

## REFLEXÕES SOBRE A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR MIGRANTE A PARTIR DA EXPERIÊNCIA EXTENSIONISTA DA CLÍNICA INTERMIGRA

TAILA KARINE PROBST<sup>1</sup>; ANA CAROLINA GIUDICE BEBER<sup>2</sup>; GABRIELLY SOUSA DA SILVA<sup>3</sup>; ANELIZE MAXIMILA CORREA<sup>4</sup>; ALEXANDRE CORRÊA DE OLIVEIRA<sup>5</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tailakarinprobst01@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – annacgiudice@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gabrielly24sousah@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anelizedip@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – oliveiraalec@outlook.com*

### 1. INTRODUÇÃO

As relações de consumo acompanham a história da sociedade, ainda que de formas distintas ao longo do tempo. Com o passar dos anos, essas relações se intensificaram e se tornaram mais complexas, especialmente diante da massificação da produção e do consumo. Esse processo resultou em um aumento significativo das relações de consumo, muitas vezes até desordenadas, evidenciando a necessidade de uma regulamentação própria para proibir abusos e garantir maior equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.

Diante disso e, considerando a condição de fragilidade inerente aos consumidores, o objetivo deste trabalho é evidenciar uma situação ainda mais acentuada de debilidade: a hipervulnerabilidade dos migrantes nas relações de consumo. Embora a migração não seja um fenômeno recente, historicamente ela é causada por fatores como a busca por melhores condições de vida, guerras, conflitos e instabilidades econômicas. Esses deslocamentos acabam expondo os indivíduos a novos contextos sociais, políticos e culturais que, somados à vulnerabilidade presumida dos consumidores, constituem um estado de hipervulnerabilidade, exigindo atenção especial do ordenamento jurídico.

Diante desses aspectos, o presente trabalho aborda um panorama das relações de consumo no Brasil, a partir da visão doutrinária de autores como Bruno Miragem e José Augusto Peres Filho. Para isso, o estudo relaciona a legislação consumerista com produções científicas que tratam tanto da temática do consumo quanto da migração, buscando estabelecer uma conexão entre os dois campos.

O trabalho foi desenvolvido a partir da Clínica Intermigra, vinculada à Faculdade de Direito da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), que atua na proteção jurídica de migrantes e refugiados. Essa iniciativa acadêmica evidencia a relevância prática da presente discussão, pois lida cotidianamente com casos em que a hipervulnerabilidade do migrante nas relações de consumo se torna concreta e exige constantemente a observância dos direitos fundamentais.

### 2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho, adotou-se a abordagem qualitativa, utilizando-se o método dedutivo como metodologia de pesquisa. Essa escolha se justifica pelo objetivo do estudo, que é analisar a hipervulnerabilidade do consumidor no contexto migratório, partindo de premissas gerais para se chegar a conclusões específicas. Assim, parte-se de uma análise ampla sobre a vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo para estudar as

particularidades que caracterizam a hipervulnerabilidade dos migrantes. Para tanto, recorreu-se à pesquisa bibliográfica, com base em doutrina, artigos científicos e legislação específica sobre o tema.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O consumo sempre esteve presente na sociedade, seja, inicialmente, para garantir a subsistência da humanidade, seja, mais recentemente, como reflexo das transformações causadas pela Revolução Industrial, pelos avanços tecnológicos e pela globalização, que estimularam e continuam estimulando o consumo por si só.

Segundo Bruno Miragem (2024), o Código de Defesa do Consumidor (CDC) não traz uma definição específica do que seja relação de consumo, conceituando apenas os sujeitos envolvidos, o consumidor e o fornecedor, bem como o objeto dessa relação, o produto ou serviço. Para José Augusto Peres Filho (2022, p.34), as relações de consumo são os “vínculos legalmente estabelecidos entre fornecedores e consumidores, cujo objeto é a oferta ou a aquisição de produtos, ou serviços pelos consumidores no mercado de consumo”. Assim sendo, depreende-se que para estar caracterizada uma relação de consumo é necessária a presença dos elementos subjetivos, o consumidor e o fornecedor, e o elemento objetivo, isto é, o objeto dessa relação, que pode ser um produto ou serviço.

O art. 2º do CDC traz o conceito de consumidor como sendo “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. No caso da pessoa física, não há qualquer discussão a ser feita quanto à sua posição de consumidora, pois é inquestionável sua vulnerabilidade frente ao fornecedor (PERES FILHO, 2022).

Essa vulnerabilidade é jurídica, técnica, informacional e econômica, sendo presumida pelo ordenamento jurídico, o que justifica a aplicação de normas protetivas em favor do consumidor. O tratamento diferenciado parte do pressuposto de uma desigualdade entre as partes que permeiam a relação de consumo, buscando trazer um equilíbrio por meio de instrumentos jurídicos que visem alcançar uma igualdade material. Nesse sentido, a vulnerabilidade é, então, considerada um dos princípios estruturantes e fundamentais na defesa do consumidor (AZEVEDO; ANDREAZZA, 2021).

Trata-se, portanto, de uma condição intrínseca a todo e qualquer consumidor, segundo estabelece o próprio CDC em seu artigo 4º, inciso I. Sendo a parte mais fraca da relação, o consumidor deve dispor dos meios necessários para se proteger de eventuais abusividades praticadas pelos fornecedores que, em regra, dispõem de maior acesso a informações, recursos técnicos e instrumentos de negociação.

Nesse sentido, explicam Dennis Verbicaro e Hugo Agrassar:

“A política nacional das relações de consumo reconhece que o consumidor é a parte mais vulnerável nas relações de consumo em virtude de não dispor de influência nos meios de produção, não podendo dispor do modo como o produto ou o serviço lhe são oferecidos, como também pela ausência de conhecimento sobre questões técnicas para a fabricação dos produtos ou prestação dos serviços.” (2021, p. 275)

Dentro desse contexto, além da vulnerabilidade inerente aos consumidores, é necessário também evidenciar a hipervulnerabilidade de

determinados grupos que se encontram em situações ainda mais desfavoráveis nas relações de consumo, como é o caso dos migrantes. A hipervulnerabilidade pode ser entendida como a situação social fática e objetiva de agravamento da vulnerabilidade do consumidor, por circunstâncias pessoais aparentes ou conhecidas do fornecedor, relacionando-se fortemente com a ideia de inclusão social e, por consequência, de proteção da dignidade da pessoa humana (GARBINI; SQUEFF; SANTOS, 2018).

A migração, por sua vez, sempre foi um fenômeno presente na história da humanidade. Desde o início dos tempos o ser humano se desloca pelo mundo e, não somente pela sua vontade, mas muitas vezes em razão de conflitos, perseguições e dificuldades socioeconômicas. Em vista disso, percebe-se que os migrantes, por si só, já se encontram em uma condição de vulnerabilidade ao deixarem seus países de origem e ingressarem em um território novo, onde frequentemente enfrentam barreiras linguísticas, discriminação e dificuldades de acesso a serviços públicos básicos.

Nesse cenário, destaca-se a nova Lei de Migração (Lei nº 13.445/2017) que reconhece os migrantes como sujeitos de direitos. Independentemente da nacionalidade ou origem geográfica, lhes são garantidos o direito de transitar, trabalhar e residir no país. São, portanto, titulares de deveres e prerrogativas constitucionais, conforme estabelecido no art. 5º da CF/88 e no art. 4º da própria Lei de Migração, que assegura aos migrantes o pleno gozo de direitos e garantias fundamentais.

Assim, à luz do princípio da isonomia, ao adentrarem o território brasileiro, os migrantes devem ser reconhecidos como consumidores em igualdade de condições. No entanto, considerando todas as dificuldades vivenciadas por esses indivíduos e por estarem inseridos em um contexto de maior fragilidade, assim entendida como hipervulnerabilidade, são necessárias medidas mais eficazes para atenuar as desigualdades existentes nas relações de consumo e assegurar igualmente a efetividade de seus direitos.

#### 4. CONCLUSÕES

O presente estudo buscou evidenciar a hipervulnerabilidade do consumidor migrante no contexto brasileiro, partindo da premissa de que a vulnerabilidade é um elemento estruturante das relações de consumo. Com base no que foi exposto, foi possível compreender que, além da vulnerabilidade presumida de todo consumidor, determinados grupos sociais, como os migrantes estão sujeitos a um agravamento.

Relacionando a proteção consumerista com o fenômeno migratório, o trabalho inova ao propor uma análise interdisciplinar entre o Direito do Consumidor e o Direito Migratório, destacando que a efetivação dos direitos dos consumidores deve considerar as particularidades de grupos que, por sua condição social, cultural ou econômica, demandam atenção especial do ordenamento jurídico.

Diante da intensificação dos fluxos migratórios no mundo atual, é imprescindível que o Direito do Consumidor, em consonância com os dispositivos constitucionais, esteja atento aos novos dinamismos sociais, garantindo que as transformações da sociedade contemplam, de forma eficaz, os diferentes grupos, sobretudo aqueles que ainda não têm os seus direitos devidamente alcançados.

A pesquisa teórica desenvolvida servirá de base para aperfeiçoar a atuação da Clínica Intermigra, colaborando com os atendimentos realizados ao

possibilitar uma compreensão mais ampla das situações de hipervulnerabilidade enfrentadas pelos migrantes nas relações de consumo e subsidiando a construção de estratégias jurídicas mais eficientes.

## **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AZEVEDO, Fernando Costa de; ANDREAZZA, Cauê Molina. A vulnerabilidade comportamental do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 138. ano 30. p. 109-130. São Paulo: Ed. RT, nov./dez. 2021. Disponível em: <https://www.revistadostribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0a898e78000001983dcb63867420b4d8&docguid=lee7da610519d11eca032e4b0911c305c&hitguid=lee7da610519d11eca032e4b0911c305c&spos=3&epos=3&t=2635&context=31&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=false&isFromMultiSumm=&startChunk=1&endChunk=1#>. Acesso em: 25 jul. 2025.

**BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm). Acesso em: 24 jul. 2025.

GARBINI, Vanessa Gischkow; SQUEFF, Tatiana de Almeida F. R. Cardoso; SANTOS, Thomaz Francisco Silveira de Araujo. A vulnerabilidade agravada dos refugiados na sociedade de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 119. p. 19-47. São Paulo: Ed. RT, set./out. 2018. Disponível em: [https://www.revistadostribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0a899c66000001983dcbfb3f4f3568fd&docguid=l04ea52e0bb0b11e8a5f1010000000000&hitguid=l04ea52e0bb0b11e8a5f1010000000000&spos=4&epos=4&td=1&context=37&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=false&isFromMultiSumm=&startChunk=1&endChunk=1#\\_](https://www.revistadostribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0a899c66000001983dcbfb3f4f3568fd&docguid=l04ea52e0bb0b11e8a5f1010000000000&hitguid=l04ea52e0bb0b11e8a5f1010000000000&spos=4&epos=4&td=1&context=37&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=false&isFromMultiSumm=&startChunk=1&endChunk=1#_). Acesso em: 25 jul. 2025.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2024. 1304 p. E-book. ISBN 9786559648856. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559648856/>. Acesso em: 24 jul. 2025.

PERES FILHO, José Augusto. **Direito do Consumidor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Método, 2022. 384 p. E-book. ISBN 9786559645596. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559645596/>. Acesso em: 24 jul. 2025.

TONIAL, Nadya Regina Gusella; CEZARO, Jovana de. A (hiper)vulnerabilidade do consumidor migrante e sua proteção à luz da codificação consumerista. In: TONIAL, Nadya Regina Gusella (org.). **Temas de Direito do Consumidor**. Cachoeirinha, v. 2: Fi, 2023. p. 13-31.

VERBICARO, Dennis; AGRASSAR, Hugo José de Oliveira. A inserção dos refugiados na Política Nacional das Relações de Consumo: um diálogo das fontes entre o CDC (Lei nº 8.078/1990) e a Lei de Migração (Lei nº 13.445/2017). In: BRASIL, Deilton Ribeiro; et al (orgs.). **Lei de Migração Brasileira**: um diálogo necessário com os direitos humanos e o direito europeu. Porto Alegre, v. 2: Fi, 2021. p. 271-292.