

A NOCIVIDADE DA DISCRIMINAÇÃO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

Vitor Andrade¹

SUMÁRIO:

1 – INTRODUÇÃO:

2 – DESENVOLVIMENTO:

2.1 - Relações consumeristas e pessoas com deficiência

2.2 - A nocividade nos casos discriminatórios

2.3 - Políticas públicas, fiscalização e o papel das instituições

3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

RESUMO

A discriminação das pessoas com deficiência (PCD) nas relações consumeristas constitui uma problemática central no debate jurídico contemporâneo, uma vez que toca diretamente os princípios constitucionais da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da não discriminação. Essa prática, ainda presente no mercado de consumo, revela não apenas uma falha de acessibilidade, mas também um reflexo de estruturas sociais excludentes e capacitistas. A relevância da discussão está na urgência de se consolidar uma cultura de consumo inclusiva, que reconheça a diversidade humana

¹ Doutorando em Direito pela Universidade Federal Fluminense (PPGD/UFF), Mestre em Desenvolvimento Local pela UNISUAM, Pós-graduação Lato Sensu com Especialização em Advocacia Consumerista pela EBRADI, Coordenador do Atendimento Itinerante da Comissão de Defesa do Consumidor da ALERJ, Procurador e Presidente da Comissão de Defesa do consumidor pela 58^a Subseção da OAB/RJ-Leopoldina, membro e Coordenador da Subcomissão de Proteção Antidiscriminatória da CDCRJ, Membro do BRASILCON, Advogado, pesquisador e escritor

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8051-8779>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9132898224730565>

como valor intrínseco, promovendo autonomia, independência e cidadania plena para esse grupo vulnerável.

Este estudo tem por objetivo analisar a nocividade da discriminação contra pessoas com deficiência no âmbito consumerista, identificando barreiras estruturais e atitudinais que inviabilizam o acesso a bens e serviços. A análise se fundamenta em bibliografia especializada, na legislação nacional, especialmente o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990) e em convenções internacionais, como a Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência, ratificada no Brasil pelo Decreto nº 6.949/2009, com status constitucional. Pretende-se, ainda, apontar boas práticas, lacunas regulatórias e caminhos para a promoção de uma nova cultura antidiscriminatória, que valorize a acessibilidade universal e a adaptação razoável.

A partir dessa investigação, busca-se não apenas ampliar a reflexão acadêmica e profissional sobre o tema, mas também fornecer subsídios para a atuação de órgãos de defesa do consumidor, legisladores e operadores do Direito, contribuindo para a construção de um mercado de consumo mais justo, inclusivo e solidário, em consonância com a efetividade dos direitos humanos fundamentais.

Palavras-chave: Relações consumeristas. Pessoas com deficiência. Discriminação. Capacitismo. Inclusão social.

1 - INTRODUÇÃO

A discriminação das pessoas com deficiência nas relações consumeristas é um fenômeno que se revela nocivo não apenas sob o prisma jurídico, mas também social, econômico e cultural. Ao negar ou dificultar o acesso a bens e serviços, práticas discriminatórias reforçam o ciclo de exclusão, violando frontalmente o **artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal de 1988**, que consagra a dignidade da pessoa humana como fundamento da República. Tal prática configura, além de ilícito civil, uma ofensa aos direitos fundamentais, que deve ser combatida pela via judicial, administrativa e política.

De acordo com o **Censo do IBGE de 2022**, mais de 18,6 milhões de brasileiros declararam possuir algum tipo de deficiência, representando aproximadamente 8,9% da

população. Esse dado expressivo demonstra que se trata de uma parcela significativa da sociedade, com potencial de consumo e participação ativa no mercado. Contudo, as barreiras enfrentadas por esse grupo permanecem evidentes: desde a falta de rampas de acesso e materiais em braile, até a exclusão em plataformas digitais e no comércio eletrônico. Essa realidade impõe a necessidade de repensar o modelo atual de relações consumeristas, a fim de garantir acessibilidade universal e eliminação de práticas discriminatórias.

No plano normativo, o **Código de Defesa do Consumidor (CDC)** estabelece, em seu artigo 4º, que a Política Nacional das Relações de Consumo deve respeitar a dignidade, saúde e segurança do consumidor, promovendo a melhoria da qualidade de vida. Nesse sentido, a proteção das pessoas com deficiência se insere como obrigação indeclinável do Estado e dos fornecedores. Ademais, a **Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência (ONU, 2006)**, incorporada ao ordenamento jurídico brasileiro com força de emenda constitucional (art. 5º, §3º, CF), dispõe sobre a eliminação de todas as formas de discriminação e sobre a garantia da participação plena e efetiva das pessoas com deficiência em igualdade de condições com as demais pessoas.

A doutrina nacional tem avançado nessa discussão. Para **Manfredini e Barbosa (2016)**, a falta de reconhecimento da pessoa com deficiência como consumidora autônoma resulta em invisibilidade mercadológica e social, sendo indispensável que empresas adotem políticas de acessibilidade e inclusão. Da mesma forma, **Azevedo (2019)** propõe a criação de deveres específicos de cooperação, não discriminação e adaptação razoável nas relações de consumo, superando o paradigma meramente formal da igualdade para alcançar a igualdade material. Essa perspectiva encontra ressonância nos escritos de **Flávia Piovesan (2018)**, que defende uma hermenêutica voltada à promoção dos direitos humanos e à superação das desigualdades estruturais.

Dessa forma, a análise da discriminação contra pessoas com deficiência no consumo não se limita à identificação de práticas ilícitas. Trata-se de compreender como tais práticas reproduzem um modelo de sociedade excluente e capacitista, demandando não apenas respostas jurídicas, mas também mudanças culturais e institucionais. Este artigo pretende, portanto, contribuir para a construção de uma **cultura**

antidiscriminatória no mercado de consumo, reafirmando a centralidade da dignidade humana e da inclusão como princípios estruturantes da ordem econômica e social brasileira.

2 – DESENVOLVIMENTO:

2.1 - Relações consumeristas e pessoas com deficiência

As relações consumeristas constituem elemento essencial da vida em sociedade, sobretudo em um contexto de economia globalizada e digitalizada. Conforme salientam **Neto e Costa (2015)**, a globalização promove não apenas a integração econômica, mas também a interconexão social e cultural entre diferentes países, permitindo a circulação de bens, serviços, informações e tecnologias. Todavia, nesse cenário de integração, a exclusão de pessoas com deficiência revela um paradoxo: enquanto a globalização encurta distâncias e amplia possibilidades, muitas dessas oportunidades permanecem inacessíveis a quem encontra barreiras físicas, comunicacionais e atitudinais no mercado de consumo.

O **Código de Defesa do Consumidor (CDC)**, em seu artigo 4º, estabelece que a Política Nacional das Relações de Consumo deve atender às necessidades dos consumidores, respeitar sua dignidade, saúde e segurança, proteger seus interesses econômicos e garantir a transparência e a harmonia nas relações de consumo (BRASIL, 1990). Tais preceitos encontram fundamento direto no princípio da dignidade da pessoa humana (CF, art. 1º, III) e no princípio da isonomia (CF, art. 5º, caput), que exigem do Estado e da iniciativa privada uma postura ativa na remoção das barreiras que impedem a plena participação dos consumidores com deficiência.

De acordo com **Manfredini e Barbosa (2016)**, as pessoas com deficiência representam um segmento expressivo do mercado de consumo, embora ainda pouco reconhecido. Essa invisibilidade decorre da falta de políticas empresariais de inclusão e de investimentos em acessibilidade. O resultado é a marginalização desse grupo, que, por não ser considerado em pesquisas de mercado, planejamento de produtos ou

estruturação de serviços, acaba excluído de forma sistemática, perpetuando o ciclo de desigualdade.

Nesse contexto, destaca-se a contribuição de **Azevedo (2019)**, ao propor três novas categorias de obrigações nas relações de consumo: **(i)** obrigações de cooperação, que envolvem a participação ativa da pessoa com deficiência nas tomadas de decisão sobre produtos e serviços; **(ii)** obrigações de não discriminação, que vedam qualquer diferenciação arbitrária em razão da deficiência; e **(iii)** obrigações de adaptação razoável, que impõem ao fornecedor o dever de realizar ajustes necessários, ainda que individuais, para garantir igualdade material no acesso ao consumo. Essas categorias ampliam a compreensão clássica das obrigações contratuais e fortalecem o papel do fornecedor como agente de inclusão social.

A acessibilidade, nesse sentido, pode ser compreendida sob duas dimensões complementares: **a acessibilidade universal e a adaptação razoável**. A primeira refere-se ao design universal de produtos, ambientes e serviços que possam ser utilizados por todas as pessoas, sem a necessidade de adaptações específicas. Já a segunda é acionada quando a acessibilidade universal não é suficiente, exigindo do fornecedor ajustes adicionais para atender às necessidades individuais (AZEVEDO, 2019). Ambas se tornam instrumentos fundamentais para garantir a efetividade do direito de consumo da pessoa com deficiência.

Além do plano normativo e teórico, é necessário analisar a prática social e econômica. No Brasil, ainda são comuns relatos de consumidores com deficiência auditiva que não encontram intérpretes de Libras em agências bancárias ou postos de saúde privados, bem como pessoas com deficiência visual que enfrentam dificuldades no acesso a websites e aplicativos que não dispõem de ferramentas de leitura compatíveis com softwares de acessibilidade. Tais práticas, embora muitas vezes naturalizadas, configuram discriminação indireta e estruturam um ambiente hostil à autonomia do consumidor com deficiência.

A comparação internacional reforça esse entendimento. Nos Estados Unidos, o **Americans with Disabilities Act (ADA)**, de 1990, é frequentemente citado como marco regulatório que impõe às empresas privadas o dever de garantir acessibilidade ampla, inclusive no comércio eletrônico. Na União Europeia, a **Diretiva 2019/882/UE**,

conhecida como Ato Europeu de Acessibilidade, exige que produtos e serviços essenciais sejam acessíveis a todos os consumidores, incluindo pessoas com deficiência, sob pena de sanções econômicas. O Brasil, embora possua legislação avançada como a **Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146/2015)**, ainda enfrenta dificuldades na fiscalização e implementação efetiva dessas normas.

Outro aspecto relevante refere-se à interseccionalidade. Pessoas com deficiência que também integram outros grupos vulneráveis, como mulheres, população negra ou pessoas em situação de pobreza, sofrem múltiplas camadas de exclusão no mercado de consumo. Assim, a violação do direito do consumidor com deficiência não pode ser analisada isoladamente, devendo ser compreendida dentro de uma rede mais ampla de desigualdades sociais e estruturais.

Portanto, as relações consumeristas envolvendo pessoas com deficiência exigem um olhar atento para além do cumprimento formal da legislação. Trata-se de promover uma mudança cultural que reconheça a diversidade humana como valor e que assegure a efetiva inclusão desse grupo no mercado de consumo, permitindo que exerçam plenamente sua cidadania e sua condição de sujeitos de direitos.

2.2 - A nocividade nos casos discriminatórios

A nocividade da discriminação contra pessoas com deficiência nas relações consumeristas transcende a mera esfera contratual ou patrimonial, alcançando dimensões de ordem social, psicológica e política. Cada episódio discriminatório, seja pela negação de um serviço, pela ausência de acessibilidade em plataformas digitais ou pela atitude preconceituosa de um atendente, representa não apenas um ato isolado, mas a reprodução de um **capacitismo estrutural**, conceito desenvolvido na literatura contemporânea (DINIZ, 2007), que designa a prática cultural de inferiorização e invisibilização das pessoas com deficiência.

No âmbito jurídico, essa nocividade se revela em múltiplos planos. Em primeiro lugar, compromete a **efetividade dos direitos fundamentais**, uma vez que o acesso ao consumo constitui expressão concreta da cidadania e da dignidade humana. Em segundo lugar, produz impactos econômicos negativos, pois impede que um contingente significativo da população exerça plenamente sua força de consumo, reduzindo a inclusão produtiva e a circulação de riquezas. Por fim, perpetua estigmas sociais que reforçam a marginalização e a exclusão desse grupo, dificultando o cumprimento da função social do consumo prevista implicitamente na ordem constitucional.

O caso relatado pelo portal *Terra* (2023), em que consumidores com deficiência são tratados como se não tivessem autonomia para realizar escolhas, ilustra de forma emblemática essa prática nociva. Conforme apontado por Mizael Conrado de Oliveira, presidente da Comissão da Pessoa com Deficiência da OAB/SP, não raro pessoas cegas, por exemplo, são submetidas à imposição de produtos mais baratos ou à negligência de suas perguntas, como se sua presença em estabelecimentos comerciais fosse um pedido de favor ou esmola. Essa realidade evidencia que a exclusão não se restringe à barreira física, mas se manifesta também na esfera atitudinal e simbólica, reforçando estereótipos de incapacidade.

Além disso, os tribunais brasileiros já enfrentaram situações que confirmam a gravidade da nocividade discriminatória. O **Superior Tribunal de Justiça (STJ)** tem decisões que reconhecem a falha na prestação de serviços bancários e de transporte público em razão da ausência de acessibilidade, configurando dano moral coletivo e individual (STJ, REsp 1.199.782/RS, 2012). Em julgados estaduais, também se verifica a responsabilização de empresas de telefonia e plataformas digitais por não fornecerem interfaces compatíveis com softwares de leitura de tela, prejudicando consumidores com deficiência visual. Esses precedentes reforçam a noção de que a discriminação nas relações consumeristas não é apenas uma abstração acadêmica, mas uma realidade concreta que atinge direitos cotidianos.

A nocividade se intensifica quando observada sob a lente da **discriminação indireta**, conceito desenvolvido por Sarlet e Barroso (2015), que ocorre quando normas ou práticas aparentemente neutras produzem efeitos desproporcionais sobre grupos vulneráveis. Exemplo disso são aplicativos de transporte que exigem apenas interface

visual para navegação, sem alternativa de comandos de voz, ou sites de e-commerce que não oferecem versões acessíveis. Ainda que não haja intenção discriminatória explícita, o resultado é a exclusão efetiva do consumidor com deficiência, configurando violação de direitos.

Outro ponto relevante é a **dimensão psicológica** da nocividade. Pesquisas internacionais indicam que a experiência recorrente de discriminação gera efeitos de longo prazo sobre a autoestima e a saúde mental de pessoas com deficiência (WHO, 2011). No Brasil, ainda que os dados sejam escassos, relatórios da Secretaria Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência apontam que a sensação de humilhação em ambientes de consumo é uma das queixas mais recorrentes em canais de ouvidoria. Esse aspecto demonstra que o impacto da discriminação ultrapassa a esfera do consumo, afetando diretamente a qualidade de vida e a integração social do indivíduo.

No campo econômico, a exclusão de consumidores com deficiência representa perda significativa de potencial de mercado. Estudo do Banco Mundial (2018) estima que a exclusão de PCDs gera impacto negativo no PIB dos países, variando entre 3% e 7% do produto interno bruto. Assim, a nocividade não é apenas um problema de justiça social, mas também uma questão de eficiência econômica e de desenvolvimento sustentável, em linha com os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS/ONU)**, especialmente o ODS 10, que trata da redução das desigualdades.

Portanto, a nocividade da discriminação contra pessoas com deficiência nas relações consumeristas deve ser compreendida como fenômeno multidimensional. Ela viola direitos humanos, gera prejuízos econômicos, reforça estigmas sociais e compromete a dignidade humana. Mais do que identificar condutas ilícitas, é necessário compreender como a discriminação se perpetua estruturalmente e como a cultura consumerista pode ser transformada para assegurar inclusão plena. A superação dessa realidade exige a adoção de medidas legislativas, políticas públicas de fiscalização, práticas empresariais inclusivas e, sobretudo, uma mudança cultural que reconheça a **diversidade como fundamento da cidadania**.

2.3 - Políticas públicas, fiscalização e o papel das instituições

A efetividade do direito do consumidor com deficiência não pode se limitar ao plano normativo ou à atuação isolada de fornecedores de bens e serviços. É imprescindível que haja uma articulação entre **políticas públicas inclusivas, fiscalização efetiva e participação social**, a fim de consolidar uma cultura antidiscriminatória no mercado de consumo. Nesse sentido, o papel do Estado, dos órgãos de defesa do consumidor e das instituições da sociedade civil é central para superar a nocividade das práticas discriminatórias.

O **Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC)**, composto por órgãos como o Ministério da Justiça (via Senaçon), os Procons estaduais e municipais, o Ministério Público e as Defensorias Públicas, possui atribuição fundamental na fiscalização de práticas abusivas e na promoção de ações coletivas voltadas à proteção das pessoas com deficiência. Entretanto, observa-se que a temática da acessibilidade ainda não ocupa posição de destaque nas agendas prioritárias desses órgãos, permanecendo muitas vezes subordinada a outras demandas consumeristas de maior visibilidade midiática.

No campo legislativo, avanços relevantes podem ser destacados, como a **Lei Brasileira de Inclusão (Lei nº 13.146/2015)**, que estabelece diretrizes para a acessibilidade em ambientes físicos e digitais, bem como o **artigo 39 do CDC**, que vedo práticas abusivas e discriminatórias nas relações de consumo. Todavia, a ausência de regulamentações específicas sobre plataformas digitais, comércio eletrônico e novas tecnologias (como inteligência artificial e algoritmos de recomendação) deixa lacunas que perpetuam formas sofisticadas de exclusão, muitas vezes invisíveis ao consumidor médio.

As instituições privadas, por sua vez, não podem ser eximidas de responsabilidade. Empresas que se beneficiam do mercado de consumo devem adotar **programas internos de compliance inclusivo**, com treinamentos periódicos de seus colaboradores, adoção de práticas de acessibilidade digital e investimento em tecnologias assistivas. A experiência internacional demonstra que o setor privado pode ser protagonista nesse processo: na União Europeia, por exemplo, programas de

certificação de acessibilidade para websites e aplicativos têm gerado impacto positivo na inclusão digital de PCDs.

A sociedade civil organizada também exerce papel estratégico. Movimentos sociais, associações de defesa dos direitos das pessoas com deficiência e coletivos acadêmicos têm produzido relatórios, denúncias e estudos que pressionam tanto o setor público quanto o privado a adotar medidas efetivas. Essa atuação dialoga com o princípio da **participação social**, previsto na Constituição Federal (art. 1º, parágrafo único), e reforça a ideia de que a cidadania plena exige a corresponsabilidade de todos os atores sociais.

A integração entre Estado, empresas e sociedade civil revela-se, portanto, como caminho indispensável para enfrentar a discriminação estrutural. A criação de observatórios de acessibilidade consumerista, a ampliação das campanhas educativas e a responsabilização exemplar de empresas que descumpram normas inclusivas são medidas que podem consolidar avanços significativos. Ao lado disso, a capacitação contínua dos operadores do direito, advogados, magistrados, promotores e defensores é necessária para assegurar interpretações jurídicas que estejam em consonância com uma hermenêutica inclusiva e antidiscriminatória.

Dessa forma, a efetivação dos direitos do consumidor com deficiência não se limita ao campo judicial. Exige políticas públicas ativas, fiscalização rigorosa e engajamento coletivo, elementos sem os quais a promessa de um mercado inclusivo permanecerá apenas no plano retórico.

3 - Considerações finais

A análise empreendida ao longo deste estudo demonstrou que a discriminação das pessoas com deficiência no âmbito das relações consumeristas constitui não apenas uma violação pontual de direitos individuais, mas um fenômeno estrutural que compromete os fundamentos constitucionais da dignidade da pessoa humana, da igualdade material e da cidadania plena. O mercado de consumo, que deveria se pautar pela inclusão e pelo respeito à diversidade, ainda reproduz práticas nocivas que

reforçam o **capacitismo**, naturalizando exclusões históricas e inviabilizando a participação autônoma de milhões de brasileiros.

Ao identificar as barreiras enfrentadas por consumidores com deficiência, sejam físicas, comunicacionais, tecnológicas ou atitudinais, ficou evidente que tais obstáculos não decorrem apenas de falhas pontuais de fornecedores, mas de uma cultura de consumo que permanece insensível às demandas da acessibilidade e da adaptação razoável. Esse contexto confirma a necessidade de uma transformação cultural, em que fornecedores e consumidores reconheçam que a diversidade não é exceção, mas parte intrínseca da coletividade.

Outro aspecto que se sobressai é a dimensão econômica do problema. A exclusão de pessoas com deficiência representa perda de potencial produtivo e de consumo, impactando negativamente o desenvolvimento nacional e contrariando compromissos assumidos pelo Brasil perante a comunidade internacional, como os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS/ONU)**. Portanto, promover a inclusão no mercado consumerista não é apenas um imperativo ético e jurídico, mas também um requisito estratégico para o fortalecimento da economia e para a construção de uma sociedade mais justa e solidária.

No campo jurídico, as contribuições doutrinárias (AZEVEDO, 2019; MANFREDINI; BARBOSA, 2016; PIOVESAN, 2018) e a jurisprudência nacional têm sinalizado a necessidade de consolidar uma hermenêutica inclusiva, que compreenda o **CDC** e a **Lei Brasileira de Inclusão** como instrumentos de transformação social. Ao mesmo tempo, a jurisprudência do **STJ** e dos tribunais estaduais confirma que a violação da acessibilidade não é mero descumprimento contratual, mas ato ilícito que gera responsabilidade civil e dano moral, individual e coletivo.

As políticas públicas e a atuação institucional, por sua vez, revelam-se insuficientes diante da magnitude do problema. É preciso ampliar a presença do tema nos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), fortalecer as ações de fiscalização, criar observatórios especializados em acessibilidade consumerista e estabelecer **sanções exemplares** para fornecedores que discriminem ou excluam consumidores com deficiência. Ao lado disso, é fundamental investir em **educação para o consumo inclusivo**, sensibilizando não apenas empresas e operadores do direito,

mas também a sociedade em geral sobre a importância da empatia e da igualdade de oportunidades.

Esse esforço deve ser compreendido de forma interseccional. Consumidores com deficiência que pertencem a outros grupos vulneráveis — como pessoas negras, mulheres ou pessoas em situação de pobreza — sofrem discriminações múltiplas, o que agrava a exclusão e exige respostas jurídicas e políticas integradas. Esse recorte dialoga com as pesquisas contemporâneas sobre vulnerabilidade e discriminação no direito do consumidor, aproximando o tema da proteção antidiscriminatória mais ampla.

Em última análise, a superação da discriminação das pessoas com deficiência nas relações de consumo exige um tripé: (i) **compromisso normativo e hermenêutico**, que assegure a plena aplicação do CDC, da LBI e das convenções internacionais; (ii) **políticas públicas e fiscalização eficazes**, que imponham padrões de acessibilidade obrigatórios e verificáveis; e (iii) **transformação cultural**, que substitua a lógica capacitista pela valorização da diversidade humana.

Conclui-se, portanto, que a inclusão efetiva das pessoas com deficiência no mercado de consumo não é apenas uma medida de justiça social, mas um **imperativo constitucional e civilizatório**. O futuro das relações consumeristas dependerá da capacidade do Estado, da sociedade civil e do setor privado em promover mudanças estruturais que garantam a essas pessoas não apenas o acesso formal, mas a participação plena e digna na vida econômica e social do país. Este artigo, nesse sentido, pretende contribuir para a ampliação das discussões acadêmicas e institucionais, oferecendo fundamentos para a construção de um modelo de consumo verdadeiramente inclusivo e antidiscriminatório.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Rafael Vieira de. **A tutela jurídica do consumidor com deficiência e os deveres de garantia de acessibilidade nos contratos de consumo**. 2019. 179 f. Tese (Doutorado em Direito) Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/36003>. Acesso em: 09 jul. 2024.

BARROSO, Luís Roberto. **Curso de direito constitucional contemporâneo: os conceitos fundamentais e a construção do novo modelo**. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 set. 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 07 jul. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm. Acesso em: 09 jul. 2024.

COMPARATO, Fábio Konder. **A afirmação histórica dos direitos humanos**. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2021.

DINIZ, Débora. **O que é deficiência**. São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleção Primeiros Passos).

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2022: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/>. Acesso em: 12 set. 2024.

MANFREDINI, Andréa Maria Duarte; BARBOSA, Maria Aparecida. Diferença e igualdade: o consumidor pessoa com deficiência. **Revista Direitos e Garantias Fundamentais**, v. 17, n. 1, p. 91-110, 2016. Disponível em: <https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/635>. Acesso em: 08 jul. 2024.

NETO, Zulmar Fachin Gurgel; COSTA, Kellyn Nogueira. A eficácia do Código de Defesa do Consumidor em face do tratamento diferenciado aos consumidores na fase pós-venda, por parte dos serviços de atendimento ao consumidor. **Revista Sequência**, v. 71, p. 221-238, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/seq/a/fYgPkYs6WDpgV5TX5d688gH/>. Acesso em: 07 jul. 2024.

ONU. Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência. Nova Iorque, 2006. Ratificada no Brasil pelo Decreto nº 6.949, de 25 de agosto de 2009. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/decreto/d6949.htm. Acesso em: 11 set. 2024.

PIOVESAN, Flávia. Direitos humanos e justiça internacional. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

SARLET, Ingo Wolfgang; BARROSO, Luís Roberto. Curso de direito constitucional: teoria da constituição e direitos fundamentais. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

STJ – Superior Tribunal de Justiça (Brasil). Recurso Especial nº 1.199.782/RS. Rel. Min. Nancy Andrighi. Julgado em 14 ago. 2012.

TERRA. Compras de Natal: consumidor com deficiência é negligenciado, dizem especialistas. **Terra**, 2023. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/compras-de-natal-consumidor-com-deficiencia-e-negligenciado-dizem-especialistas>. Acesso em: 09 jul. 2024.

WORLD BANK. Disability Inclusion and Accountability Framework. Washington: World Bank, 2018. Disponível em: <https://documents.worldbank.org/>. Acesso em: 11 set. 2024.

WHO – World Health Organization. World report on disability. Geneva: WHO, 2011. Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241564182>. Acesso em: 11 set. 2024.