

BENHUR GONÇALVES LENZ

INFRAÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR SOCIALMENTE ACEITAS

Artigo Científico apresentado ao Centro
Universitário Afya de Ji-Paraná – Afya Ji-
Paraná para obtenção de nota na
disciplina Trabalho de Conclusão –
Projeto de Pesquisa, no curso Direito, sob
orientação do Prof. Esp. Teófilo Lourenço
de Lima

Ji-Paraná
2026

Afya CENTRO
UNIVERSITÁRIO
JI-PARANÁ - RO

☎ (69) 2018-0163 ☎ (69) 3198-1074

🏛 Afya Centro Universitário de Ji-Paraná - RO
📍 Av. Eng. Manoel Barata Almeida da Fonseca, 542
Jd. Aurélio Bernardi | Ji-Paraná | RO | CEP 76907-524

Recredenciamento Portaria MEC n.354, de
19 de março de 2020, DOU n.56, Seção,
23/03/2020-pg.96.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação - CIP

L575i Lenz, Benhur Gonçalves.

Infrações do Código de Defesa do Consumidor socialmente aceitas. / Benhur Gonçalves Lenz. – Ji-Paraná, 2026.
21 p.

Artigo Científico (Curso de Direito) – Afya Centro Universitário de Ji-Paraná, 2026.

Orientador: Prof. Esp. Teófilo Lourenço de Lima.

1. Consumidor. 2. Normalização. 3. Abusividade. 4. Cultura.
5. Vulnerabilidade. I. Lima, Teófilo Lourenço de. II. Título.

CDU 34:366(81)(094.4)

Ficha Catalográfica Elaborada pelo Bibliotecário Giordani Nunes da Silva CRB 11/1125

INFRAÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR SOCIALMENTE ACEITAS

Benhur Gonçalves Lenz
Teófilo Lourenço de Lima

RESUMO: O presente artigo analisa o fenômeno das infrações ao Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078/1990, que são socialmente aceitas na sociedade brasileira contemporânea. Busca-se compreender como características culturais e sociais brasileiras, como o "jeitinho brasileiro", a cordialidade e a aversão ao conflito, contribuem para a normalização de práticas comerciais abusivas, bem como os fatores que perpetuam essa aceitação social apesar da robusta legislação consumerista vigente. A pesquisa, de natureza básica, adota metodologia de revisão bibliográfica, por meio de análise doutrinária, legislativa e jurisprudencial. Os resultados indicam que a normalização dessas infrações decorre de uma combinação de vulnerabilidade informacional dos consumidores, ineficiência dos mecanismos de fiscalização e elementos culturais que favorecem a tolerância a condutas abusivas. Conclui-se que existe uma lacuna significativa entre a proteção formal oferecida pelo CDC e sua efetivação prática, demandando estratégias mais eficazes de educação consumerista e fortalecimento dos mecanismos de fiscalização.

Palavras-chave: Consumidor. Normalização. Abusividade. Cultura. Vulnerabilidade.

SOCIALLY ACCEPTED VIOLATIONS OF THE CONSUMER PROTECTION CODE

ABSTRACT: This article analyzes the phenomenon of violations of the Consumer Protection Code (CDC), established by Law No. 8.078/1990, which are socially accepted in contemporary Brazilian society. It seeks to understand how Brazilian cultural and social characteristics, such as the "jeitinho brasileiro" (Brazilian way), cordiality, and aversion to conflict, contribute to the normalization of abusive commercial practices, as well as the factors that perpetuate this social acceptance despite the robust consumer legislation in force. The research, of a basic nature, adopts a bibliographic review methodology, through doctrinal, legislative, and jurisprudential analysis. The results indicate that the normalization of these infractions stems from a combination of informational vulnerability of consumers,

inefficiency of supervisory mechanisms, and cultural elements that favor tolerance of abusive conduct. It is concluded that there is a significant gap between the formal protection offered by the CDC and its practical implementation, demanding more effective consumer education strategies and strengthening of supervisory mechanisms.

Keywords: Consumer. Normalization. Abusiveness. Culture. Vulnerability.

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), instituído pela Lei nº 8.078/1990, representa um marco fundamental na proteção das relações consumeristas no Brasil, estabelecendo direitos básicos e deveres que devem ser observados por fornecedores e consumidores. Entretanto, observa-se que diversas práticas contrárias às normas legais acabam sendo incorporadas ao cotidiano das relações comerciais e aceitas socialmente, seja pela falta de conhecimento dos consumidores, seja pela repetição dos atos que normalizam tais condutas.

Promoções enganosas em postos de combustíveis, a cobrança de valores adicionais não informados previamente, a ausência de informação clara nos contratos de adesão e o descumprimento do direito à informação sobre preços e condições de pagamento são exemplos de infrações que, embora contrárias ao CDC, muitas vezes não são questionadas judicialmente.

Dessa forma, com o presente trabalho busca-se analisar essas práticas à luz do direito do consumidor, investigando como se consolidaram no meio social e em que medida a aceitação coletiva contribui para sua permanência. A pesquisa terá como foco principal a análise doutrinária e legislativa, além do estudo de casos concretos e materiais acadêmicos que tratam do tema, visando compreender as razões da naturalização dessas condutas e os impactos jurídicos e sociais que delas decorrem.

O estudo justifica-se pela necessidade de compreender as discrepâncias entre a robusta proteção legal oferecida pelo CDC e sua aplicação efetiva na sociedade brasileira. Após 35 anos de vigência, o paradoxo persiste: embora o Brasil possua uma das legislações consumeristas mais avançadas do mundo, práticas comerciais abusivas continuam sendo amplamente toleradas e aceitas socialmente.

A pesquisa utilizou metodologia de revisão bibliográfica, por meio de análise doutrinária, legislativa e jurisprudencial, além do exame de artigos científicos contemporâneos sobre o comportamento do consumidor e a cultura jurídica relacionada ao tema.

2. MATERIAL E MÉTODOS

A presente pesquisa caracteriza-se como básica, de abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de revisão bibliográfica. O estudo contemplou a análise de doutrinas jurídicas, legislação específica, julgados relevantes e artigos científicos que abordam as infrações socialmente aceitas do Código de Defesa do Consumidor.

A pesquisa bibliográfica foi realizada nas plataformas Google Scholar, Scielo, repositórios institucionais e bases de dados jurídicas, utilizando os descritores: "Código de Defesa do Consumidor", "práticas abusivas", "normalização de infrações", "vulnerabilidade do consumidor" e "cultura consumerista brasileira", em língua portuguesa e inglesa.

Não foi realizada coleta de dados primários por meio de entrevistas ou questionários, concentrando-se exclusivamente na pesquisa documental. O tratamento dos dados foi feito por meio de análise de conteúdo qualitativa, organizando as informações em categorias pertinentes ao problema investigado, destacando práticas comuns, fatores culturais, efeitos sociais e mecanismos jurídicos de controle.

A análise foi organizada em categorias temáticas: vulnerabilidade, práticas abusivas e efetividade normativa. Permitindo estabelecer relações entre o discurso jurídico e a prática social, identificando padrões discursivos e comportamentais que indiquem a aceitação social de infrações consumeristas.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 Panorama das Infrações Socialmente Aceitas e o Marco Normativo do CDC

O desenvolvimento deste trabalho está organizado em subseções que percorrem, de forma sistemática, o conjunto de fatores que explica a normalização das infrações ao CDC: o marco normativo e principiológico do Código, o conceito e a classificação das práticas abusivas, os principais tipos de infrações socialmente aceitas, o princípio da vulnerabilidade em suas múltiplas dimensões, os fatores culturais brasileiros, as novas manifestações abusivas no ambiente digital, a análise dos mecanismos de fiscalização e responsabilização e, por fim, as perspectivas para o fortalecimento da proteção consumerista.

3.2 O Código de Defesa do Consumidor e seu Marco Protetivo

O Código de Defesa do Consumidor, promulgado pela Lei nº 8.078/1990, constitui um microsistema jurídico autônomo, fundamentado em princípios próprios e dotado de vocação interdisciplinar. Nas palavras de Tartuce e Neves (2021), o CDC é "[...] uma lei de cunho inter e multidisciplinar, além de ter o caráter de um verdadeiro microsistema jurídico, ao lado de princípios que lhe são próprios, no âmbito da chamada ciência consumerista". Essa estrutura sistêmica é o que confere ao Código sua abrangência e adaptabilidade diante das mais variadas situações de vulnerabilidade que surgem nas relações de consumo.

O artigo 4º do CDC estabelece os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, entre os quais se destacam: o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado (inciso I); a ação governamental para proteger efetivamente o consumidor (inciso II); a educação e informação sobre o consumo adequado (inciso IV); e a coibição e repressão dos abusos praticados no mercado de consumo (inciso VI) (BRASIL, 1990). Já o artigo 6º enuncia os direitos básicos do consumidor, compondo um verdadeiro estatuto de garantias que permeia todas as relações de consumo, independentemente do setor econômico envolvido.

Elemento central do sistema protetivo do CDC é o princípio da boa-fé objetiva, previsto no artigo 4º, inciso III, que Tartuce e Neves (2021) qualificam como "o coração" do Código. Diferentemente da boa-fé subjetiva, ligada à intenção das partes, a boa-fé objetiva constitui uma regra de conduta, exigindo comportamento leal, probo e transparente em todas as fases da relação de consumo: pré-contratual, contratual e pós-contratual. Dela derivam deveres anexos de cuidado, respeito, lealdade, informação e transparência, que se impõem ao fornecedor independentemente de previsão contratual expressa.

A violação da boa-fé objetiva é, precisamente, o denominador comum de todas as infrações ao CDC que são socialmente aceitas. Quando o fornecedor omite informações relevantes sobre um produto, impõe serviços não solicitados, cobra valores indevidos ou condiciona o fornecimento de um bem à aquisição de outro, está atuando em desconformidade com os padrões de lealdade e transparência que o CDC exige. O problema investigado neste trabalho é justamente por que essas violações, tão claramente contrárias ao Código, são toleradas e naturalizadas pela sociedade brasileira.

Benjamin, Marques e Bessa (2021) observam que o CDC se apoia no "favor debilis", a proteção da parte mais fraca, como pressuposto de toda a sua arquitetura normativa. Essa opção legislativa representa a superação da ideia liberal de igualdade formal entre as partes, substituída pelo reconhecimento de que alguns agentes econômicos "[...] são mais fortes ou detêm posição jurídica mais forte, detêm mais informações, são experts ou profissionais, transferem mais facilmente seus riscos e custos profissionais para os outros". É essa assimetria estrutural que justifica o tratamento protetivo diferenciado conferido ao consumidor e que torna especialmente grave a normalização das infrações ao Código.

3.3 O Conceito e a Classificação das Práticas Abusivas

O conceito de prática abusiva é central para a compreensão do fenômeno investigado neste trabalho. Na definição precisa de Benjamin, Marques e Bessa (2021), prática abusiva "[...] (lato sensu) é a desconformidade com os padrões mercadológicos de boa conduta em relação ao consumidor". Os autores destacam que tais práticas são, no direito norte-americano, reputadas como unfair, injustas, e se comportam como gênero do qual as cláusulas e a publicidade abusivas são espécies.

Uma característica fundamental das práticas abusivas, sublinhada por Benjamin, Marques e Bessa (2021), é que sua ilicitude se configura *in re ipsa*, independentemente de verificação de dano efetivo ao consumidor. Nas palavras do Superior Tribunal de Justiça, citadas pelos autores, prática abusiva "[...] refere-se a abuso de poder: poder econômico, poder mercadológico, poder de informação,

poder tecnológico, poder religioso, poder de manipulação" (REsp 1.794.971/SP, Rel. Min. Herman Benjamin, j. 10.03.2020). Essa caracterização é decisiva: o consumidor lesado por prática abusiva não precisa demonstrar dano patrimonial concreto para ter direito à proteção do CDC.

Do ponto de vista classificatório, Tartuce e Neves (2021, p. 357) ensinam que o art. 39 do CDC tipifica, em rol exemplificativo ou *numerus apertus*, situações tidas como ensejadoras do abuso de direito consumerista. A lista é aberta porque, como explica Benjamin, Marques e Bessa (2021), "[...] o mercado de consumo é de extremada velocidade e as mutações ocorrem da noite para o dia". Por isso, além das hipóteses expressamente previstas no artigo 39, são práticas abusivas quaisquer outras que afrontem os princípios gerais da lei consumerista, especialmente a boa-fé objetiva e a vedação ao abuso de poder.

Quanto ao aspecto temporal, Benjamin, Marques e Bessa (2021) classificam as práticas abusivas em pré-contratuais (como a venda casada e o envio de produto não solicitado), contratuais (como a omissão de prazo para cumprimento da obrigação) e pós-contratuais (como a divulgação de informações negativas sobre o consumidor e as cobranças abusivas de dívidas). Essa tipologia é relevante para o estudo das infrações socialmente aceitas, pois muitas delas ocorrem justamente nos momentos pré e pós-contratuais, etapas em que o consumidor está mais desprotegido e menos atento à defesa de seus direitos.

3.4 Fatores Culturais e a Aceitação de Infrações Consumeristas

Entre as práticas abusivas tipificadas no CDC que mais frequentemente se normalizam nas relações de consumo, destaca-se a venda casada, proibida pelo artigo 39, inciso I. Tartuce e Neves (2021) ensinam que a venda casada ocorre sempre que o fornecedor submete um produto ou serviço a outro produto ou serviço, visando um efeito caroneiro ou oportunista. O Superior Tribunal de Justiça consolidou o entendimento na Jurisprudência em Teses nº 74, item 9, de que "considera-se abusiva a prática de limitar a liberdade de escolha do consumidor vinculando a compra de produto ou serviço à aquisição concomitante de outro produto ou serviço de natureza distinta e comercializado em separado".

A capilaridade da venda casada no mercado brasileiro é revelada pela diversidade de setores em que o STJ a identificou: no Sistema Financeiro da Habitação, em que a contratação de seguro habitacional apenas com o agente financeiro foi declarada ilegal (REsp 969.129/MG — origem da Súmula 473 do STJ); nos cartões de crédito, com a cobrança de seguro automático e compulsório (REsp 1.554.153/RS); e até em postos de combustíveis, em que o benefício no preço da gasolina era condicionado à compra de refrigerante (citado em Tartuce e Neves, 2021). Em todos esses casos, a prática persistia porque era socialmente percebida como parte normal da negociação, e não como ilicitude.

A publicidade enganosa, vedada pelo artigo 37, § 1º do CDC, constitui outra categoria de infração de alta incidência e baixa percepção social. O dispositivo legal define como enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário inteira ou parcialmente falsa, ou que por qualquer outro modo, mesmo por omissão, seja capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (Brasil, 1990). A publicidade por omissão, em que informações relevantes são simplesmente ocultadas, é especialmente frequente e raramente questionada.

A omissão de informações relevantes nos contratos de adesão é outro campo de alta normalização. O artigo 46 do CDC é claro ao dispor que os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance (BRASIL, 1990). Apesar dessa exigência, contratos extensos, redigidos em linguagem técnica e com fontes reduzidas são a regra em setores como o bancário, o securitário e o de telecomunicações, sem que isso desperte reação dos consumidores ou punição efetiva dos fornecedores.

A cobrança abusiva de dívidas, tipificada como crime pelo artigo 71 do CDC, é infração que se normalizou especialmente no setor financeiro. O dispositivo legal penaliza o uso, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas, incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer (Brasil, 1990). A alta frequência dessas condutas, revelada pelo número expressivo de reclamações nos Procons e no consumidor.gov.br, contrasta com a raridade das condenações penais, criando a percepção social de que a norma proibitiva é ineficaz.

A obsolescência programada, embora não expressamente tipificada no CDC, foi reconhecida por Tartuce e Neves (2021) como prática abusiva que implica vício do produto, quando o fabricante deliberadamente reduz a vida útil do bem abaixo do que razoavelmente se esperaria. Essa prática, especialmente frequente no setor de produtos eletrônicos, é largamente aceita pelos consumidores como inevitável característica do mercado tecnológico, quando na verdade configura violação ao dever de qualidade e durabilidade dos produtos previsto no CDC.

Pesquisas demonstram que, embora 92% dos brasileiros afirmem conhecer o CDC e 96% declarem conhecer seus direitos como consumidores, a realidade das relações comerciais cotidianas revela a persistência de práticas abusivas que, apesar de legalmente vedadas, são toleradas pela sociedade. A pesquisa do Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) indica que 67% dos consumidores já se sentiram desrespeitados em suas relações de consumo, evidenciando a lacuna entre a proteção legal e sua efetivação prática (IDEC, 2016).

Uma categoria particularmente expressiva de infrações normalizadas refere-se à omissão e ao descumprimento das regras sobre contratos de adesão. O artigo 54, § 4º do CDC, exige que as cláusulas limitativas de direito do consumidor sejam redigidas com destaque, de forma clara e explicitada (Brasil, 1990). O Superior Tribunal de Justiça, no REsp 1.219.406/MG (Rel. Min. Luis Felipe Salomão, j. 15.02.2011), citado por Tartuce e Neves (2021), reconheceu a abusividade de cláusula de exclusão de cobertura securitária que não foi entregue ao consumidor no ato da contratação, assentando que a limitação de direito do segurado deve constar de forma clara, nos moldes do artigo 54, § 4º, CDC. Esse julgado revela que a prática de ocultar cláusulas limitativas é recorrente e só chega ao Judiciário quando o consumidor, já lesado, decide reclamar, o que é a exceção, não a regra.

Também integra o rol das infrações socialmente aceitas a prática de condicionar a prestação de um serviço à apresentação de documentos ou à realização de procedimentos desnecessários, o que Benjamin, Marques e Bessa (2021) identificam como modalidade de abuso de poder mercadológico. A resistência do consumidor a essas exigências é inibida pela percepção de que reclamar é mais custoso do que ceder, especialmente quando o serviço em questão é essencial, como planos de saúde, serviços bancários ou telecomunicações. Essa percepção alimenta a impunidade dos fornecedores e consolida a aceitação social da infração.

3.5 Vulnerabilidade do Consumidor e Assimetria Informacional

O princípio da vulnerabilidade, previsto no artigo 4º, inciso I do CDC, é o fundamento de toda a estrutura protetiva do Código. Trata-se de presunção absoluta, *iure et de iure*, que não admite prova em contrário: enquadrada uma pessoa como consumidora, fará jus a todos os benefícios do estatuto protetivo, independentemente de sua situação política, social, econômica ou financeira (Tartuce e Neves, 2021, p. 49). A expressão "consumidor vulnerável" é, portanto, pleonástica: a vulnerabilidade é elemento posto, intrínseco à própria condição de destinatário final do produto ou serviço.

Benjamin, Marques e Bessa (2021) identificam quatro tipos de vulnerabilidade do consumidor: técnica, jurídica (ou econômica), fática (ou monopolística) e informacional. A vulnerabilidade técnica ocorre quando o consumidor não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que adquire, ficando à mercê das informações prestadas pelo fornecedor. A vulnerabilidade jurídica decorre do desconhecimento de direitos e dos instrumentos legais para exercê-los. A vulnerabilidade fática ou monopolística decorre do desequilíbrio de poder entre o consumidor individual e grandes fornecedores que dominam setores essenciais do mercado. A vulnerabilidade informacional, por fim, resulta da assimetria de informações, especialmente grave no ambiente digital.

Tartuce e Neves (2021) são precisos ao distinguir vulnerabilidade de hipossuficiência: "Todo consumidor é sempre vulnerável, característica intrínseca à própria condição de destinatário final do produto ou serviço, mas nem sempre será hipossuficiente". A vulnerabilidade é conceito jurídico, de presunção absoluta. A hipossuficiência, ao contrário, é conceito fático, reconhecido caso a caso pelo juiz, com base em disparidade técnica, econômica ou informacional no caso concreto. A hipossuficiência importa sobretudo no campo processual, como fundamento da inversão do ônus da prova prevista no artigo 6º, inciso VIII do CDC.

Além dos quatro tipos básicos de vulnerabilidade, a doutrina contemporânea reconhece a figura da hipervulnerabilidade, conceito desenvolvido por Antonio Herman Benjamin (2021) para identificar consumidores com vulnerabilidade agravada em razão de características pessoais, crianças, adolescentes, idosos, portadores de necessidades especiais ou pessoas doentes. O Superior Tribunal de Justiça adotou expressamente essa categoria, estabelecendo que "[...] ao Estado

Social importam não apenas os vulneráveis, mas sobretudo os hipervulneráveis, pois são esses que, exatamente por serem minoritários e amiúde discriminados ou ignorados, mais sofrem com a massificação do consumo" (REsp 586.316-MG, citado em Benjamin, Marques e Bessa, 2021, p. 3.513).

A compreensão das múltiplas dimensões da vulnerabilidade é indispensável para o diagnóstico do fenômeno das infrações socialmente aceitas. É precisamente porque os consumidores são tecnicamente, juridicamente e informativamente vulneráveis que práticas abusivas como contratos de adesão ilegíveis, cobranças indevidas e publicidade enganosa se perpetuam sem contestação. A normalização dessas infrações não é, portanto, fruto de convivência ou de escolha consciente dos consumidores é, em grande medida, consequência direta de sua vulnerabilidade estrutural.

Tartuce e Neves (2021) destacam ainda a distinção prática entre vulnerabilidade e hipossuficiência no campo processual. A vulnerabilidade, como presunção absoluta, fundamenta a proteção material do CDC. A hipossuficiência, por sua vez, é critério fático que autoriza o juiz a inverter o ônus da prova a favor do consumidor, nos termos do artigo 6º, inciso VIII da lei (BRASIL, 1990). Na prática das infrações socialmente aceitas, essa distinção é relevante: muitos consumidores sequer levam suas reclamações ao Judiciário justamente por desconhecer que a hipossuficiência técnica, o desconhecimento sobre o funcionamento de determinado produto ou serviço, pode ser reconhecida pelo juiz e resultar na inversão do ônus probatório, facilitando enormemente a defesa de seus direitos.

A vulnerabilidade informacional, especificamente, é agravada pela massificação dos contratos e pela complexidade técnica dos produtos e serviços contemporâneos. Benjamin, Marques e Bessa (2021) apontam que essa dimensão da vulnerabilidade se intensifica no ambiente digital, onde a assimetria de informações entre consumidores e fornecedores atinge seu grau máximo. O consumidor que assina um contrato de serviço digital sem ler os termos de uso, prática universal, não o faz por negligência: faz porque os termos são redigidos de forma propositalmente inacessível, em violação ao artigo 46 do CDC, que exige a possibilidade de compreensão prévia do conteúdo contratual (BRASIL, 1990).

3.6 Fatores Culturais Brasileiros e a Aceitação de Infrações Consumeristas

Os traços culturais brasileiros exercem influência significativa nas relações comerciais e contribuem para a naturalização de infrações ao CDC. O personalismo, a cordialidade, a aversão ao conflito e o chamado "jeitinho brasileiro" manifestam-se concretamente nas interações entre consumidores e fornecedores, criando dinâmicas específicas que comprometem a efetivação dos direitos consumeristas. Esses elementos culturais interagem com a vulnerabilidade jurídica e informacional do consumidor, potencializando os efeitos negativos de ambos.

Sérgio Buarque de Holanda, em "Raízes do Brasil" (1936), identifica o homem cordial como traço fundamental da sociedade brasileira, a prevalência das relações pessoais sobre as institucionais, do afeto sobre a norma abstrata. Essa característica cultural explica a tolerância a práticas comerciais abusivas quando mediadas por relações de proximidade ou cordialidade aparente: o consumidor que se sente pessoalmente bem tratado tende a não questionar eventuais irregularidades nos termos da transação, percebendo-as como parte de um arranjo relacional que não deve ser perturbado.

Roberto DaMatta, em "Carnavais, Malandros e Heróis" (1979), analisa o "jeitinho brasileiro" como mecanismo de flexibilização das regras formais em favor de soluções práticas imediatas. No contexto consumerista, esse traço cultural pode contribuir para a aceitação de práticas irregulares quando percebidas como vantajosas ou convenientes no curto prazo, mesmo que representem violações a direitos de longo prazo. O consumidor que aceita o "jeito" proposto pelo fornecedor — que frequentemente encobre uma infração ao CDC, o faz muitas vezes sem sequer reconhecer que está sendo lesado.

Estudos etnográficos aplicados ao varejo nacional demonstram como esses elementos culturais se manifestam nas relações comerciais, influenciando a forma como consumidores e fornecedores interagem (Macedo, 2014). A pesquisa etnográfica revelou que consumidores frequentemente preferem evitar o conflito com vendedores ou gerentes, mesmo quando têm consciência de estar sendo tratados de forma irregular, por receio de represálias, de constrangimento social ou por considerar o custo emocional do confronto superior ao benefício esperado. Esse comportamento, individualmente compreensível, tem o efeito coletivo de retroalimentar as infrações.

Outro fator cultural relevante é a desconfiança histórica nas instituições públicas de proteção ao consumidor. Parte significativa da população não recorre ao

Procon ou ao Poder Judiciário quando lesada, por considerar esses mecanismos ineficientes, morosos ou inacessíveis. Essa percepção — independentemente de sua correspondência com a realidade — cria uma barreira cultural à efetivação dos direitos consumeristas e contribui para que os fornecedores não percebam as infrações ao CDC como condutas arriscadas, pois sabem que a probabilidade de reclamação e responsabilização efetiva é baixa.

A linguagem cotidiana espelha essa resignação coletiva. Expressões como "é assim que funciona", "todo mundo faz isso" ou "não adianta reclamar" revelam a incorporação das práticas abusivas à normalidade percebida das relações comerciais. Essa normalização linguística é ao mesmo tempo produto e reforço da aceitação social das infrações: ao verbalizá-las como inevitáveis, os consumidores reforçam sua própria disposição para tolerá-las e sinalizam aos fornecedores que as práticas abusivas não encontrarão resistência.

3.7 O Ambiente Digital e as Novas Modalidades de Práticas Abusivas

O ambiente digital trouxe novas e sofisticadas dimensões para as práticas abusivas consumeristas. O CDC, promulgado em 1990, foi elaborado num contexto pré-internet, mas seus princípios gerais, boa-fé, transparência e vedação ao abuso, são plenamente aplicáveis às relações eletrônicas de consumo. Benjamin, Marques e Bessa (2021) observam que o marketing digital precisa adaptar-se às exigências do Código, pois nesse ambiente os abusos se normalizam pela falta de fiscalização adequada e pela percepção do consumidor de que certas práticas são inevitáveis.

A venda casada no ambiente digital assume contornos mais sutis e de difícil identificação. A vinculação obrigatória de aplicativos a sistemas operacionais, a exigência de criação de conta proprietária como condição para uso de produto adquirido, e a oferta de pacotes de serviços cuja recusa implica condições comercialmente muito mais desfavoráveis são exemplos contemporâneos que violam o artigo 39, inciso I do CDC (Brasil, 1990). A natureza técnica dessas práticas dificulta sua percepção pelo consumidor médio como ilicitude, favorecendo sua normalização.

Os chamados *dark patterns*, padrões obscuros de interface, representam uma das categorias mais disseminadas de práticas abusivas digitais. Trata-se de técnicas de design de interfaces que induzem o consumidor a tomar decisões contrárias ao seu interesse, como assinar serviços sem perceber, aceitar cobranças adicionais não solicitadas ou dificultar o cancelamento de assinaturas. A dificuldade de cancelamento de contratos digitais é particularmente representativa: enquanto a contratação é simples e imediata, o cancelamento frequentemente exige longa navegação por menus confusos, longos tempos de espera em centrais de atendimento, ou sujeição a tentativas de retenção. Tais práticas violam o princípio da boa-fé objetiva e o direito à informação clara previsto no artigo 6º, inciso III do CDC (Brasil, 1990).

A publicidade comportamental, direcionada por algoritmos que exploram dados pessoais dos consumidores, representa outro campo de crescente abusividade normalizada. Com base em informações coletadas sobre histórico de navegação, localização e padrões de compra, plataformas veiculam anúncios que exploram vulnerabilidades específicas de cada usuário, podendo configurar publicidade abusiva nos termos do artigo 37, § 2º do CDC, quando se aproveita da deficiência de julgamento ou da inexperience do consumidor (Brasil, 1990). A invisibilidade desse mecanismo para o consumidor médio contribui diretamente para sua normalização.

A Agência Senado (2021) aponta que o número de reclamações relacionadas ao comércio eletrônico cresceu significativamente nos últimos anos, mas ainda representa fração pequena do total de infrações praticadas, evidenciando que a esmagadora maioria dos consumidores digitais não reclama das práticas abusivas que sofre. Essa baixa taxa de reclamação retroalimenta a normalização das práticas e confirma aos fornecedores que as infrações digitais são de baixo risco, reforçando o ciclo de impunidade.

3.8 Ineficiência dos Mecanismos de Fiscalização e o Ciclo de Impunidade

O CDC estabelece um sistema tríplice de responsabilização dos fornecedores, nas esferas administrativa, cível e penal. Na esfera administrativa, o artigo 56 prevê sanções que incluem multa, apreensão do produto, suspensão de fornecimento de produtos ou serviços, suspensão temporária de atividade e interdição total ou parcial do estabelecimento (Brasil, 1990). Tartuce e Neves (2021)

observam que a presença de uma prática abusiva enseja as sanções administrativas do artigo 56, sem prejuízo da responsabilização civil correspondente. O problema é que a aplicação dessas sanções pela rede de Procons é fragmentada e insuficiente diante do volume e da diversidade das infrações praticadas.

Na esfera cível, o sistema de responsabilidade objetiva do CDC, previsto nos artigos 12 e 14 para defeitos de produtos e serviços, e no artigo 18 para vícios, representa avanço significativo em relação ao regime geral da responsabilidade civil. O consumidor não precisa provar a culpa do fornecedor: basta demonstrar o dano e o nexo causal com o produto ou serviço. Contudo, o acesso à Justiça continua sendo barreira para muitos consumidores, especialmente os de menor renda e escolaridade, que têm maior dificuldade de arcar com os custos e a complexidade do processo judicial, mesmo nos Juizados Especiais Cíveis.

Nesse contexto, a teoria do desvio produtivo do consumidor, desenvolvida por Marcos Dessaune e amplamente citada por Tartuce e Neves (2021), oferece importante contribuição doutrinária: o fornecedor que atende mal, cria um problema de consumo e se esquia de solucioná-lo espontânea e efetivamente induz o consumidor a despender tempo vital para resolver uma questão que deveria ter sido resolvida pelo próprio fornecedor. Esse dispêndio de tempo configura dano extrapatrimonial de natureza existencial, indenizável *in re ipsa*. O STJ acolheu esse entendimento ao reconhecer, no REsp 1.737.412/SE (Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 05.02.2019), a responsabilidade de um banco por dano moral coletivo decorrente da demora excessiva no atendimento de clientes.

A tutela penal do consumidor, prevista nos artigos 61 a 80 do CDC, enfrenta os maiores desafios de efetividade. A tipificação de condutas como crimes contra as relações de consumo visa conferir maior força dissuasória à proteção consumerista, mas sua aplicação prática é mínima. A raridade das condenações penais por infrações ao CDC cria a percepção coletiva de que as normas penais consumeristas são letra morta, contribuindo para a ousadia dos fornecedores que praticam reiteradamente condutas tipificadas.

A ineficácia dos mecanismos de fiscalização gera um ciclo vicioso que explica, em grande medida, a persistência das infrações socialmente aceitas: a falta de punição efetiva estimula a repetição das práticas abusivas; a repetição consolida a percepção dessas práticas como normais; a normalização reduz a disposição dos consumidores para reclamar; a ausência de reclamações diminui a pressão sobre os órgãos fiscalizadores; e a omissão dos órgãos fiscalizadores reforça a impunidade dos fornecedores, recomeçando o ciclo. Romper esse ciclo exige intervenção simultânea em múltiplos pontos, o que só se alcança com uma abordagem sistêmica e coordenada.

3.9 A Tutela Coletiva como Instrumento de Combate às Infrações Normalizadas

A tutela coletiva dos direitos dos consumidores, prevista nos artigos 81 a 104 do CDC, representa um dos instrumentos mais poderosos para o combate às práticas abusivas que se normalizaram em escala sistêmica. Conforme ensina o artigo 81 do CDC, a defesa coletiva abrange interesses ou direitos difusos, transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas ligadas por circunstâncias de fato, interesses ou direitos coletivos, transindividuais de grupo ligado por relação jurídica base, e interesses ou direitos individuais homogêneos, decorrentes de origem comum (Brasil, 1990). Benjamin, Marques e Bessa (2021) sublinham que o CDC não protege apenas o consumidor individualmente, mas toda a coletividade de consumidores, visando erradicar práticas abusivas em sua raiz.

A ação civil pública, regida pela Lei nº 7.347/1985 em combinação com o CDC, é o principal instrumento processual para a tutela coletiva consumerista. Por meio dela, o Ministério Público, os Procons, as associações de defesa do consumidor e outros legitimados do artigo 82 do CDC podem obter tanto a cessação de práticas abusivas quanto a reparação dos danos coletivos causados. As condenações em ações coletivas produzem, em regra, efeitos erga omnes ou ultra partes, beneficiando todos os consumidores lesados, mesmo aqueles que não participaram do processo.

A teoria do dano moral coletivo, consolidada na jurisprudência do STJ, amplia significativamente o alcance da tutela coletiva consumerista. No REsp 1.737.412/SE (Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 05.02.2019), citado por Tartuce e Neves (2021, p. 180), o STJ reconheceu que o desrespeito voluntário das garantias legais, com nítido intuito de otimizar o lucro em prejuízo da qualidade do serviço, revela ofensa aos deveres anexos ao princípio da boa-fé objetiva e configura lesão injusta e intolerável à função social da atividade produtiva. A condenação ao pagamento de indenização

coletiva visa não apenas reparar o dano, mas também produzir o efeito pedagógico que o sistema sancionatório administrativo não tem conseguido gerar.

Apesar de sua importância teórica, a tutela coletiva enfrenta obstáculos práticos que limitam sua efetividade como mecanismo de combate às infrações normalizadas. A morosidade do Poder Judiciário, as dificuldades de execução das sentenças coletivas e a capacidade operacional limitada do Ministério Público e das entidades de defesa do consumidor comprometem o alcance das ações coletivas. Fortalecer esses atores e simplificar os mecanismos de acesso à tutela coletiva são, portanto, passos indispensáveis para o combate sistêmico às práticas abusivas normalizadas.

3.10 Perspectivas para o Fortalecimento da Proteção Consumerista

O diagnóstico apresentado nas seções anteriores aponta para a necessidade de uma abordagem multidimensional no combate às infrações ao CDC socialmente aceitas. O texto legal já é tecnicamente avançado, como demonstram a tipificação abrangente das práticas abusivas, a responsabilidade objetiva do fornecedor e a amplitude da tutela coletiva. O problema é a lacuna entre a norma e sua efetivação prática, que exige intervenção simultânea nos campos educacional, institucional, regulatório e cultural.

No campo educacional, o artigo 4º, inciso IV do CDC já prevê o dever do Estado de promover a educação e a informação dos consumidores sobre seus direitos. Tartuce e Neves (2021) observam que a efetivação desse mandamento legal exige a inclusão da educação para o consumo nos currículos escolares, a realização de campanhas de comunicação pública sobre os direitos consumeristas e o fortalecimento das ouvidorias e centrais de atendimento dos órgãos de proteção ao consumidor. Uma população mais informada sobre seus direitos tem maior capacidade de identificar e reclamar infrações, elevando o custo esperado das práticas abusivas para os fornecedores.

No campo institucional, o artigo 105 do CDC criou o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, SNDC, integrado pelos órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e pelas entidades privadas de defesa do consumidor (Brasil, 1990). O pleno funcionamento desse sistema, com coordenação efetiva entre seus integrantes e dotação de recursos humanos e tecnológicos adequados, é condição necessária para que a fiscalização consumerista alcance escala compatível com a dimensão do problema. O fortalecimento dos Procons estaduais e municipais, e a especialização de promotores do Ministério Público na área de direito do consumidor, são medidas com comprovado efeito dissuasório sobre os fornecedores.

No campo regulatório, a atualização da legislação consumerista para fazer frente aos desafios do ambiente digital é necessidade urgente. Embora o CDC seja aplicável às relações eletrônicas de consumo, a regulamentação específica de práticas como os dark patterns de interface, a publicidade comportamental abusiva e as cláusulas de cancelamento leoninas no e-commerce exige iniciativa legislativa e regulatória específica. A ampliação e a efetiva aplicação de plataformas como o consumidor.gov.br, criado pelo Decreto nº 8.573/2015, que permitem o monitoramento público dos índices de resolução de reclamações por empresa, também contribui para criar incentivos à conformidade voluntária dos fornecedores.

No campo cultural, o enfrentamento da normalização das infrações passa necessariamente pela construção de uma cultura de exigência de direitos entre os consumidores brasileiros. Essa transformação requer esforço coordenado e de longo prazo, envolvendo Estado, sociedade civil, mídia e academia. Conforme demonstrado neste trabalho, os traços culturais que favorecem a tolerância às práticas abusivas, cordialidade, aversão ao conflito, o "jeitinho brasileiro", não são imutáveis: podem ser progressivamente reconfigurados à medida que os consumidores desenvolvem maior consciência de seus direitos e maior confiança nos instrumentos disponíveis para exercê-los.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo evidenciou que o fenômeno da normalização de infrações ao CDC é multifatorial, resultando da interação entre características culturais brasileiras, vulnerabilidade informacional dos consumidores, ineficiência dos mecanismos de fiscalização e a crescente complexidade das relações comerciais, especialmente no ambiente digital.

A análise do CDC demonstrou que o diploma legal brasileiro de proteção ao consumidor é tecnicamente avançado e abrangente, contendo previsões que tratam

tanto da dimensão individual quanto da dimensão coletiva das relações de consumo. O problema não reside, portanto, na insuficiência normativa, mas na lacuna entre o texto legal e sua efetivação prática, que é o fenômeno central investigado neste trabalho.

Demonstrou-se que a cultura do "jeitinho brasileiro", a cordialidade e a aversão ao conflito direto criam um ambiente social que favorece a tolerância a práticas comerciais abusivas, levando consumidores a aceitarem violações aos seus direitos como parte natural das relações comerciais. Esta dinâmica cultural perpetua um ciclo de impunidade que normaliza práticas abusivas, fazendo com que infrações ao CDC sejam percebidas como condutas toleráveis ou inevitáveis no mercado brasileiro.

A pesquisa confirmou a hipótese de que existe lacuna significativa entre a proteção formal oferecida pelo CDC e sua efetivação prática. Após mais de 35 anos de vigência, o paradoxo persiste: embora o Brasil possua uma das legislações consumeristas mais avançadas do mundo, os dados demonstram que 67% dos consumidores já se sentiram desrespeitados em suas relações de consumo (IDEC, 2016), e a maioria das infrações sofridas não resulta em qualquer reclamação ou reparação.

O ambiente digital emergiu como novo e crescente espaço de práticas abusivas normalizadas, demandando atualização dos mecanismos de fiscalização e da própria doutrina consumerista para fazer frente às especificidades das relações de consumo online. Os chamados "dark patterns" de interface, a publicidade algorítmica abusiva e a dificuldade de cancelamento de contratos de assinatura digital representam desafios contemporâneos que exigem respostas regulatórias à altura.

Conclui-se que o enfrentamento do fenômeno das infrações socialmente aceitas demanda abordagem interdisciplinar que combine instrumentos jurídicos com estratégias socioeducativas. É necessário fortalecer os mecanismos de fiscalização e sanção previstos no próprio CDC, ampliar a educação consumerista nas escolas e nos meios de comunicação, e desenvolver campanhas que considerem as especificidades culturais brasileiras, de modo a promover a efetividade real dos direitos previstos no diploma legal e reduzir progressivamente a aceitação social de práticas comerciais abusivas.

Por fim, registra-se que a presente pesquisa, por seu caráter de revisão bibliográfica, abre espaço para estudos futuros de natureza empírica que investiguem, por meio de coleta de dados primários, a percepção dos consumidores brasileiros sobre infrações específicas ao CDC, bem como a efetividade comparativa dos diferentes mecanismos de tutela disponíveis. A compreensão aprofundada desse fenômeno é condição necessária para o desenvolvimento de políticas públicas de defesa do consumidor verdadeiramente eficazes.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SENADO. Consumidor brasileiro se sente desrespeitado, segundo pesquisa do Idec. **Senado Notícias**, 15 mar. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/03/15/consumidor-brasileiro-se-sente-desrespeitado-segundo-pesquisa-do-idec>. Acesso em: 16 set. 2025.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; FINK, Daniel Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; GRINOVER, Ada Pellegrini; NERY JUNIOR, Nelson; DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 5 out. 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 mar. 2026.

BRASIL. Instituto Brasileiro De Defesa Do Consumidor - IDEC. Brasileiros conhecem seus direitos de consumidor, mas não reclamam de forma efetiva, mostra pesquisa. **IDEC**, 14 mar. 2016. Disponível em: <https://idec.org.br/em-acao/em-foco/brasileiros-conhecem-cdc-e-seus-direitos-de-consumidor-mas-no-reclamam-de-forma-efetiva-mostra-pesquisa>. Acesso em: 16 set. 2025.

MACEDO, Lílian Carvalho de. **Etnografia** – Acadêmico. Disponível em: <http://arquivos.eadadm.ufsc.br/somente->

leitura/EaDADM/UAB_2014_2/Modulo_6/Pesquisa_Mercadologica/material_didatico/Exemplos%20pesquisa%20mercadologica/Etnografia%20-%20Acad%C3%AAmico.pdf. Acesso em: 16 set. 2025.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

MIRANDA, Frederico Marques Trindade. **A prática abusiva da venda casada segundo o Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/4484/1/TCC%20-%20FREDERICO%20MARQUES%20TRINDADE.pdf>. Acesso em: 16 set. 2025.

PUC-RIO. **A Publicidade Enganosa e Abusiva e a Responsabilidade dos Envolvidos**. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/10136/10136.PDF>. Acesso em: 16 nov. 2025.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: Direito Material e Processual. 10. ed. São Paulo: Método, 2021