamento do mercado deve observar limites destinados à preservação de direitos.

4.3 O Código de Defesa do Consumidor e o reconhecimento da vulnerabilidade

O Código de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei nº 8.078/1990, concretizou o comando constitucional e criou um sistema específico de proteção das relações de consumo. Seu fundamento central está no reconhecimento de que o consumidor ocupa posição de vulnerabilidade perante o mercado.

O art. 4º, I, do CDC estabelece expressamente o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo” como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo. Essa vulnerabilidade decorre, entre outros fatores, da desigualdade de informações, do conhecimento técnico, do poder econômico e da própria estrutura das relações contratuais.

Diante disso, o CDC assegura direitos como informação adequada e clara, proteção contra

práticas abusivas e reparação de danos, previstos especialmente em seu art. 6º.

Assim, o reconhecimento da vulnerabilidade constitui a base da tutela consumerista brasileira. O CDC não busca eliminar a atividade econômica, mas estabelecer condições para que o mercado funcione de maneira mais equilibrada, compatibilizando os interesses dos fornecedores com a proteção da parte estruturalmente mais fraca da relação de consumo.

5 CONCLUSÃO

A análise desenvolvida permitiu compreender que a consolidação da sociedade de consumo no período posterior à Segunda Guerra Mundial esteve diretamente relacionada às transformações industriais, tecnológicas e econômicas que ampliaram a produção em massa, o crédito e a publicidade. Embora esse processo tenha contribuído para o desenvolvimento econômico e para a ampliação do acesso a bens e serviços, também intensificou a desigualdade entre consumidores e fornecedores, especialmente diante das diferenças de poder econômico, técnico e informacional.

Nesse contexto, a vulnerabilidade do consumidor revelou a insuficiência dos instrumentos tradicionais do Direito para assegurar o equilíbrio das relações de mercado, tornando necessária a intervenção estatal. No ordenamento jurídico brasileiro, essa proteção foi constitucionalmente reconhecida pela Constituição Federal de 1988 e concretizada pelo Código de Defesa do Consumidor, que estabeleceu um sistema específico de tutela fundado na vulnerabilidade do consumidor.

Conclui-se, portanto, que o Direito do Consumidor constitui uma resposta jurídica às transformações produzidas pela sociedade de consumo, buscando corrigir suas desigualdades estruturais e assegurar maior equilíbrio nas relações de mercado. A proteção consumerista, assim, não representa impedimento à livre iniciativa, mas instrumento necessário para compatibilizar a atividade econômica com a dignidade, a informação, a liberdade de escolha e a efetiva proteção dos consumidores.

REFERÊNCIAS

ALVES, Israel Rocha; ORTOLAN, Sandro Soratto. A sociedade de consumo e a vulnerabilidade dos consumidores. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL EM DIREITOS HUMANOS E SOCIEDADE, 2., 2019, Criciúma. **Anais...** Criciúma: UNESCO, 2019. Disponível em: <https://periodicos.unesc.net/ojs/index.php/AnaisDirH/article/view/5844>. Acesso em: 13 ago. 2026.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 14 ago. 2026.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 12 set. 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 14 ago. 2026.

CARVALHO, Lucas Soares de; GODOY, Sandro Marcos; ALONSO, Ricardo Pinha. A análise econômica do direito e as falhas de mercado: a assimetria de informações como condição maximizadora da hipervulnerabilidade consumerista. **Ratio Juris**, Medellín, v. 19, n. 39, p. 241-265, jul./dez. 2024. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5857/585782152008/585782152008.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2026.

DIREITO do Consumidor e Publicidade no Pós-Guerra. Documento de apoio / manuscrito integrado ao Caderno de Estudos, 2026.

LIMA, Sthéfanni Machado de. Vulnerabilidade e hipossuficiência na sistemática do Código de Defesa do Consumidor. **Revista do CAAP**, Belo Horizonte, v. XVII, n. 2, p. 241-259, 2011. Disponível em:

<https://periodicos.ufmg.br/index.php/caap/article/download/47176/38343/166017>. Acesso em: 13 ago. 2026.

NORAT, Markus Samuel Leite. Direito do consumidor descomplicado: passo a passo didático e prático. João Pessoa: Editora Norat, 2026.

RELATÓRIO de Pesquisa: Sociedade de Consumo e Vulnerabilidade do Consumidor. Documento de compilação bibliográfica científica integrado ao Caderno de Estudos, 2026.

ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BIZELLI, Rafael Ferreira; FÉLIX, Vinícius Cesar. Vulnerabilidade e hipossuficiência no contrato existencial de consumo. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 21, n. 1, p. 155-188, mar. 2017. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/download/24634/20699/131158>. Acesso em: 13 ago. 2026.

SILVA, Rosana Oliveira da; BARROS, Denise Franca; GOUVEIA, Tânia Maria de Oliveira Almeida; MERABET, Daniel de Oliveira Barata. Uma discussão necessária sobre a vulnerabilidade do consumidor: avanços, lacunas e novas perspectivas. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 83-95, jan./mar. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/jj/cebape/a/TqJ8X8WvJysZ3TKDJm5PwnB/>. Acesso em: 13 ago. 2026.

[1] Especializanda em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ). Bacharela em Direito pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. E-mail: palomajessicasj@gmail.com

[2] Especializanda em Direito Civil e Processual Civil pelo Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ). Bacharela em Direito pelo Centro Universitário UNIESP. E-mail: gomesvitoria518@gmail.com

[3] Doutorando em Ciências Jurídicas e Sociais. Mestre em Direito e Desenvolvimento Sustentável. Especialização em Coordenação Pedagógica. Especialização em Tutoria em Educação a Distância e Docência do Ensino Superior. Especialização em Direito da Seguridade Social Previdenciário e Prática Previdenciária. Especialização em Advocacia Extrajudicial. Especialização em Direito da Criança, Juventude e Idosos. Especialização em Direito Educacional. Especialização em Direito do Consumidor. Especialização em Direito Civil, Processo Civil e Direito do Consumidor. Especialização em Direito do Trabalho e Processual do Trabalho. Especialização em Direito Ambiental. Especialização em Desenvolvimento em Aplicações Web. Especialização em Desenvolvimento de Jogos Digitais. Especialização em Ensino Religioso. Especialização em Docência no Ensino de Ciências Biológicas. Especialização em Ensino de História e Geografia. Especialização em Ensino de Arte e História. Especialização em Docência em Educação Física. Licenciatura em Geografia. Licenciatura em Ciências Biológicas. Licenciatura em História. Licenciatura em Letras Português. Licenciatura em Ciências da Religião. Licenciatura em Educação Física. Licenciatura em Artes. Licenciatura em Ciências Sociais. Licenciatura em Filosofia. Bacharelado em Direito. Editor de Livros, Revistas e Websites. Advogado especializado em Direito do Consumidor. Coordenador Pedagógico e Professor do Departamento de Pós-Graduação em Direito do Centro Universitário de João Pessoa UNIPÊ; Professor convidado da Escola Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça; Professor do Curso de Graduação em Direito no Centro Universitário de João Pessoa UNIPÊ; Professor do Curso de Graduação em Direito na Faculdade Internacional Cidade Viva FICV; Membro Coordenador Editorial de Livros Jurídicos da Editora Edijur (São Paulo); Membro Diretor Geral e Editorial das seguintes Revistas Científicas: Scientia et Ratio; Revista Brasileira de Direito do Consumidor; Revista Brasileira de Direito e Processo Civil; Revista Brasileira de Direito Imobiliário; Revista Brasileira de Direito Penal; Revista Científica Jurídica Cognitio Juris, ISSN 2236-3009; e Ciência Jurídica; Membro do Conselho Editorial da Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo, ISSN 2237-1168; Autor de mais de 90 livros jurídicos e de diversos artigos científicos.