

A vulnerabilidade linguística como um direito básico do consumidor: diálogos possíveis entre o Direito e a Linguagem

Tadeu Luciano Siqueira Andrade*
Luciano Mello de Carvalho**

Sumário

Considerações preliminares. 1. A vulnerabilidade: ponto de partida do CDC. 2. Vulnerabilidade linguística: não é apenas o juridiquês. 3. Agravamento da vulnerabilidade linguística. Considerações finais. Referências.

Resumo

A linguagem e o Direito são inseparáveis. Entre eles há uma interdependência. Por intermédio da linguagem, a norma jurídica se concretiza, é aplicada ao caso concreto, é concedido o direito e decidida uma demanda. Enfim, o Direito é, por excelência, uma linguagem. Adotando o método qualitativo e a pesquisa bibliográfica e doutrinária, o presente artigo visa à análise da vulnerabilidade como o princípio norteador das relações de consumo, dando ênfase à vulnerabilidade linguística do consumidor, reconhecendo-a como um direito fundamental, um corolário do princípio do acesso à justiça e como um direito básico do consumidor, do qual surgem outros direitos, sobretudo o direito à informação e à transparência nas relações de consumo.

Abstract

The language and Law are inseparable. There is interdependence between them. Through language, the legal norm is concretized, applied to the specific case, the right is granted and a demand is decided. Ultimately, law is, par excellence, a language. Adopting the qualitative method and bibliographical and doctrinal research, this article aims to analyze vulnerability as the guiding principle of consumer relations, emphasizing the consumer's linguistic vulnerability, recognizing it as a fundamental right, a corollary of the principle of access to justice and, above all, as a basic consumer right from which other rights arise, especially the right to information and transparency in consumer relations.

* Pós-Doutor em Linguística (UNB). Licenciado em Letras. Bacharel em Direito. Especialista em Direito do Consumidor. Advogado. Professor da Universidade do Estado da Bahia – Colegiado de Direito – Campus IV.

** Especialista em Gestão Pública. Licenciado em Educação Física e Pedagogia. Graduando em Direito. Professor da Rede pública estadual da Bahia. Gestor do Colégio Estadual Professor Carlos Barros – Salvador – BA.

Palavras-chave: Acesso à justiça. Informação. Linguagem. Princípios. Transparência.

Keywords: *Access to justice. Information. Language. Principles. Transparency.*

Considerações preliminares

A Política Nacional das Relações de Consumo, prevista pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) no Artigo 4º, visa a atender às necessidades dos consumidores, considerando a dignidade da pessoa humana. Para isso, elegeu a vulnerabilidade do consumidor como o princípio base das relações de consumo. A vulnerabilidade é o estado daquele que pode ter um ponto fraco na relação facilmente é vítima. No Direito, a vulnerabilidade é reconhecida quando há sujeitos necessitados de proteção e se encontram em situação de desigualdade, defendem Marques e Miragem (2016).

Com a Constituição de 1988, novos sujeitos passam a ser vistos pelo ordenamento jurídico brasileiro. Nasceram, portanto, para esses sujeitos direitos até então não tutelados pelo Estado. Daí, a vulnerabilidade torna-se um princípio decorrente do princípio da igualdade, reconhecendo as especificidades de cada sujeito da relação, pois a igualdade, nesse caso, surge da desigualdade. Em uma relação consumerista, há um sujeito que detém a técnica e as condições de produção e um que desconhece tais condições e os aspectos inerentes ao produto ou serviço. Esse sujeito, que é o consumidor, encontra-se em desigualdade perante aquele, ou seja, o fornecedor. E nessa desigualdade, que está o princípio vulnerabilidade como o fundamento das relações consumeristas. Nessas relações, há de falarmos em vulnerabilidades no plural, uma vez que a sociedade é multifacetada e cada sujeito tem as suas características psicofísicas e socioculturais influenciadas por fatores diversos.

Este artigo visa à análise do princípio da vulnerabilidade no CDC e suas implicações doutrinárias, considerando as vulnerabilidades previstas pela doutrina e a vulnerabilidade universal adotada como princípio pelo CDC.

As técnicas de pesquisa utilizadas foram as da pesquisa bibliográfica, recorrendo a livros, artigos, doutrina e jurisprudências nacionais e internacionais, a fim de avaliar o tema à luz de uma nova perspectiva. Por isso, realizamos uma pesquisa doutrinária e bibliográfica, adotando o método qualitativo.

O artigo é dividido em três seções. Na primeira seção, destacamos o princípio da vulnerabilidade à luz do Direito do Consumidor e as vulnerabilidades definidas pela doutrina. Na segunda, focamos o cerne da pesquisa, abordando a vulnerabilidade linguística não reconhecida pela doutrina, mas presente nas relações consumeristas, apresentamos a inter-relação Direito e Linguagem. Na terceira, destacamos a vulnerabilidade linguística agravada como um direito básico do consumidor, seu reconhecimento como um direito fundamental e um dos direitos básicos do consumidor. Em seguida, fazemos as nossas considerações.

1. A vulnerabilidade: ponto de partida do CDC

A vulnerabilidade é uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito, desequilibrando a relação de consumo. Por isso, vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção, conforme defendem Marques e Miragem (2016). Paralela à vulnerabilidade, há a hipossuficiência que se refere, a partir da situação socioeconômica do sujeito, à concessão dos benefícios da justiça gratuita em matéria processual.

É um conceito fático, não jurídico, fundado em uma disparidade perceptível no caso concreto e no sujeito da relação jurídica. Semanticamente, vulnerabilidade e hipossuficiência são termos correlatos. No campo jurídico, uma pode influenciar na outra, mas apresentam diferenças porque todo consumidor é vulnerável, mas nem todo consumidor é hipossuficiente.

O Inciso I do Artigo 4º do CDC preconiza que o consumidor é vulnerável. Essa afirmação é uma primeira medida da isonomia. Falar em desigualdade parece uma contradição, já que o princípio da isonomia fundamenta as relações jurídicas. Portanto, é imprescindível uma interpretação sistemática e adequada da fórmula aristotélica na máxima da justiça equitativa: dar tratamento igual aos iguais, e desigual aos desiguais na medida dessa fragilidade. Rui Barbosa, retomando a justiça aristotélica, disse:

A regra da igualdade não consiste senão em quinhoar desigualmente aos desiguais, na medida em que se desigalam. Nesta desigualdade social, proporcionada à desigualdade natural, é que se acha a verdadeira lei da igualdade. O mais são desvarios da inveja, do orgulho ou da loucura. Tratar com desigualdade a iguais, ou a desiguais com igualdade, seria desigualdade flagrante, e não igualdade real. (RUI BARBOSA, [1920], 2004)

A igualdade a que o dispositivo constitucional se refere é o aspecto formal, isto é, na aplicação da lei. Deve, portanto, o intérprete dar tratamento igualitário a todos de forma indistinta. No aspecto material, é necessário tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida de suas desigualdades, objetivando, assim, atingir a igualdade formal.

Daí, surge o princípio da isonomia. Conforme Nunes (2014), é exatamente da discriminação que nasce esse princípio. Neste caso, o termo discriminação não corresponde ao ato de segregação, exclusão social, mas a especificar, avaliar, considerando-se aspectos relevantes para a aplicação da Justiça.

Proteger o vulnerável é concretizar o princípio constitucional da igualdade. Considerar consumidor e fornecedor iguais nas relações consumeristas seria nada mais do que violar o princípio da isonomia na sua essência. Por exemplo, um agricultor, cidadão comum, ao celebrar um contrato de financiamento com uma instituição

bancária, pode, do ponto de vista jurídico, discutir, de forma igual, as cláusulas contratuais com o gerente?

Assim, estar-se-ia violando a igualdade formal e desigualdade material, uma vez que, naquela situação, o agricultor desconhece os termos técnico-jurídicos da relação contratual. Daí, advém a vulnerabilidade, pois “basta ser consumidor para ser vulnerável” (NUNES, 2014, p. 87). A vulnerabilidade é inseparável das relações de consumo, uma vez que não se trata de mera presunção legal e decorre de dois aspectos: (i) de ordem técnica: refere aos meios de produção, conhecimento da técnica e informação, segundo Nunes (2014). O fornecedor centraliza a relação de produção e detém os aspectos técnico-estruturais do produto/serviço posto no mercado. Há o desconhecimento do consumidor acerca do produto/serviço adquirido. Em razão disso, pode ser “facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços”, postula Miragem *et al.* (2010, p. 145). O fornecedor tem o poder de decidir, escolher o que, quando produzir e como produzir. Ao consumidor, a liberdade de escolha é mínima; (ii) de maior capacidade econômica de que, via de regra, o fornecedor dispõe em relação ao consumidor. Esse aspecto também pode ser um dos fatores da desigualdade na relação de consumo, com possibilidades de prejudicar o consumidor.

O termo *vulnerabilidade* é amplo do ponto de vista semântico. Por isso, a doutrina reconhece a existência de diversas vulnerabilidades que se intercomplementam no contexto das relações de consumo, cabendo ao profissional do Direito aplicá-las ao caso concreto conforme o contexto. Por exemplo, um consumidor pode ser vulnerável do ponto de vista fático, socioeconômico ao mesmo tempo. Nosso objetivo não é analisá-las, mas apresentar um breve comentário para chegarmos à temática central deste artigo.

Tratando-se da *vulnerabilidade técnica*, o consumidor não detém o conhecimento técnico. Não é capaz de mensurar a qualidade, os meios empregados e o risco dos produtos/serviços da relação consumerista. Para Cavalieri Filho (2016), essa vulnerabilidade associa-se à falta ou inexatidão de informações que são prestadas ao consumidor.

Na *vulnerabilidade fática*, há o poder econômico do fornecedor em relação ao consumidor, marcado pela divergência entre a maior capacidade socioeconômica do fornecedor no controle de produção, preponderando economicamente no mercado. A vulnerabilidade *jurídica*, segundo Moraes (2018), decorre do fato de o consumidor enfrentar obstáculo no acesso à justiça para defender seus direitos, seja no âmbito judicial, seja no administrativo. Essa vulnerabilidade decorre do desconhecimento dos termos técnicos e jurídicos por parte do consumidor.

A *vulnerabilidade política ou legislativa* configura-se pela falta de organizações de consumidores, haja vista a escassez de associações ou órgãos que influenciam de maneira eficaz na implantação de políticas que controlam os abusos nas relações de consumo. É necessário destacar o aspecto psíquico do consumidor que, a todo o momento, sofre as pressões do mercado de consumo. Nesse contexto, há

a *vulnerabilidade psíquica ou biológica* que corresponde aos estímulos empregados pelos fornecedores para persuadir o consumidor na aquisição do produto ou serviço. Trata-se de um “chamariz”, por exemplo:

Anuncia-se a liquidação com grandes descontos e quando o consumidor chega à loja, a liquidação é restrita a uma única prateleira ou estante.

O consumidor vê na vitrine uma roupa bonita a preço baixíssimo. Entra na loja, pode a roupa, mas há um único exemplar, de tamanho fora do padrão. Ele constrangido recebe o “ataque” do vendedor que oferece outros produtos (NUNES, 2011, p. 27).

Diversas são as táticas para atrair o consumidor, caracterizadas por ofertas fabulosas, levando o consumidor a comprar produtos incompatíveis com a sua condição socioeconômica.

A *vulnerabilidade econômica ou social* resulta da disparidade que existe entre fornecedor e consumidor, haja vista a sua situação de detentor do poder socioeconômico do fornecedor, que impõe ao consumidor condições desconhecidas na relação de consumo, como, por exemplo, as cláusulas de um contrato de adesão, o uso de aplicativos pelo consumidor que sequer sabe ligar um celular. Existem determinados produtos cujo uso causa dano ambiental, mas o consumidor nem sempre conhece tais riscos. Referimo-nos à *vulnerabilidade ambiental* relacionada diretamente com o consumo em massa da sociedade atual. Por o homem ser parte do meio ambiente, está sujeito a uma série de alterações causadas pelo uso irracional dos recursos naturais do planeta, resultando em prejuízos biológicos ilimitados e causando até mesmo a morte.

Vulnerabilidade informacional: reporta-se à pessoa do consumidor. Segundo Xavier (online, 2012), “na sociedade atual, são de grande importância a aparência, a confiança, a comunicação e a informação”. O consumo é mais visual, rápido e de risco, necessitando de informações transparentes.

Todas essas vulnerabilidades impossibilitam a interação entre o consumidor e fornecedor. No entanto, há uma vulnerabilidade que mais se evidencia e é decorrente de fatores de natureza linguística, seja na modalidade verbal ou não verbal. Trata-se da vulnerabilidade linguística que será abordada na seção seguinte.

2. Vulnerabilidade linguística: não é apenas o jurídiquês

Quando falamos em vulnerabilidade, não nos atemos apenas às questões de ordem semântico-lexical, ou seja, o significado e o sentido das estruturas linguísticas, uma vez que a polissemia é uma propriedade inerente à língua e possibilita a uma só palavra vários sentidos a depender do contexto discursivo. Segundo Warat (1995),

a linguagem no Direito se manifesta de duas formas: (i) a linguagem ordinária ou natural, caracterizada como a interação humana, graças aos componentes semânticos e à multiplicidade de regras cuja produção de sentido depende do contexto comunicacional. Na linguagem comum, uma palavra tem um sentido. Todavia apresenta outro na seara jurídica, por exemplo, *sentença* na linguagem comum, possui vários sentidos: *estrutura gramatical, conjunto de número, pena*. Na linguagem processual, significa a decisão de um juiz resolvendo uma demanda; (ii) a linguagem extraordinária, como um paradoxo em relação à linguagem comum, viola alguns princípios ou regras da sintaxe, da semântica da linguagem comum. Nesse caso, a palavra tem o sentido específico em uma determinada área, por exemplo, *habeas corpus, sursis, anticrese, Litisconsorte* são usadas com um sentido específico no Direito.

Seguindo a mesma linha de Warat, Cornu (1990) insere os termos da linguagem jurídica em dois grupos: i) aqueles que existem apenas para designar conceitos jurídicos; ii) aqueles que advêm da linguagem comum e adquirem um sentido específico na seara jurídica.

A linguagem especial sempre existiu em qualquer área e continuará existindo. Defendemos o uso de uma linguagem mais próxima do jurisdicionado.

Todos podem realizar uma leitura simples e superficial de muitos textos jurídicos, pois normalmente as normas jurídicas são compreensíveis para o cidadão medianamente culto. Mas uma leitura profunda que não se limite ao verniz daquilo que aparece, mas que penetre no mundo conceitual e interpretativo do Direito, só é acessível aos juristas, isto é, aos profissionais do Direito. (ROBLES, 2005, p. 53)

Para Andrade (2021), muitos profissionais do Direito excedem na linguagem técnica, apresentam uma pseudoautoridade linguística, usando a linguagem como uma forma de convencimento e competência jurídico-discursiva. Isso configura a fetichização do discurso jurídico e da dogmática conforme define Streck (2004).

O jurisdicionado, ao recorrer ao Poder Judiciário, depara-se com um mundo distante de sua realidade não apenas nas questões linguísticas, mas também em outros aspectos que impossibilitam a interação com o contexto jurídico, por exemplo, as vestimentas, o lugar específico para cada sujeito da relação processual e as relações hierárquicas. É preciso que as autoridades judiciais tenham consciência de que o acesso à justiça não deve ser confundido com intimidações, o Direito não sirva para dominação e injustiça e o ambiente forense tenha uma visão inclusiva.

[...] um espaço em que elementos arquitetônicos, a vestimenta, os gestos, as posturas dos que lá circulam reforçam hierarquias sociais, criando um ambiente pouco acolhedor. Estes elementos,

somados às incertezas e tensões envolvidas em um processo judicial, têm chamado a atenção para a existência de barreiras de caráter psicológico que também afetam o interesse por “brigar na justiça”. Há, portanto, o custo psíquico da litigância, isto é, um desgaste emocional que o demandante deve estar disposto a enfrentar. (FULLIN, 2013, p. 223)

A simbologia, a hierarquização, a formalidade e as etiquetas fazem do ambiente judicial um ritual inibidor e suntuoso, sem falar que as relações jurídicas são assimétricas. No fórum, o cidadão depara-se com procedimentos complicados, formalismo, juízes e advogados que figuram como opressores e despertam no jurisdicionado um sentimento de prisioneiro em um mundo estranho, conforme argumentam Cappelletti e Garth (1988).

O acesso à justiça não se refere à entrada nos ambientes forenses, mas à garantia e efetivação dos meios inerentes a esse acesso a fim de que a justiça cumpra realmente seu papel social.

Ingressar em juízo significa também sujeitar-se a adentrar por um ambiente temido pelo poder de mudar destinos, incompreensível na sua lógica de funcionamento fortemente apoiada no uso de um vocabulário e de uma linguagem impenetrável, repleto de formalismos e rituais desconhecidos do senso comum. Um espaço em que elementos arquitetônicos, a vestimenta, os gestos, as posturas dos que lá circulam reforçam hierarquias sociais, criando um ambiente pouco acolhedor. (FULLIN, 2013, p. 223)

É frequente algumas autoridades praticarem atos que violam a dignidade do cidadão e justificarem que estão agindo em nome de aplicação do Direito. Na verdade, abusando do direito, oprimem o cidadão, impõe-lhe normas, exigindo apenas que sejam cumpridas.

Não é difícil compreender o temor do povo em relação à justiça: [...] por exemplo, uma testemunha que é intimada pelo oficial de justiça mediante um “mandado do Juiz, que manda, determina sob pena de...”, para comparecer naquele fórum, em que ela tem orgulho de dizer que nunca pisou, com a advertência de que, se não comparecer, será conduzida “mediante vara” e pagará as despesas da condução, entre outras advertências que ela não entendeu direito e tem vergonha e constrangimento de perguntar. O que se poderia esperar? (BACELLAR, 2003, p. 52)

O Direito é, por natureza, uma linguagem. Sem linguagem, não haverá Direito. Trata-se, portanto, de uma relação de interdependência.

O Direito, mais que qualquer outro saber, é servo da linguagem. Como Direito posto é linguagem, sendo em nossos dias de evidência palmar, constituir-se de quanto editado e comunicado, mediante a linguagem escrita, por quem com poderes para tanto. Também linguagem é o Direito aplicado ao caso concreto, sob a forma de decisão judicial ou administrativa. Dissociar o Direito da Linguagem será privá-lo de sua própria existência, porque, ontologicamente, ele é linguagem e somente linguagem. (CALMON DE PASSOS, 2001, p. 63-64)

Pela linguagem, dá-se a cada parte o que é seu, decide-se uma lide, concede-se a liberdade. Enfim, exerce a jurisdição. Nas relações de consumo, é perceptível a vulnerabilidade linguística. Não apenas se referindo aos termos técnicos, mas também a todo o contexto. O desconhecimento da demanda processual, o ritual das audiências, a complexidade dos atos processuais, os manuais com as instruções de uso de produto/serviço, o domínio da tecnologia e o letramento jurídico, todos esses fatores possibilitam a vulnerabilidade do consumidor:

Nas relações de consumo, o domínio da comunicação escrita, saber ler e escrever assume importância ainda maior. Isso porque seja no ajuste das condições negociais, seja a própria submissão do consumidor a técnicos de venda e persuasão que são próprias da sociedade contemporânea, o domínio mínimo da linguagem é decisivo para compreender, ainda que em termos da linguagem escrita constitui, evidentemente, causa de agravamento da vulnerabilidade do consumidor. (MIRAGEM. 2016, p. 138)

A habilidade de expressar e comunicar-se por meio da linguagem escrita é uma forma de interagir na sociedade contemporânea. Não basta apenas comunicar-se, mas também é preciso compreender o que é dito ou escrito. Essa compreensão é dada pela atribuição de sentidos ao que diz o texto. No entanto, muitos consumidores são capazes de decodificar signos linguísticos, mas não os compreendem. Daí, emerge uma vulnerabilidade agravada.

3. O agravamento da vulnerabilidade linguística

Como o termo vulnerabilidade é um conceito jurídico indeterminado, tem sentido amplo, quando falamos em vulnerabilidade do consumidor, é necessário definir

à qual ou às quais vulnerabilidades estamos nos referindo, uma vez que o consumidor pode ser vulnerável em um aspecto e não em outro, ou até mesmo em mais de um aspecto, haja vista a sua condição social, cultural, psicológica, saúde, etária e outras. Uma pessoa alfabetizada de situação socioeconômica estável, por exemplo, lendo um contrato, pode compreender as cláusulas, mas existirão termos técnicos que não estão no seu vocabulário. O consumidor pode suprir esse desconhecimento, contratando um profissional da área para assessorar-lhe. Tal situação não seria a mesma, caso fosse um consumidor que não tenha estabilidade socioeconômica.

Os doutrinadores defendem que o consumidor analfabeto se encontra em uma situação agravada. Todavia, existem consumidores que, embora se comuniquem na linguagem escrita e tenham capacidade de decodificar textos, não interagem, não dominam a técnica, a situação discursiva e a linguagem usada na relação consumerista. Esses consumidores são agravados do ponto de vista linguístico. Assim, não falamos apenas em situação agravada para o consumidor analfabeto. O alfabetizado também é agravado ainda que em menor graduação em relação ao analfabeto. Atualmente, a jurisprudência consolidou a terminologia hipervulnerabilidade. Há uma vulnerabilidade universal de todos os consumidores ricos ou pobres, educados ou ignorantes, crédulos ou espertos, segundo Benjamim (2000), e a vulnerabilidade por questões óbvias oriundas de uma condição peculiar do consumidor e agravada por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas, defendem Marques e Miragem (2016). Estamos falando da hipervulnerabilidade.

O reconhecimento da vulnerabilidade linguística do consumidor tem amparo em diversos dispositivos tanto de caráter jurídico-normativo quanto a título de recomendação. Por exemplo:

A. Declaração Universal dos Direitos Linguísticos (1996):

Artigo 2º Esta Declaração parte do princípio de que os direitos linguísticos são simultaneamente individuais e coletivos, e adota como referência da plenitude dos direitos linguísticos, o caso de uma comunidade linguística histórica no respectivo espaço territorial, entendendo-se este não apenas como a área geográfica onde esta comunidade vive, mas também como um espaço social e funcional indispensável ao pleno desenvolvimento da língua.

Artigo 3º 1. Esta Declaração considera como direitos individuais inalienáveis que devem ser exercidos em todas as situações os seguintes:

O direito a ser reconhecido como membro de uma comunidade linguística;

O direito ao uso da língua em privado e em público;

- O direito ao uso do próprio nome;
- O direito a relacionar-se e associar-se com outros membros da comunidade linguística de origem;
- O direito a manter e desenvolver a própria cultura; e todos os outros direitos de caráter linguístico reconhecidos no Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos de 16 de dezembro de 1966 e no Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais da mesma data.

Esses dispositivos garantem ao consumidor o direito de se expressar em ambientes públicos e privados na sua língua de seu contexto social.

B. A Constituição da República Federativa do Brasil, de 1988, no Artigo 1º III, elegera a dignidade da pessoa humana como um dos princípios basilares. Dessa forma, só haverá dignidade da pessoa humana se houver o respeito à linguagem do falante e sem determinar-lhe o uso de uma língua distante da sua realidade sociocultural. O Artigo 5º da CF/88 reconhece o princípio da isonomia, que consiste em tratar os desiguais na sua desigualdade e os iguais na sua igualdade. Nos contextos forenses, não há uma isonomia linguística. O jurisdicionado, a partir da linguagem, sente a dificuldade do acesso à justiça. Há uma ritualização formal que impede o acesso ao judiciário. Grande parte das pessoas são impedidas de adentrar o fórum devido às suas vestes, sequer saber que existe regulamentação ou vedação a um ou outro tipo de roupa, defende Salgado (2019).

C. Em 1966, foi aprovado o Pacto Internacional dos Direitos Civis e Políticos, sendo o primeiro documento normativo da Organização das Nações Unidas a abordar especificamente dos direitos das minorias no que se refere à proteção da etnia, língua e cultura e religião. Preveem os dispositivos:

2. Os Estados Partes do presente Pacto comprometem-se a garantir que os direitos nele enunciados se exercerão sem discriminação alguma por motivo de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, situação econômica, nascimento ou qualquer outra situação.

Artigo 27. Nos Estados em que haja minorias étnicas, religiosas ou linguísticas, as pessoas pertencentes a essas minorias não poderão ser privadas do direito de ter, conjuntamente com outros membros de seu grupo, sua própria vida cultural, de professar e praticar sua própria religião e usar sua própria língua.

O princípio *favor debilis* destaca a posição do consumidor em razão de sua vulnerabilidade. O consumidor, por ser o sujeito mais frágil da relação consumerista,

é passível de sofrer o assédio de consumo e ter seus direitos violados, porque há um sujeito mais forte que detém a posição jurídica. Nesse contexto, é imprescindível reconhecer a vulnerabilidade, pois, além de ser o princípio norteador das relações, é um direito básico do consumidor.

Da vulnerabilidade, resultam vários direitos do consumidor implícitos e explícitos na legislação, sobretudo os elencados no Artigo 6º do CDC. Da vulnerabilidade linguística, explicitamente, surgem dois direitos importantes que fundamentam os demais:

A. A informação como pedra de toque do Direito do Consumidor e reconhecida como direito fundamental expresso no Artigo 5º XIV, da CF/88. É uma expressão do princípio da transparência, conforme defendem Marques *et al.* (2016). Não basta apenas informar. É preciso usar a clareza e a concisão. As informações devem ser claras, concisas e transparentes, garantindo ao consumidor a segurança nas relações para não “comprar gato por lebre”.

Os princípios da clareza, da concisão e da transparência devem fundamentar as relações jurídico-consumeristas para garantir ao consumidor leigo possibilidades de conhecer e defender seus direitos, principalmente aqueles que recorrem ao Judiciário sem assistência de advogados.

Andrade (2015), durante o congresso do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON), em Gramado RS, maio de 2014, defendeu a tese: A linguagem e o direito: uma análise da vulnerabilidade linguística no Código de Defesa do Consumidor, com a seguinte ementa: “Nas decisões judiciais que envolvam as relações de consumo, deve ser considerada a vulnerabilidade linguística do consumidor na interpretação da norma legal”. (ANDRADE, 2015, p. 457)

B. A vedação ao fornecedor de usar a fraqueza ou ignorância do consumidor, considerando a idade, a condição sociocultural, econômica, saúde, conhecimento e outros aspectos para vender seus produtos/serviços. O fornecedor aproveita-se da condição de vulnerabilidade agravada do consumidor a fim de promover a contratação ou venda de seus produtos/serviços, conforme prevê o Artigo 39 IV do CDC.

A língua se instaura na interação e faz parte da vida dos falantes em todos os seus aspectos. “Falar faz parte do nosso cotidiano, de nossa vida”, defende Scherre (2013, *on-line*). A interação, mediante o uso de sua própria língua, individualiza o falante, constituindo-o como cidadão e sujeito de direito. Graças à língua, o ser humano se diferencia de todos os outros animais. Não possibilitar ao falante o direito de se expressar na sua própria língua é reduzi-lo a uma condição subumana.

Considerações finais

O acesso à justiça é um direito humano e fundamental. No entanto, esse acesso não corresponde às portas abertas do Poder Judiciário ao jurisdicionado. Os espaços forenses apresentam uma formalidade que compreende desde as estruturas físicas até os rituais das audiências permeados por uma linguagem hermética e técnica que, na maioria das vezes, viola o direito do consumidor. Daí, surge a vulnerabilidade

linguística, cada vez mais, afastando o cidadão do conhecimento de seus direitos. Nesse contexto, a espada do Estado que, em vez de defender o jurisdicionado, pode excluí-lo, sobretudo quando está buscando reestabelecer um direito que foi violado.

O princípio da vulnerabilidade fundamenta a existência do CDC e reconhece que o consumidor não é apenas um sujeito da relação jurídico-consumerista, mas também um sujeito de direitos. Entre diversas vulnerabilidades presentes na doutrina, destacamos a vulnerabilidade oriunda não apenas da linguagem, que não se configura tão somente nos termos técnico-científicos, mas também no aparato composto pelos rituais, formas de tratamentos, regras de interação, vestimentas e outros que impossibilitam a interação no contexto consumerista ou jurídico, caracterizando, assim, a vulnerabilidade linguística.

Ex positis, o reconhecimento da vulnerabilidade linguística, além de constituir um direito básico do consumidor, deve ser inserido no rol dos direitos fundamentais previstos na Constituição, pois está previsto o direito à informação que se concentra no uso da linguagem. Esperamos que os argumentos aqui apresentados possam despertar nos profissionais do Direito novos olhares acerca da linguagem jurídica, sobretudo da vulnerabilidade linguística a fim de manter o equilíbrio nas relações jurídico-consumeristas.

Referências

ANDRADE, Tadeu Luciano Siqueira. *A vulnerabilidade comunicativa em audiências nas varas de relações de consumo: uma análise à luz da Ecolinguística*. 2021. p. 190. Tese Doutorado em Linguística. Programa de Pós-graduação em Linguística e Letras Clássicas - Universidade de Brasília. Brasília, 2021.

_____. A linguagem e o direito: Uma análise da vulnerabilidade linguística no Código de Defesa do Consumidor (Tese independente). *Revista de Direito do Consumidor*. 2015, ano 24. vol. 99. maio-jun./2015. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 457-457.

BACELLAR, Roberto Portugal. *Juizados Especiais: a nova mediação para processual*. São Paulo. Revista dos Tribunais. 2003.

BARBOSA, Rui. *Oração aos moços*. Texto integral. São Paulo: Martin Claret. 2010.

BENJAMIM, Antônio Hermam de Vasconcelos. *Comentários ao Código de Proteção do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2000.

_____; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

BRASIL. [Constituição (1988)]. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. p. 496. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf. Acesso em: 20 jan. 2024.

_____. *Decreto nº 592, de 6 de julho de 1992. Atos Internacionais. Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos. Promulgação. Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos (1966). Disponível em . Acesso em: 21 jan. 2024.*

_____. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. *Código de Defesa do Consumidor*. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 19 jan. 2024.

CALMON DE PASSOS, J. J. Instrumentalidade do processo e devido processo legal. *Revista de processo*, v. 102, São Paulo, 2001.

CAPPELLETTI, Mauro; GARTH, Bryant. *Acesso à justiça*. Porto Alegre: Sergio Antônio Fabris, 1988.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo: Editora Atlas, 2016.

CORNU, Gérard. *Linguistique juridique*. Paris: Monchrestien, 1990.

FULLIN, Carmem Sílvia. Acesso à justiça: a construção de um problema em mutação. In: SILVA, Felipe Gonçalves; RODRIGUEZ, José Rodrigo (Orgs.). *Manual de sociologia jurídica*. São Paulo: Saraiva, 2013. p. 219-236.

MARQUES, Claudia Lima. MIRAGEM, Bruno. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. São Paulo, SP: Revista dos Tribunais, 2015.

_____. BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*: 5ª ed. São Paulo: RT, 2016.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Interpretação sistemática do Direito*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2014.

NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Saraiva. 2013.

_____. *Comentários do Código de Defesa do Consumidor*. Ed. Saraiva. São Paulo, 2014.

_____. Publicidade & Consumo. In: *Consulex*, ano XV nº 349, edição de 1º de agosto de 2011, p. 24-27.

_____. Tribuna do Direito» Blog Colunista. Disponível em: <http://www.tribunadodireito.com.br/blog-colunista.php>? Acesso em: 20 jan. 2024.

ROBLES, Gregório. *O direito como texto: bases para uma teoria comunicacional do direito*. Tradução de Roberto Barbosa Alves. Barueri, SP: Manole, 2009.

SALGADO, Gisele Mascarelli. *Chique no Judiciário: entre ritos e vestimentas para acessar o judiciário*. Artigo apresentado no VI ENADIR - GT 18. Disponível em: . Acesso em: 18 jan. 2024.

SCHERRE, Marta. *O preconceito linguístico deveria ser crime*. Disponível em: . Acesso em: 20 jan. 2024.

STRECK, Lênio Luís. *Hermenêutica Jurídica e (m) crise: uma exploração hermenêutica da construção do direito*. 5ª edição. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

UNESCO. *Declaração Universal dos Direitos Linguísticos*. DHNET. Barcelona, jun. 1996. Disponível em: http://www.dhnet.org.br/direitos/deconu/a_pdf/dec_universal_direitos_linguisticos.pdf. Acesso em: 20 jan. 2024

WARAT, Luis Alberto. *O direito e sua linguagem*. 3ª edição. Porto Alegre: Sérgio Antonio Fabris Editor. 1995.

XAVIER Junior, Arnaldo. Código de Consumo & educação do consumidor. Disponível na revista virtual *Âmbito jurídico*. 2012.