

**XXV CONGRESSO DO CONPEDI -  
CURITIBA**

**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE  
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I**

**CAROLINA MEDEIROS BAHIA**

**CLEIDE CALGARO**

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria – CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

**Vice-presidente Norte/Centro** - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

**Secretário Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

**Secretário Adjunto** - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

**Representante Discente** – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

#### **Secretarias:**

**Relações Institucionais** – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

**Educação Jurídica** – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

**Eventos** – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

**Comunicação** – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

---

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UNICURITIBA;

Coordenadoras: Carolina Medeiros Bahia, Cleide Calgaro – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-335-1

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: CIDADANIA E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: o papel dos atores sociais no Estado Democrático de Direito.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Congressos. 2. Globalização. 3. Responsabilidade nas Relações de Consumo. I. Congresso Nacional do CONPEDI (25. : 2016 : Curitiba, PR).

CDU: 34



**XXV CONGRESSO DO CONPEDI - CURITIBA**  
**DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE**  
**CONSUMO I**

---

**Apresentação**

É com satisfação que se apresenta a sociedade brasileira a coletânea de artigos selecionados, para a exposição oral e debates no Grupo de Trabalho "DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO I", realizado no XXV Congresso Nacional do CONPEDI, ocorrido nos dias 07 a 10 de Dezembro de 2016, na cidade de Curitiba – Paraná. Essas Instituições, tanto públicas como privadas, que denotam o olhar crítico por meio de suas pesquisas científicas acerca de questões voltadas ao Direito, a globalização e as relações de consumo e sua responsabilidade.

Salienta-se que a qualidade dos temas apresentados em cada artigo, que é parte dessa coletânea, demonstram a importância do Direito do Consumidor e sua responsabilidade na sociedade contemporânea, além de questões voltadas ao viés da globalização e seus reflexos. Verifica-se que os diversos problemas voltados a relação de consumo e a globalização cada vez mais permeiam a sociedade nacional e internacional, onde as relações sociais consumeristas se pautam no consumismo havendo a necessidade de uma proteção do direito nessas relações. “Consumo logo existo para a sociedade”, isso demonstra que o consumidor, na atualidade, planifica-se na esfera do comprar, ter e aparentar, assim, as mercadorias tem mais valor do que o ser humano, o qual possui um preço.

A solução dos problemas socioambientais criados com as práticas advindas das relações de consumo e da globalização, devem ser evidenciados, como a adoção da cooperação social, onde os sujeitos cooperam para o bem comum, além de, políticas públicas voltadas ao âmbito local que realmente possuam eficiência e eficácia na sociedade e minimizem os reflexos do consumismo. A partir da aplicação de políticas públicas no âmbito local o cidadão se sente pertencente ao espaço público em que vive, viabilizando, efetivamente, a ideia de uma democracia participativa e a cooperação.

O consumidor e sua vulnerabilidade e o fornecedor com a evolução das novas tecnologias permitem que os pesquisadores evidenciem suas pesquisas na área. Desta forma, os estudos realizados no GT permitem examinar que a legislação infraconstitucional não é eficiente e eficaz para solver os conflitos nas relações de consumo, e com o avanço das novas tecnologias o direito fica mais distante na proteção do consumidor, o qual se torna cada vez mais vulnerável e hipossuficiente.

O direito do consumidor, que seria o instrumento de equilíbrio das relações consumeristas, necessita de novas fases para articular as múltiplas negociações existentes na sociedade moderna. Portanto, nos estudos realizado nesse GT serão encontradas questões voltadas ao direito comparado, a influência da mídia na publicidade, dano moral coletivo, a responsabilidade ambiental, superendividamento, questões de gênero, entre outros temas que buscam uma preocupação na regulação desse direito que proteja os mais vulneráveis na relação de consumo.

Deste modo, pode-se observar a atualidade e a pertinência das pesquisas apresentadas no CONPEDI, que perpassam por questões sociais, ambientais, consumeristas, de direito comparado e de soluções das controvérsias na sociedade contemporânea.

Profa. Dra. Carolina Medeiros Bahia - UFSC

Profa. Dra. Cleide Calgaro - UCS

## **A RAZOABILIDADE E A LEGALIDADE DA FIXAÇÃO DE PREÇOS DISTINTOS AO CONSUMIDOR DE ACORDO COM A FORMA DE PAGAMENTO**

### **THE REASONABLENESS AND THE LEGALITY OF FIXING DIFERENT PRICES TO CONSUMERS ACCORDING THE FORM OF PAYMENT**

**Marcos Massashi Horita <sup>1</sup>**

#### **Resumo**

O presente artigo teve por escopo demonstrar que não há prática abusiva contra o consumidor na fixação de preços distintos para pagamentos com cartão de crédito, débito e dinheiro. Destacou-se que o mercado globalizado estimula cada vez mais e em todo o mundo a utilização da tecnologia dos cartões de crédito e de débito como meios de pagamento, oferecendo inúmeras vantagens aos consumidores e ampliando seu faturamento cada vez mais com esse promissor mercado. Apontou-se que o precedente judicial que determina a isonomia de preços, embora busque a tutela do consumidor, acaba prejudicando-o pela inobservância da regra de mercado.

**Palavras-chave:** Consumidor, Preços distintos, Cartão de crédito e dinheiro, Razoabilidade

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

This article focuses to demonstrate that there is no abuse against consumers in fixing different prices for payments by credit card, debit card and cash. The global market encourages increasingly and around the world to use the technology of credit and debit cards as means of payment, offering numerous benefits to consumers and expanding their increasingly their profit with this promising market. It was pointed out that the judicial precedent that determines the equality of prices, although it seeks consumer protection, ends up hurting him for failure to comply with market rule.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Consumer, Distinct prices, Credit card and cash, Reasonableness

---

<sup>1</sup> Mestrando em Direito Negocial pela Universidade Estadual de Londrina. Procurador do Estado do Paraná. Professor de direito processual civil na EMAP (Londrina), na EMATRA/PR (Londrina) e na PUC em Londrina.

## INTRODUÇÃO

O mercado globalizado estimula cada vez mais e em todo o mundo a utilização de cartões de crédito e de débito como meios de pagamento, oferecendo aos consumidores vantagens como: a) segurança (pela substituição do dinheiro em espécie por plástico), b) monitoramento de despesas, c) facilidade de pagamento em transações internacionais (turismo) e d) programas institucionais de recompensas que retribuem “pontos” aos consumidores, conforme a realização de seus gastos e que podem ser trocados por passagens aéreas, hospedagem, locação de veículos, produtos diversos em estabelecimentos de e-commerce (americanas.com, pontofrio.com, magazineluiza.com etc) etc.

No Brasil, as operadoras ou administradoras de cartões de crédito (Visa, Mastercard, American Express, Dinners, Elo etc.) vêm faturando cada vez mais com esse promissor mercado de meios de pagamento eletrônico.

Contudo, ainda há um público alvo de consumidores que preferem pagar em espécie pelos produtos e serviços adquiridos, recebendo descontos dos fornecedores, em razão da não incidência do custo adicionado que as vendas com cartões possuem.

Nesse contexto, surge a dúvida se a oferta de determinado produto ou serviço com preços diferenciados de acordo com a forma de pagamento – cartões de crédito, débito ou em dinheiro – configuraria prática abusiva e violaria o Código de Defesa do Consumidor, ato normativo editado em obediência ao comando constitucional e para a tutela do consumidor, em um mercado regido pela livre iniciativa.

A questão ganha especial relevo quando aprofundamos o estudo da matéria com o enfoque constitucional da defesa do consumidor que se consubstancia como direito fundamental de terceira dimensão, revelando a diferenciada responsabilidade acerca da solução judicial da questão.

A Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça – STJ proferiu precedente, em outubro de 2015, no qual decidiu pela configuração de prática abusiva contra o consumidor.

Entretanto, uma análise pormenorizada da distinção entre as formas de pagamento com cartão de crédito, débito e dinheiro, sem ignorar a lógica de mercado na formação dos preços ao consumidor, pode apontar raciocínio diametralmente oposto, inexistindo qualquer prática abusiva e, a rigor, até uma consequência nociva do precedente em prejuízo ao consumidor.

## 1 DA TUTELA DO CONSUMIDOR:

A tutela do consumidor é um direito fundamental coletivo, classificado como de terceira dimensão ou geração, constituindo uma obrigação do Estado em relação a uma coletividade de pessoas, ou seja, é um direito fundamental de caráter transindividual.

Sobre os direitos fundamentais de terceira dimensão, caracterizados pela tutela coletiva, escreve Ingo Wolfgang Sarlet:

Os direitos fundamentais da terceira dimensão, também denominados de direitos de fraternidade ou de solidariedade, **trazem como nota distintiva o fato de se desprenderem, em princípio da figura do homem-indivíduo como seu titular, destinando-se à proteção de grupos humanos (povo, nação), caracterizando-se, conseqüentemente, como direitos de titularidade transindividual (coletiva ou difusa).** (...) Cuida-se, na verdade, do resultado de novas reivindicações fundamentais do ser humano, geradas, dentre outros fatores, pelo impacto tecnológico, pelo estado crônico de beligerância, bem como pelo processo de descolonização do segundo pós-guerra e suas contundentes consequências, acarretando profundos reflexos na esfera dos direitos fundamentais.

**A nota distintiva destes direitos da terceira dimensão reside basicamente na sua titularidade transindividual (ou metaindividual), muitas vezes indefinida e indeterminável, o que se revela, a título de exemplo, especialmente no direito ao meio-ambiente e qualidade de vida, o qual, em que pese ficar preservada sua dimensão individual, reclama novas técnicas de garantia e proteção.** A atribuição da titularidade de direitos fundamentais ao próprio Estado e à nação (direitos a autodeterminação, paz e desenvolvimento) tem suscitado sérias dúvidas no que concerne à própria qualificação de grande parte destas reivindicações como autênticos direitos fundamentais. Compreende-se, portanto, porque os direitos da terceira dimensão são denominados usualmente como direitos de solidariedade ou de fraternidade, de modo especial em face de sua implicação transindividual ou mesmo universal (transnacional), e por exigirem esforços e responsabilidades em escala até mesmo mundial para sua efetivação. (SARLET, 2014, p. 276/277)

Denota-se que a proteção do consumidor encontra especial amparo no ordenamento jurídico brasileiro, possuindo um sistema bem estruturado desde a Constituição Federal, passando pelo Código de Defesa do Consumidor e pelas demais normas regulamentadoras.

A Constituição Federal preocupou-se, em diversas oportunidades, com a tutela do consumidor, como podemos observar nos artigos 5º, inciso XXXVII e 170, inciso V. Aliás,

houve, inclusive, a preocupação para que o Congresso Nacional elaborasse o Código de Defesa do Consumidor dentro do prazo de 120 (cento e vinte) dias após a promulgação da Constituição Federal, conforme o disposto no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – ADCT:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V - defesa do consumidor;

ADCT. Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

Em atendimento à determinação contida no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias – ADCT, o Congresso Nacional editou o Código de Defesa do Consumidor, considerado como uma das normas mais inovadoras e democráticas do Brasil, culminando na Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990.

O Código de Defesa do Consumidor, a toda evidência, teve por finalidade tutelar a parte mais fraca da relação de consumo, o consumidor, conforme ensina Claudia Lima Marques:

“O CDC brasileiro concentra-se justamente no sujeito de direitos, visa proteger este sujeito, sistematiza suas normas a partir desta ideia básica de proteção de apenas um sujeito “diferente” da sociedade de consumo: o consumidor. É um Código especial para “desiguais”, para “diferentes” em relações mistas entre um consumidor e um fornecedor.” (MARQUES, 2004, p. 53)

Não se pode olvidar da qualidade do conteúdo do Código de Defesa do Consumidor, recheado de normas de ordem pública cuja aplicabilidade escapa do âmbito da vontade das partes e se impõe no interesse social, atendendo aos ditames da Constituição Federal e garantindo certo equilíbrio nas relações jurídicas criadas em um mercado regido pelo



princípio da livre iniciativa (artigo 1º, inciso IV, c.c. artigo 170, *caput*, ambos da Constituição Federal).

Destaca-se, novamente, a lição de MARQUES (2003, p. 56): “são leis que nascem com a árdua tarefa de transformar uma realidade social, de conduzir a sociedade a um novo patamar de harmonia e respeito nas relações jurídicas”. E ainda, “as normas de ordem pública estabelecem valores básicos e fundamentais de nossa ordem jurídica, são normas de direito privado, mas de forte interesse público, daí serem indisponíveis e inafastáveis através de contrato”.

Bem se vê, é claro, que o Código de Defesa do Consumidor surgiu no auge da influência do capitalismo na vida do homem do século XX que passou a vivenciar a era do consumo, caracterizada por um crescimento exponencial dos negócios jurídicos fundados na aquisição de produtos e serviços, pela oferta generosa de crédito e pela força insinuante da publicidade e da propaganda.

Neste contexto histórico, social e econômico, evidenciou-se a necessidade de uma proteção especializada do consumidor, afastando as regras gerais do Código Civil, ainda mais o texto do patrimonialista código de 1916. Assim explica Maria Cecília Nunes Amarante<sup>1</sup>:

“exposto aos fenômenos econômicos, tais como a industrialização, a produção em série e a massificação, assim vitimado pela desigualdade de informações, pela questão dos produtos defeituosos e perigosos, pelos efeitos sobre a vontade e a liberdade, o consumidor acaba lesionado na sua integridade econômica e na sua integridade físico-psíquica, daí emergindo como vigoroso ideal a estabilidade e a segurança, o grande anseio de protegê-lo e colocá-lo em equilíbrio nas relações de consumo”. (AMARANTE, 1998, p. 15/16)

Nessa perspectiva, de proteção ao consumidor, reside um relevante paradigma para a solução da questão.

## **2 DA GLOBALIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS JURÍDICOS QUE SE UTILIZAM DOS CARTÕES DE CRÉDITO E DE DÉBITO COMO MEIO DE PAGAMENTO E SUA DISTINÇÃO DO PAGAMENTO EM DINHEIRO:**

---

<sup>1</sup> AMARANTE, Maria Cecília Nunes. *Justiça ou Equidade nas Relações de Consumo*. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1998, 15-16

É um grande desafio garantir direitos fundamentais previstos na Constituição Federal quando a agenda econômica se contrapõe à sua prestação e efetivação.

O fornecedor, no necessário e legítimo exercício de sua atividade econômica, mas dentro dos limites normativos impostos pelo regime democrático de direito, está sempre buscando o lucro, visando auferir receita superior ao custeio de suas despesas fiscais, trabalhistas, administrativas etc., com fundamento no princípio constitucional da livre iniciativa (artigo 1º, inciso IV, da Constituição Federal).

Por outro lado, o consumidor visa adquirir produtos e serviços pelo menor preço possível, de acordo com sua vontade e ciente das normas de proteção que lhe são conferidas pelo Código de Defesa do Consumidor. Atualmente existem inúmeros sítios eletrônicos que fazem a imediata comparação de preços nos mais diversos estabelecimentos, auxiliando o consumidor na aquisição do produto mais barato.

Assim, de um lado temos o fornecedor exercendo a sua tão necessária atividade empresarial – que promove a circulação de riquezas, emprego, tributos etc – e, de outro, o consumidor, em contraposição, buscando o melhor produto ou serviço pelo menor preço possível.

Nesse cenário desponta a importância do Estado Democrático de Direito, servindo de baliza para ambas as partes exercerem seus direitos dentro das premissas estabelecidas pela legalidade e constitucionalidade dos atos praticados.

Assim, adentrando na questão da fixação diferenciada de preços ao consumidor de acordo com a forma de pagamento – cartão de crédito, débito ou dinheiro – verificamos que, de acordo com matéria veiculada pelo sítio eletrônico G1.com<sup>2</sup>, os brasileiros realizaram 5,4 bilhões de transações com cartão de crédito no ano de 2014 cujo valor em dinheiro representa a expressiva quantia de R\$ 593.000.000.000,00 (quinhentos e noventa e três bilhões de reais), uma alta de 11% em relação ao ano anterior, consoante Relatório de Vigilância do Sistema de Pagamentos Brasileiro 2014, divulgado pelo Banco Central – BACEN.

E mais, segundo o mesmo relatório do Banco Central – BACEN, foram 5,6 bilhões de transações com cartão de débito, um crescimento de 19% em 2014, representando o montante R\$ 348.000.000.000,00 (trezentos e quarenta e oito bilhões de reais).

Isto é, a forma eletrônica de pagamento, por meio de cartões de crédito e de débito, foi utilizada em 11 (onze) bilhões de transações, de negócios jurídicos, atingindo, aproximadamente, R\$ 1.000.000.000.000,00 (um trilhão de reais). O crescimento, em

---

<sup>2</sup> <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/06/17-das-transacoes-com-cartao-de-credito-em-2014-foram-web-diz-bc.html>

momentos de crise e retração econômica, também chama a atenção: 11% (onze) por cento no cartão de crédito e 19% (dezenove) por cento no cartão de débito.

Esses dados representam uma informação muito expressiva, na medida em que as operadoras de cartões de crédito e de débito faturam um percentual sobre o valor de cada negócio jurídico, de cada operação.

De acordo com dados obtidos junto ao sítio eletrônico [ecommercebrasil<sup>3</sup>.com.br](http://ecommercebrasil.com.br), uma empresa iniciante deve pagar uma taxa de aproximadamente 3,6% sobre o valor de cada transação para a operadora do cartão de crédito (Visa, Mastercard, American Express, Diners, Elo etc.). Vale destacar que o lojista (fornecedor) receberá o valor da transação somente 30 (trinta) dias após a data da venda.

Assim, se utilizarmos a taxa percentual de 3% (arredondamento para baixo) para as transações pagas com cartão de crédito no ano de 2014, podemos concluir que as operadoras de cartão de crédito tiveram um faturamento bruto, sem considerar as inadimplências, de R\$ 17.790.000,00 (dezessete bilhões, setecentos e noventa milhões de reais). É claro que toda a despesa operacional, administrativa, trabalhista e de tributos, bem como o prejuízo com a inadimplência devem ser deduzidos deste valor, uma vez que as operadoras de cartões garantem o pagamento ao fornecedor independentemente de o titular do cartão efetuar o pagamento da fatura mensal ou não.

Nas operações com cartão de débito, a taxa inicial cobrada dos lojistas é, em média, 1% inferior à taxa do cartão de crédito, algo em torno de 2,6%, com o lojista recebendo o valor no 3º (terceiro) dia útil seguinte à data da transação, considerando-se que este é debitado da conta corrente vinculada ao cartão de débito no momento da compra. Não há, salvo em caso de fraude, risco para a operadora do cartão nesta situação. Assim, se utilizarmos a taxa percentual de 2% para as transações pagas com cartão de débito no ano de 2014, podemos concluir que as operadoras de cartão de débito tiveram um faturamento bruto, sem considerar eventuais fraudes, de R\$ 6.960.000,00 (seis bilhões, novecentos e sessenta milhões de reais).

No total de transações com cartões de crédito e de débito, sem considerarmos as despesas de custeio, tributação e de inadimplência, o valor do faturamento bruto atinge possivelmente o impressionante patamar de R\$ 24.750.000.000,00 (vinte e quatro bilhões e setecentos e cinquenta milhões de reais). Verdadeiramente impressionante. Somente a título de ilustração, o orçamento do Estado de Santa Catarina, no ano de 2015, foi de R\$ 24.816.449.496,00 (vinte e dois bilhões, sessenta e seis milhões, quatrocentos e cinquenta e

---

<sup>3</sup> <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-negociar-a-taxa-de-cartao-de-credito-com-as-operadoras/>

cinco mil e quatrocentos e noventa e seis reais) para a prestação de todos os serviços públicos e custeio da máquina pública estadual, conforme o disposto na Lei Orçamentária Anual (Lei Estadual) nº 16.530/2014.

Salta aos olhos o fato de que operadoras de cartões de crédito e de débito tenham um faturamento anual, sem considerar despesas, tão elevado quanto a receita do pujante Estado de Santa Catarina.

Na verdade, essas operações com cartões de crédito e de débito atingiram uma escala mundial, de forma globalizada. Os lojistas são cada vez mais estimulados a aceitarem o pagamento com cartão de crédito e de débito em razão da garantia de recebimento do valor pactuado, da segurança do estabelecimento que não fica mais com dinheiro em caixa e do expressivo crescimento de consumidores que dispõem desse meio de pagamento.

Por outro lado, consumidores também são estimulados a utilizarem-se cada vez mais desse meio de pagamento por motivo de segurança (não carregando mais vultosa quantia de dinheiro consigo), da facilidade de pagamento em transações internacionais (turismo), do monitoramento de como e onde se gasta e de programas institucionais de recompensas que retribuem “pontos” aos consumidores conforme a realização de seus gastos e que podem ser trocados por passagens aéreas, hospedagem, locação de veículos, produtos diversos em estabelecimentos de e-commerce (americanas.com, pontofrio.com, magazineluiza.com etc) etc.

Habermas<sup>4</sup> já sinalizava que o progresso tecnológico, como é o caso da utilização de cartões de crédito e de débito como meios de pagamento, teria implicações socialmente relevantes em nossas vidas:

c) Por último, a série das consequências socialmente relevantes do progresso científico e técnico constitui uma terceira continuidade que atravessa os séculos. As novas matérias plásticas e formas de energia, as novas tecnologias industriais, militares e medicinais, os novos meios de transporte e de comunicação – que revolucionaram ao longo do século XX a economia bem como as formas de circulação e de vida assentam-se sobre os conhecimentos das ciências naturais e desenvolvimentos técnicos do passado. Sucessos da técnica, como o domínio da energia atômica e a viagem espacial tripulada, inovações, como a decodificação do código genético e a introdução de tecnologia genética na agricultura e na medicina, decerto modificam a nossa consciência do risco; elas afetam inclusive a nossa autocompreensão ética. (...) As estruturas do mundo da vida carregadas de tecnologia

---

<sup>4</sup> HABERMAS, Jürgen. A constelação pós-nacional – Ensaio político. São Paulo: Littera Mundi, 2001. p. 56/57.

exigem de nós, laicos, agora como antes, a relação inocente com aparelhos e dispositivos enigmáticos, uma confiança habitual no funcionar de técnicas e comutadores opacos [undurchshaut]. Em sociedades complexas todo especialista torna-se um laico diante de todos os demais especialistas. (HABERMAS, 2001, p. 56/57)

Esse fenômeno da globalização não poderia ser ignorado no Brasil como de fato não foi, conforme é possível analisar a receita com o serviço prestado localmente em que as operadoras de cartões faturam cada vez mais.

Entretanto, o mercado percebe que existe aquele consumidor que é poupador e não tomador de crédito, aquele que economiza o recurso antes de gastá-lo e, por isso mesmo, tem dinheiro vivo como forma de pagamento e não se importa com programa de recompensas. Esse consumidor, em regra, quer desconto, pois está efetuando o pagamento de forma verdadeiramente à vista, sem intermediários, sem qualquer custo adicionado e com disponibilidade imediata de dinheiro ao lojista ou fornecedor.

Como o próprio mercado se autorregula em diversas situações de fixação de preço de mercadorias, os lojistas perceberam esse público alvo de consumidores e passaram a oferecer desconto para quem efetuasse o pagamento à vista, em dinheiro, estabelecendo-se um preço para pagamento com cartões de crédito e de débito e outro, menor, para pagamento em dinheiro.

Certamente, não é possível confundir o pagamento à vista em dinheiro com o pagamento com cartões de crédito e de débito que possuem razoável custo adicionado ao lojista, fornecedor, na medida em que, como já exposto, nestes o fornecedor deve pagar: a) taxas percentuais fixadas sobre o valor de cada transação para as operadoras, b) aluguel das máquinas de recebimento dos cartões, c) serviço de comunicação por meio de internet ou linha telefônica exclusiva para o sistema e d) tarifas bancárias para manter a conta corrente necessária para o recebimento dos valores devidos.

Não se pode esquecer, também, que no caso de transações com cartões de crédito, o lojista deve aguardar o prazo de 30 (trinta) dias para o recebimento do valor após a data da operação. No caso dos cartões de débito, a disponibilidade, em regra, é feita no 3º (terceiro) dias útil subsequente. No caso do dinheiro, a disponibilidade é imediata.

### **3 DO PRECEDENTE DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA QUE DECIDIU PELA IMPOSSIBILIDADE DE FIXAÇÃO DE PREÇOS DIFERENCIADOS PARA VENDAS EM DINHEIRO E EM CARTÃO DE CRÉDITO:**

Em 06 de outubro de 2015, a Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça – STJ, em julgamento de recurso especial interposto pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte, decidiu que é descabida qualquer diferenciação de preço ao consumidor para pagamentos feitos em dinheiro, cartão de crédito ou cheque, sob o fundamento de que a distinção configuraria prática abusiva vedada pelo artigo 39, incisos V e X, do Código de Defesa do Consumidor, uma vez que o lojista não possui qualquer risco na operação cujo pagamento é garantido pela operadora do cartão de crédito e o pagamento com o cartão, uma vez autorizado, libera o consumidor de qualquer obrigação perante o fornecedor, havendo quitação total da obrigação.

Vejamos o acórdão que veiculou o precedente:

CONSUMIDOR E ADMINISTRATIVO. AUTUAÇÃO PELO PROCON. LOJISTAS. DESCONTO PARA PAGAMENTO EM DINHEIRO OU CHEQUE EM DETRIMENTO DO PAGAMENTO EM CARTÃO DE CRÉDITO. PRÁTICA ABUSIVA. CARTÃO DE CRÉDITO. MODALIDADE DE PAGAMENTO À VISTA. "PRO SOLUTO". DESCABIDA QUALQUER DIFERENCIAÇÃO. DIVERGÊNCIA INCOGNOSCÍVEL.

1. O recurso especial insurge-se contra acórdão estadual que negou provimento a pedido da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte no sentido de que o Procon/MG se abstenha de autuar ou aplicar qualquer penalidade aos lojistas pelo fato de não estenderem aos consumidores que pagam em cartão de crédito os descontos eventualmente oferecidos em operações comerciais de bens ou serviços pagos em dinheiro ou cheque.

2. Não há confusão entre as distintas relações jurídicas havidas entre (i) a instituição financeira (emissora) e o titular do cartão de crédito (consumidor); (ii) titular do cartão de crédito (consumidor) e o estabelecimento comercial credenciado (fornecedor); e (iii) a instituição financeira (emissora e, eventualmente, administradora do cartão de crédito) e o estabelecimento comercial credenciado (fornecedor).

3. O estabelecimento comercial credenciado tem a garantia do pagamento efetuado pelo consumidor por meio de cartão de crédito, pois a administradora assume inteiramente a responsabilidade pelos riscos creditícios, incluindo possíveis fraudes.

4. O pagamento em cartão de crédito, uma vez autorizada a transação, libera o consumidor de qualquer obrigação perante o fornecedor, pois este dará ao consumidor total quitação. Assim, o pagamento por cartão

de crédito é modalidade de pagamento à vista, pro soluto, implicando, automaticamente, extinção da obrigação do consumidor perante o fornecedor.

5. A diferenciação entre o pagamento em dinheiro, cheque ou cartão de crédito caracteriza prática abusiva no mercado de consumo, nociva ao equilíbrio contratual. Exegese do art. 39, V e X, do CDC: "Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (...) V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva; (...) X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços".

6. O art. 51 do CDC traz um rol meramente exemplificativo de cláusulas abusivas, num "conceito aberto" que permite o enquadramento de outras abusividades que atentem contra o equilíbrio entre as partes no contrato de consumo, de modo a preservar a boa-fé e a proteção do consumidor.

7. A Lei n. 12.529/2011, que reformula o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, considera infração à ordem econômica, a despeito da existência de culpa ou de ocorrência de efeitos nocivos, a discriminação de adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços mediante imposição diferenciada de preços, bem como a recusa à venda de bens ou à prestação de serviços em condições de pagamento corriqueiras na prática comercial (art. 36, X e XI).

Recurso especial da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte conhecido e improvido.

(REsp 1479039/MG, Rel. Ministro HUMBERTO MARTINS, SEGUNDA TURMA, julgado em 06/10/2015, DJe 16/10/2015)

A toda evidência, a decisão do Superior Tribunal de Justiça teve por escopo exercer a tutela do consumidor, vedando a prática de atividade abusiva.

A priori, sem analisar a realidade econômica acerca da fixação de preços para pagamento com cartões de crédito e de débito, parece correta a decisão do STJ em vedar que o lojista recuse vender determinada mercadoria, pelo preço fixado para venda em dinheiro, ao consumidor que prefira exercer o pagamento por meio do cartão de crédito.

Pela lógica, havendo dois preços distintos, um fixado para pagamento em cartão de crédito e outro para pagamento em dinheiro (menor), pode o consumidor exercer a compra pelo menor preço, ainda que com cartão de crédito.

Parece correta a decisão, salvo por um motivo: não há qualquer prática abusiva. Não há qualquer violação à isonomia entre os consumidores. Aliás, passado um primeiro momento de adaptação e estabilização do precedente, o consumidor será, em verdade, prejudicado pela decisão judicial, conforme demonstraremos no tópico a seguir.

#### **4 DA INEXISTÊNCIA DE PRÁTICA ABUSIVA E DO PREJUÍZO AO CONSUMIDOR DECORRENTE DO PRECEDENTE DO STJ:**

Primeiramente, analisando o precedente da Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça – STJ é possível perceber que há diversas conclusões corretas: a) não há confusão entre as diversas relações jurídicas havidas no negócio jurídico de compra e venda pago com cartão de crédito; b) o estabelecimento comercial tem a garantia do pagamento efetuado pelo consumidor por meio de cartão de crédito, pois a administradora assume inteiramente a responsabilidade pelos riscos creditícios, incluindo possíveis fraudes; c) o pagamento em cartão de crédito, uma vez autorizada a transação, libera o consumidor de qualquer obrigação perante o fornecedor e d) o pagamento por cartão de crédito é modalidade de pagamento à vista, pro soluto.

Contudo, uma premissa encontra-se verdadeiramente equivocada: a de que a fixação de preços configura prática abusiva contra o consumidor.

Não há prática abusiva na fixação de preços distintos para pagamento em dinheiro e em cartão de crédito e de débito.

A razão para isso é muito simples, não há prejuízo para o consumidor, ou melhor, o verdadeiro prejuízo será do consumidor com a fixação de um preço único e apenas um setor será beneficiado com a decisão, o das operadoras dos cartões de crédito.

Como foi exaustivamente exposto no tópico relativo à diferença entre as formas de pagamento com cartões de crédito, de débito e dinheiro, a formação do preço da mercadoria é completamente diferente para essas situações.

Daí porque, passado um primeiro momento de estabilização do precedente (suponhamos que este seja o entendimento preponderante no STJ e não somente na Segunda Turma), todos os fornecedores no Brasil passem a adotar a norma criada pelo Poder Judiciário para o fim de considerar a distinção de preços como uma prática abusiva.

Pois bem, nesse caso o fornecedor deverá adotar preços idênticos para pagamento com cartões de crédito, débito e em dinheiro e, na prática, qual a lógica que será aplicada, a econômica (do mercado) ou a jurídica (equivocadamente suposta pelo STJ)? O fornecedor irá aumentar o preço da mercadoria para venda em dinheiro, elevando e igualando-o ao patamar da venda com cartão de crédito (ampliando suas receitas – lógica de mercado) ou irá reduzir o preço da mercadoria para venda com cartão de crédito, reduzindo e igualando-o ao patamar da venda em dinheiro (podendo ter até prejuízo com a transação, tendo em vista a baixa margem de lucro e o custo da operação com o cartão de crédito – lógica ignorada pelo STJ)?



Certamente o fornecedor adotará a melhor solução econômica, pois, violada a lógica da economia, a atividade empresarial dará prejuízo, levando a empresa ao desequilíbrio de suas finanças. Será uma questão de sobrevivência, pois não podendo reduzir o preço de uma mercadoria por conta do custo adicionado pela utilização dos cartões (taxas, aluguel, internet, tarifas bancárias etc), a única alternativa será elevar o preço fixado para pagamento em dinheiro, retirando em definitivo esse desconto, esse benefício, do consumidor.

Por óbvio, com exceção de alguns regimes socialistas e totalitários, que não é o caso do Brasil, é direito fundamental de todo empresário obter lucro com a sua atividade (artigo 1º, inciso IV, c.c. artigo 170, *caput*, ambos da Constituição Federal), não podendo ser obrigado a comercializar determinado produto sem lucro ou com prejuízo.

A consequência prática disso tudo é muito simples, a precificação das mercadorias será fundada, para todas as formas de pagamento, no preço estabelecido para a compra com cartão de crédito, prejudicando exclusivamente o consumidor que possui condições e preferência de efetuar o pagamento em moeda corrente, obtendo desconto e vantagem na modalidade.

Cassado o desconto para pagamento em dinheiro, por força do precedente e da lógica do mercado (ignorada pelo precedente) que não permitirá, pelo próprio custo, reduzir o valor fixado para compras com cartões, ocorrendo a elevação do preço da mercadoria para pagamento em dinheiro ao valor fixado para pagamento em cartão, restará um desestímulo muito grande ao pagamento em dinheiro, havendo um único setor beneficiado, o de administradoras de cartões.

Essa inefetividade do direito, esse distanciamento existente entre a exigência judicial pela fixação de preço único e os interesses sociais democraticamente compartilhados e consubstanciados pela tutela do consumidor, já foi apontada por José Eduardo Faria<sup>5</sup>:

Já em outra vertente teórica, esta com maior sensibilidade sociológica do que a anterior, as normas e as leis costumam ser eficazes quando encontram na realidade por elas regulada as condições sociais, econômicas, políticas, culturais, ideológicas e até mesmo antropológicas para seu enforcement, para seu reconhecimento, para sua aceitação e para seu cumprimento por parte de seus destinatários. Como esta vertente trata a eficácia jurídica a partir de um dimensão bem menos formal e mais substantiva do que a anterior, ela acaba tornando possível dois tipos de avaliação. De um lado, uma avaliação histórica tanto da aplicação material do direito positivo quanto de sua

---

<sup>5</sup> FARIA, José Eduardo. O Direito na Economia Globalizada. 1ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2004. p. 124/125.

própria legitimidade, tendo em vista a correspondência entre os fins estabelecidos pelo legislador e os valores culturais enraizados entre os diferentes destinatários das leis num determinado sistema social. A eficácia, aqui, não é apenas uma questão de fato; é igualmente, uma questão de valores, em cujo âmbito estão em jogo, por exemplo, princípios como liberdade, equidade e justiça; a inefetividade do direito pode, assim, ser encarada como um indicativo do fosso existente as exigências jurídicas e os interesses sociais democraticamente compartilhados. De outro lado, esta vertente torna possível uma avaliação comparativa entre os objetivos e comportamentos previstos e estabelecidos pelas normas e leis e os resultados por ela efetivamente alcançados num determinado contexto sócio-político. (FARIA, 2004, p. 124/125).

Por certo, não é esse descompasso almejado pelo Código de Defesa do Consumidor e o resultado efetivamente alcançado pela aplicação do direito pelo Poder Judiciário.

Nem se diga ainda que possa existir qualquer violação contra o Código de Defesa do Consumidor, considerando que não há qualquer exigência de vantagem manifestamente excessiva (CDC, artigo 39, inciso V) ou sem justa causa (CDC, artigo 39, inciso X), uma vez que o preço diferenciado é devidamente justificado pela despesa operacional e financeira existente nas transações com cartões de crédito ou débito.

Por fim, inexistente também qualquer violação à Lei nº 12.529/2011 que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, porquanto não há qualquer discriminação entre os consumidores (artigo 36, §3º, inciso X), uma vez que o preço diferenciado é estabelecido em razão da distinção da forma de pagamento pactuada e não do consumidor, tal como ocorre com a distinção de preços entre o pagamento à vista e o pagamento parcelado.

## **CONCLUSÃO:**

O presente artigo teve por escopo demonstrar que não há prática abusiva contra o consumidor na fixação de preços distintos para pagamentos com cartão de crédito, débito e dinheiro.

Destacou-se que o mercado globalizado estimula cada vez mais e em todo o mundo a utilização de cartões de crédito e de débito como meios de pagamento, oferecendo aos consumidores vantagens como segurança (pela substituição do dinheiro em espécie), monitoramento de despesas, da facilidade de pagamento em transações internacionais (turismo) e de programas institucionais de recompensas que retribuem “pontos” aos

consumidores, conforme a realização de seus gastos e que podem ser trocados por passagens aéreas, hospedagem, locação de veículos, produtos diversos em estabelecimentos de e-commerce (americanas.com, pontofrio.com, magazineluiza.com etc) etc.

Frisou-se que no Brasil, as operadoras ou administradoras de cartões de crédito (Visa, Mastercard, American Express, Diners, Elo etc.) vêm faturando cada vez mais com esse promissor mercado de meios de pagamento eletrônico.

Contudo, há ainda um público alvo de consumidores que preferem pagar em espécie pelos produtos e serviços adquiridos, recebendo descontos dos fornecedores, em razão da não incidência do custo adicionado que as vendas com cartões possuem.

Nesse contexto, a Segunda Turma do Superior Tribunal de Justiça – STJ proferiu precedente em que entendeu pela constatação de prática abusiva contra o consumidor sempre que houve oferta de determinado produto ou serviço com preços diferenciados de acordo com a forma de pagamento – cartões de crédito, débito ou em dinheiro.

Entretanto, demonstrou-se que a distinção entre as formas de pagamento com cartão de crédito, débito e dinheiro, sem ignorar a lógica de mercado na formação dos preços ao consumidor, aponta a inexistência de prática abusiva e, a rigor, até uma consequência nociva do precedente que poderá acarretar, em verdade, em prejuízo ao consumidor.

Em verdade, a consequência prática do precedente é muito simples, a precificação das mercadorias será fundada, para todas as formas de pagamento, no preço estabelecido para a compra com cartão de crédito, prejudicando exclusivamente o consumidor que possui condições e preferência de efetuar o pagamento em moeda corrente, obtendo desconto e vantagem na modalidade.

Isto porque cassado o desconto para pagamento em dinheiro, por força do precedente e da lógica do mercado (ignorada pelo precedente) que não permitirá, pelo próprio custo, reduzir o valor fixado para compras com cartões, ocorrerá a elevação do preço da mercadoria para pagamento em dinheiro ao valor fixado para pagamento em cartão, restando um desestímulo muito grande ao pagamento em dinheiro, havendo um único setor beneficiado, o de administradoras de cartões que ampliará cada vez mais sua participação no mercado.

Essa inefetividade do direito, esse distanciamento existente entre ordem judicial para fixação de preço único e os interesses sociais democraticamente compartilhados e consubstanciados pela tutela do consumidor, demonstram a intrínseca relação entre direito e economia e o desacerto, o descompasso, entre os objetivos almejados pelo Código de Defesa do Consumidor e o resultado efetivamente alcançado pela aplicação do direito pelo Poder Judiciário.

Inexistente, ainda qualquer violação contra o Código de Defesa do Consumidor, ou à Lei nº 12.529/2011 que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, porquanto não há qualquer discriminação entre os consumidores, uma vez que o preço diferenciado é estabelecido em razão da forma de pagamento pactuada e não do consumidor, tal como ocorre com a distinção de preços entre o pagamento à vista o pagamento parcelado.

## REFERÊNCIAS

AMARANTE, Maria Cecília Nunes. Justiça ou Equidade nas Relações de Consumo. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1998, 15-16

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº 1479039/MG. Julgado em 06/10/2015. Disponível em [https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=52684741&num\\_registro=201402231634&data=20151016&tipo=91&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ATC&sequencial=52684741&num_registro=201402231634&data=20151016&tipo=91&formato=PDF). Acesso em 14 de fevereiro de 2016.

FARIA, José Eduardo. O Direito na Economia Globalizada. 1ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2004. p. 124/125.

HABERMAS, Jurgen. A constelação pós-nacional – Ensaio políticos. São Paulo: Littera Mundi, 2001. p. 56/57.

<http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2015/06/17-das-transacoes-com-cartao-de-credito-em-2014-foram-web-diz-bc.html>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/como-negociar-a-taxa-de-cartao-de-credito-com-as-operadoras/>

MARQUES, Claudia Lima e outros. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004, p. 53 e 54.

SARLET, Ingo Wolfgang. Curso de Direito Constitucional. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2014. 3ª ed. p. 276/277.