

**XXVII CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI PORTO ALEGRE – RS**

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

CLEIDE CALGARO

JUSSARA SUZI ASSIS BORGES NASSER FERREIRA

CLAUDIA LIMA MARQUES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

Vice-presidente **Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

Vice-presidente **Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais

Vice-presidente **Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe

Vice-presidente **Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

Secretário Executivo - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - Unimar/Uninove – São Paulo

Representante Discente – FEPODI

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM – Distrito Federal

Relações Internacionais para o Continente Americano

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

Eventos:

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch UFSM – Rio Grande do Sul

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho Unifor – Ceará

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta Fumec – Minas Gerais

Comunicação:

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro UNOESC – Santa Catarina

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali – Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC – Minas Gerais

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UNISINOS

Coordenadores: Cleide Calgario; Jussara Suzi Assis Borges Nasser Ferreira; Claudia Lima Marques. – Florianópolis: CONPEDI, 2018.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-724-3

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Tecnologia, Comunicação e Inovação no Direito

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVII Encontro Nacional do CONPEDI (27 : 2018 : Porto Alegre, Brasil).

CDU: 34



XXVII CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI PORTO ALEGRE – RS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO II

Apresentação

É com satisfação que introduzimos os artigos apresentados por pesquisadores, mestrandos, doutorados, e professores de diversas Universidade do Brasil no XXVII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI, realizado em Porto Alegre - RS, entre os dias 14 a 16 de novembro de 2018. O evento foi promovido pelo Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito – CONPEDI em parceria com a Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, havendo como tema central “TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INOVAÇÃO NO DIREITO”.

Os trabalhos apresentados possuem relevância acadêmica e social para as pesquisas em direitos e áreas afins, apresentando reflexões sobre o tema relações de consumo, no contexto do direito e da globalização, à luz da ética, do mercado, da economia e do hiperconsumo, pautando-se numa preocupação social e jurídica.

De fato, os temas que foram apresentados por pesquisadores dos programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil estão atentos as questões de natureza constitucional, de novas tecnologias, de legislação consumerista, de globalização, de publicidade, de hiperconsumismo, práticas abusivas, publicidade e de sustentabilidade e etc., onde se envolve as figuras do Estado, do consumidor e do mercado, demandando uma análise pautada num viés interdisciplinar.

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 pautada na era tecnológica.

Desejamos uma boa leitura a todos.

Profa. Dra. Jussara Suzi Assis Borges Nasser Ferreira – UNIMAR

Profa. Dra. Cleide Calgaro – UCS

Profa. Dra. Claudia Lima Marques – UFRGS

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento.
Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

**EFEITOS JURÍDICOS E ECONÔMICOS DO PODER REGULATÓRIO NAS
RELAÇÕES DE CONSUMO: UMA ANÁLISE DA LEI 13.455 DE 26 DE JUNHO DE
2017**

**LEGAL AND ECONOMIC EFFECTS OF THE REGULATORY POWER IN
CONSUMER RELATIONS: AN ANALYSIS OF LAW 13455 OF JUNE 26, 2017**

Kenia Rodrigues De Oliveira ¹

Resumo

Este artigo visa analisar, sob a ótica da Análise Econômica do Direito, os efeitos das normas e das decisões judiciais, que limitam a forma de pagamento nas relações de consumo. A metodologia utilizada pautou-se na pesquisa qualitativa e quantitativa. Após a discussão, foi possível perceber o quanto a economia influencia nos resultados das questões jurídicas, observando os efeitos do poder regulatório do Estado, e verificando as implicações da barganha nas relações jurídicas negociais para uma maior eficiência nos contratos, especificamente, àqueles voltados às relações de consumo, preservando os interesses dos consumidores de produtos e serviços.

Palavras-chave: Lei 13.455, Regulação, Direito do consumidor, Análise econômica do direito

Abstract/Resumen/Résumé

This article aims to analyze, from the point of view of the Economic Analysis of Law, the effects of rules and judicial decisions, which limit the form of payment in consumer relations. The methodology used was based on qualitative and quantitative research. After the discussion, it was possible to perceive how the economy influences the results of legal issues, observing the effects of the regulatory power of the State, and verifying the implications of bargaining in legal business relationships for greater efficiency in contracts, specifically, those related to relations while preserving the interests of consumers of products and services.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Law 13.455, Regulation, Consumer law, Economic analysis of law

¹ Mestre em Direito pelo Centro Universitário de Brasília. Professora da Faculdade Evangélica de Goianésia.

Introdução:

O presente artigo discute os reflexos jurídicos e econômicos advindos da Lei 13.455, de 26 de junho de 2017, a qual retrata a possibilidade de diferenciação de preços de bens e serviços oferecidos ao público, em geral, por fornecedores, a depender do instrumento utilizado para pagamento, seja à vista, ou à prazo, em dinheiro, boletos ou cartões de crédito.

A pesquisa envolve a problemática de que o poder regulatório do Estado nem sempre vem ao encontro das necessidades das pessoas diretamente envolvidas, com as leis e decisões judiciais. No que se refere ao Direito do Consumidor, a legislação voltada aos princípios que regem as relações de consumo, deve estabelecer a proteção do consumidor, chamado de hipossuficiente. Porém, existem normas e/ou decisões que, muito embora aparentemente amparam o consumidor, após uma real avaliação, não atingem seu objetivo de proteção da parte considerada menos favorecida.

A abordagem que se faz relaciona-se com o direito do consumidor de pagar um valor diferente, a depender do instrumento utilizado para a quitação nos negócios realizados. Este direito de obter uma vantagem ou desconto nos pagamentos em espécie é garantido por lei, fato este que surgiu à partir de junho de 2017, com a entrada em vigor da Lei 13.455. Ocorre que o entendimento anterior a esta norma considerava prática abusiva do fornecedor, que oferecia preços diferenciados a depender da ferramenta utilizada para pagamento. Assim, observando essas normas, é possível refletir em até que ponto estabelecer critérios ou regras, enrijecendo a forma de pagamento, protege o consumidor ou o prejudica? O consumidor fica privado de seus direitos quando não pode, por determinação legal ou judicial, negociar o preço e o pagamento, ou este poder normativo vem proteger a parte hipossuficiente nestas relações?

Para esta reflexão esta pesquisa tem por objetivo analisar, sob a ótica da Análise Econômica do Direito, os efeitos das normas e das decisões judiciais que limitam a forma de pagamento nas relações de consumo.

A metodologia utilizada para a confecção deste trabalho, pautou-se na pesquisa qualitativa para busca de dados bibliográficos fundamentados principalmente nas obras de COOTER & ULEN, 2010 e SALAMA, 2015, e na pesquisa quantitativa, usando-se de questionário para a coleta de dados.

Muito embora o direito brasileiro ofereça regras, princípios e decisões judiciais, para regulamentar estas demandas, verifica-se a ausência de uma verdadeira discussão econômica

deste problema. Pois é preciso verificar qual a real vantagem para os consumidores e fornecedores obtidas em razão destas normas. Quais os custos da negociação ou ainda, se ocorre aumento ou diminuição da vantagem econômica para os que estão diretamente vinculados aos efeitos da norma jurídica.

A literatura brasileira estabelece critérios e princípios objetivando proteger o consumidor nas práticas comerciais, considerando-o como parte mais vulnerável nas relações de consumo, por não deter todas as informações inerentes ao produto ou serviço. Assim, toda a construção teórica a respeito dos direitos dos consumidores visa a trazer meios para garantia dos interesses dos consumidores.

Em que pese o entendimento atual, demonstrada pela Lei 13.455/2017, de que as partes nas relações jurídicas podem livremente discutir o valor a ser pago a depender dos instrumentos para quitação na negociação, o entendimento até então aventado no ordenamento jurídico era pautado para um poder regulatório que especifica ou delimita as regras da negociação, proibindo, ou considerando uma prática abusiva, todo critério de arranjos entre fornecedores e consumidores.

Assim, o Direito do Consumidor previsto na norma e nos entendimentos dos Tribunais Superiores, entende que unificar a forma de pagamento, mesmo que esta ocorra em espécie, era melhor para o consumidor, pois oferecia uma maior proteção a estes, alegando ainda, que o consumidor não estaria à mercê do fornecedor quanto a indicação de preços diferenciados.

Por outro lado, a AED demonstra que a melhor maneira de se proteger o consumidor é oferecer a ele o poder de negociar, ajustar perante o fornecedor o preço do produto ou serviço, de modo que ele possa vir a obter vantagens, se optar por determinado meio de pagamento. Surge aqui, uma vantagem econômica maior, se as partes envolvidas nas relações jurídicas puderem trazer para si um aumento do lucro obtido em meio a esta negociação.

1. Reflexos jurídicos e econômicos da Lei 13.455/2017.

Não é indiferente afirmar que o direito brasileiro estabelece normas para proteção de consumidor em diferentes aspectos. Toda a sistemática do Código de Defesa do Consumidor está voltada à proteção do consumidor por considerá-lo como parte em maiores desvantagens nas relações jurídicas. Ele está em uma posição de hipossuficiência de informações, fazendo

com que, em grande parte das relações jurídicas não tenha conhecimento de todas as questões que envolvem as contratações de que participa.

Assim, o Código de Defesa do Consumidor surgiu justamente para trazer uma normativa protetiva ao consumidor, tentando equiparar as partes nas relações de consumo. Estabelece vários princípios para que o consumidor participe de negociações sem que seja privado de direitos básicos como segurança, bem-estar, informação, dentre outros. O direito de informação faz com que os arranjos jurídicos sejam criados sem que haja lesão, em razão da ausência de esclarecimentos, seja sobre o produto ou serviço, bem como em relação ao próprio negócio jurídico.

Um dos aspectos a se observar sobre este direito de informação, está vinculado ao direito que o consumidor possui de estar esclarecido sobre as vantagens e desvantagens em razão das formas possíveis de pagamento.

O direito brasileiro estabelece algumas regras para regular os critérios de pagamento. Dentre elas, o Art. 39 do CDC aponta situações em que, a depender da conduta do fornecedor, a atividade desenvolvida nas relações de consumo indica práticas abusivas, como pode ser observado nos incisos V e X que, respectivamente, dispõem que são práticas abusivas “exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva” e “elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços”.

Além disso, o sistema jurídico prevê por meio da Lei 12.529/2011, que estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, e regula sobre a prevenção e repressão às infrações contra a ordem econômica, em seu art. 36, § 3º, X e XI, que:

“Art. 36. Constituem infração da ordem econômica, independentemente de culpa, os atos sob qualquer forma manifestados, que tenham por objeto ou possam produzir os seguintes efeitos, ainda que não sejam alcançados:

§ 3º As seguintes condutas, além de outras, na medida em que configurem hipótese prevista no caput deste artigo e seus incisos, caracterizam infração da ordem econômica:

X – discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços;

XI – recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, dentro das condições de pagamento normais aos usos e costumes comerciais.” (Grifo meu)

A legislação acima apontada proíbe toda forma de tratamento diferenciado entre consumidores em relação a ferramenta escolhida para pagamento, nas relações negociais. Deste

modo, aquele consumidor que optar por pagar à vista, em dinheiro, deveria pagar o mesmo valor que o consumidor que optar por pagar à prazo, parcelado, ou à vista com cheque ou cartão de crédito.

À primeira vista, poder-se-ia pensar que esta norma estaria presando por interesses do consumidor, já que os trata de maneira isonômica onde, seja qual for a forma de pagamento, o preço a ser pago deveria ser exatamente o mesmo. Porém, nem sempre a igualdade deve ser plena.

No mesmo contexto do Código de Defesa do Consumidor, a decisão do Superior Tribunal de Justiça, no Recurso Especial - Resp. 1133410/RS, determina que o preço no pagamento à vista, em cheque ou dinheiro, deve ser igual àquele cobrado nas vendas com pagamento com cartão de crédito, sob pena de restar configurada a prática abusiva prevista no Art. 39 do CDC. O relator argumenta que o pagamento por meio de cartão de crédito garante ao estabelecimento comercial o efetivo adimplemento, e, para o consumidor a exoneração, de imediato, de toda obrigação ou vinculação perante o fornecedor, recebendo deste, a plena quitação. Afirma ainda, que o custo pela utilização do pagamento por meio de cartão de crédito é assumido pelo fornecedor, como atividade econômica típica do empresário, visando o lucro.

Ademais, alega que, atribuir mais este custo ao consumidor equivaleria a atribuir a ele a divisão de gastos oriundos do risco do negócio, cuja responsabilidade é exclusiva do empresário.

Da mesma forma, o STJ, ao julgar o Resp. 1.479.039/MG, apresentou o mesmo *decisium* e mesma argumentação, considerando abusiva a discriminação de preços a depender da forma de pagamento, alegando, na mesma linha de argumentação, que o cartão de crédito é forma de pagamento à vista, e que, oferecer descontos para quem paga em espécie viola o direito do consumidor. Resta mencionar, que existem outras decisões do STJ neste sentido.

Em que pese este raciocínio demonstrado nos relatórios dos recursos descritos, será mesmo que quem paga as despesas junto à operadora de cartão de crédito é o fornecedor? Estes valores não estão embutidos no preço final nas vendas?

Salama, 2015, alega que mais provável é que ao contrário do que parece os beneficiários desta decisão não são os consumidores, mas talvez, as operadoras de cartão de crédito. Isso porque há uma tendência maior para que os consumidores utilizem o cartão de crédito, uma vez que não possuem nenhum estímulo por pagar à vista, em espécie.

Os consumidores pagam um valor mais elevado em suas compras. E quanto mais consumidores aderirem ao cartão de crédito, maior será a perda dos consumidores que pagam em dinheiro. Neste sentido, poder-se-ia afirmar que este entendimento não é eficiente do ponto de vista econômico, nem para o consumidor, muito menos para o fornecedor. Conforme conclui SALAMA, 2015, os maiores beneficiários desta medida são apenas as operadoras de cartão de crédito.

Declara ainda, neste contexto, que “corre-se o risco de se chegar a resultados opostos àqueles desejados pelo legislador e inconsistentes com os propósitos constitucionais.” SALAMA, 2015.

Ocorre que em meio a esta discussão, em 26 de junho de 2017, entrou em vigor a Lei 13.455, que autoriza a diferenciação de preços de bens e serviços destinados ao público em geral, em função do prazo ou da ferramenta para pagamento utilizada.

Esta lei institui ainda que cláusulas contratuais que estabeleçam acordos quanto ao pagamento de produtos ou serviços, que proíbam ou restrinjam que os preços sejam diferenciados em decorrência do critério de pagamento, são consideradas nulas.

A lei não obriga a diferenciação nos preços, mas apenas oferece esta alternativa aos fornecedores. Esta medida evitaria a prática do chamado subsídio cruzado, onde os consumidores que não utilizam do cartão de crédito paguem o mesmo preço que os consumidores que os utilizam, sobre o qual, incidem as taxas. Deste modo, a lei apresenta uma verdadeira possibilidade de negociação entre as partes, com ajustes de preços a depender da forma de pagamento escolhida.

A teoria econômica para os contratos apresentada por COOTER & ULEN, 2010, está voltada à importância do poder da barganha para a resolução dos conflitos, indicando que os arranjos promovidos pelas partes em um contrato devem ser cumpridos. Inclusive, as decisões judiciais precisam estimular as pessoas a exercerem a cooperação nas negociações fazendo com que as partes cumpram as promessas gerando eficiência nas transações, sob o menor custo para os envolvidos, e movimentando o mínimo possível o Estado como gestor dos conflitos contratuais.

Por outro lado, a teoria econômica do contrato exposta por COOTER & ULEN, 2010, é estruturada com o enfoque na necessidade de que as partes, em suas negociações, devem oferecer informações eficientes das regras contratuais, e que a eficiência de um contrato restará

demonstrada quando os custos do cumprimento da obrigação assumida sejam menores que os benefícios em não cumpri-la.

Este aspecto pode ser observado, quando a Lei 13.455/2017 afirma que o fornecedor de produtos ou serviços deve informar, em local e formato visíveis ao consumidor, eventuais descontos oferecidos em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado.

Deste modo, para que seja assegurado o direito do consumidor no que se refere a possibilidade de arranjos negociais quanto ao preço estabelecido, quando o pagamento for em dinheiro, deverá haver plena divulgação para que o consumidor esteja informado de que a ele cabe a possibilidade de pagar em dinheiro e com isso obter descontos ou optar pelo pagamento com cartão de crédito ou à prazo.

Mas, ao que parece, as pessoas não percebem tão claramente os efeitos da norma. Isso pode ser percebido, por alguns argumentos oferecidos após a publicação da Lei 13.455/2017.

Assim, uma percepção que se pode ter a respeito dos efeitos na nova lei, publicada em junho de 2017, é a de que os próprios fornecedores e consumidores nem sempre avaliam positivamente os efeitos da norma que trouxe maior possibilidade de negociação entre os contratantes. Ao que tudo indica, as pessoas sentem-se mais seguras com os efeitos da norma regulamentadora, pois entendem que caso contrário, podem ficar à mercê das relações negociais.

Para esclarecer os efeitos da Lei 13.455/2017, observe a diferença, entre o pagamento com o cartão de crédito e em dinheiro, apresentadas nos gráficos abaixo, nos termos da situação a seguir exposta: Em uma situação hipotética, imagine que uma pessoa “A” realize compra em uma determinada loja, com pagamento à vista, com o uso de cartão de crédito. Imagine que a operadora demore um mês para pagar o fornecedor e que retenha uma comissão de 2%. Considere que a compra foi no valor de R\$ 1 mil, realizada no dia primeiro de janeiro.

Observe ainda, em outra situação que uma pessoa “B”, realize compra no mesmo dia, na mesma quantia, só que o pagamento foi realizado em dinheiro. No caso da compra em dinheiro o lojista recebe R\$ 1 mil, imediatamente. No caso da compra com cartão de crédito, o lojista receberá R\$ 980,00, apenas em fevereiro. (SALAMA, 2015).

Estas situações hipotéticas podem ser analisadas com a seguinte tabela:

Tabela I: Situação hipotética de pagamento com cartão de crédito ou dinheiro.

Formas de Pagamento:	Dia da Realização do Negócio	Dia do Recebimento pelo Fornecedor	Valor do Objeto	Valor Recebido
Pagamento em dinheiro:	01 de janeiro	01 de janeiro	RS 1.000,00	RS 1.000,00
Pagamento com cartão de crédito. Tarifa de 2%	01 de janeiro	01 de fevereiro	RS 1.000,00	RS 980,00

Fonte: SALAMA, 2015

Ressalte-se que, para o fornecedor haverá um decréscimo de R\$ 20,00 (vinte reais), bem como a falta do custo de oportunidade de investir este dinheiro, durante um mês, na tentativa de aumentar seus lucros.

Por outro lado, note a mesma situação obtida com dados reais, por meio de informações cedidas por fornecedor de produtos na cidade de Goianésia, cuja loja trabalha com vestimentas.¹ Assim:

Tabela II: Situação real de pagamento com cartão de crédito ou dinheiro.

Formas de Pagamento:	Dia da Realização do Negócio	Dia do Recebimento pelo Fornecedor	Valor do Objeto	Valor Recebido
Pagamento em dinheiro:	01 de janeiro	01 de janeiro	RS 1.000,00	RS 1.000,00
Pagamento com cartão de crédito. Tarifa de 3,9%	01 de janeiro	01 de fevereiro	RS 1.000,00	RS 961,00

Fonte: Loja Absoluta, Goianésia Goiás, 2017.

Observe que no caso real, constatado na cidade de Goianésia Goiás, o prejuízo do fornecedor é maior ainda, pois a tarifa utilizada para negociações com cartão de crédito, destinada a venda de roupas é mais elevada do que aquela ilustrada na situação anterior. Desta feita, o fornecedor perde R\$ 39,00 no negócio caso a forma de pagamento escolhida seja o cartão de crédito.

¹ Estes dados foram obtidos mediante entrevista com o proprietário da Loja Absoluta, na cidade de Goianésia, Goiás, realizada em setembro de 2017. O entrevistado foi escolhido aleatoriamente, com o objetivo de constatar informações reais em que os lojistas estão submetidos, quanto as tarifas que são pagas para as operadoras de cartão de crédito.

Não é difícil perceber que este valor será direcionado para o consumidor que, mesmo não utilizando do cartão de crédito, irá pagar o mesmo valor do que aquele que optou pelo uso do cartão de crédito caso não seja oportunizado a ele a possibilidade de auferir desconto, no pagamento à vista, em dinheiro.

Salama, 2015, afirma que há uma tendência maior para que os consumidores utilizem o cartão de crédito, uma vez que não possuem nenhuma vantagem por pagar à vista, em espécie. Além disso, os consumidores pagarão um valor mais alto em suas compras. E quanto mais consumidores aderirem ao cartão de crédito maior será a perda dos consumidores que pagam em dinheiro.

Deste modo, a norma anterior ratificada por decisões do STJ, muito embora identificada com objetivo de proteção do consumidor, sob uma análise econômica, é entendida como prejudicial às partes do negócio, pois diminui a margem de lucros, tanto de consumidores, quanto de fornecedores, retirando das partes a prerrogativa de discutir vantagens econômicas em razão de pagamento em espécie.

2. Uma abordagem da Lei 13.455/ 2017 sob a ótica de consumidores e fornecedores de produtos e serviços.

Para averiguar como os fornecedores e consumidores de produtos e serviços perceberam os efeitos jurídicos e econômicos advindos da Lei 13.455/2017 foi realizada uma pesquisa de campo, utilizando o questionário como instrumento de coleta de dados. Os participantes foram informados que existe uma possibilidade legal de fornecedores oferecerem preços diferenciados a depender da forma de pagamento negociada, antes que iniciasse a responder o questionário.

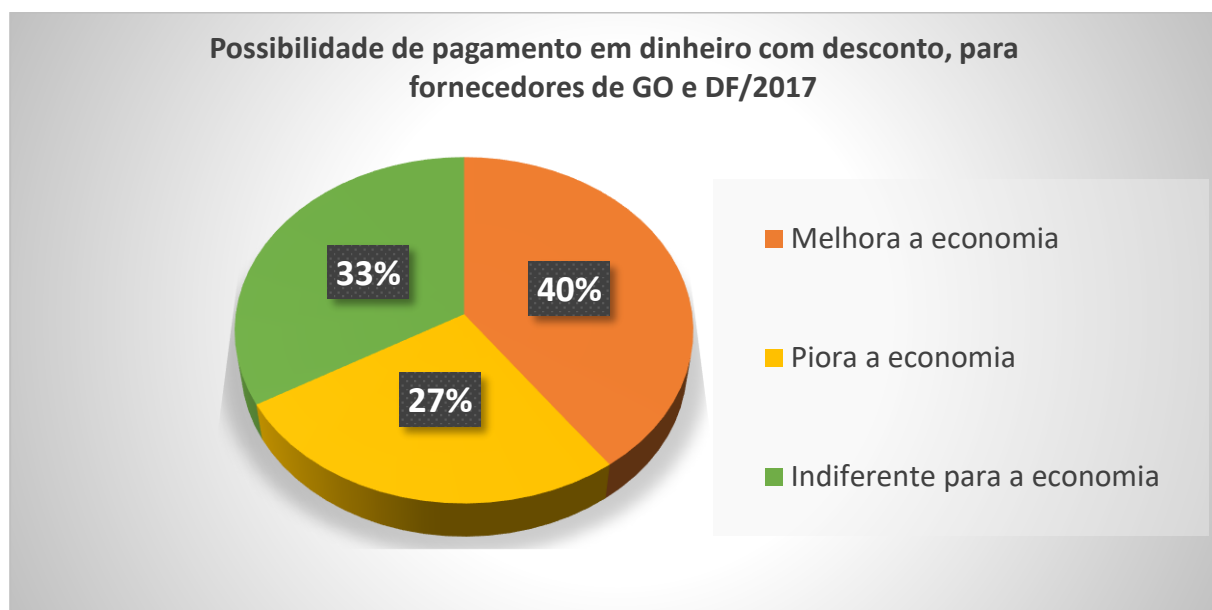
As pessoas que responderam o questionário foram escolhidas aleatoriamente e são consumidores e/ou fornecedores de produtos ou serviços (não houve a identificação da área do comércio para a negociação) nas cidades de Goianésia/Go, Goiânia/Go, Anápolis/Go e Brasília/DF.

A análise foi realizada por meio de três questionamentos destinados, separadamente, para consumidores e fornecedores.

Primeiramente, foram levantadas 15 (quinze) pessoas que exercem atividades comerciais, portanto, fornecedores de produtos ou serviços. Para estes voluntários foi proposto

o seguinte questionamento: Levando em consideração que a Lei 13.455/2017 prevê a possibilidade de que os comerciantes possam utilizar-se de preços diferenciados de acordo com o formato de pagamento (dinheiro, cartão de crédito ou débito, cheque ou boletos), responda:

Gráfico I: Na sua opinião como fornecedor, esta nova regra que promove a possibilidade de pagamento em dinheiro com desconto para fornecedores de Goiás e Distrito Federal, no ano de 2017, em relação à economia?



FONTE: Organizado pela autora.

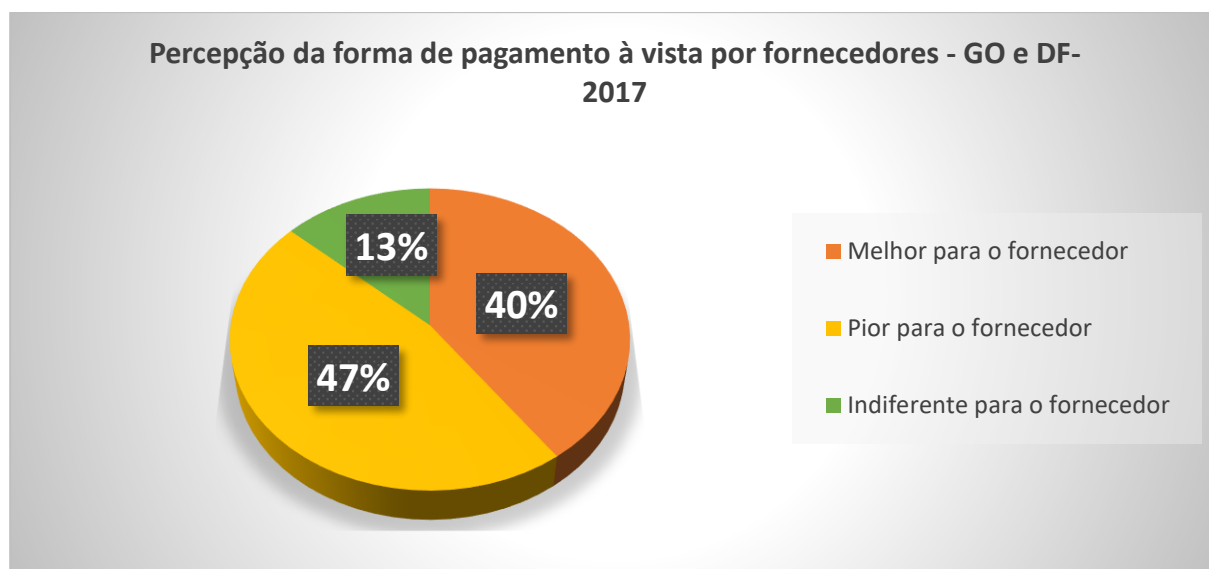
Pelas informações apontadas no gráfico acima é possível analisar que os fornecedores não percebem os reflexos econômicos advindos da norma. Talvez, não visualizam que receber em dinheiro, está trazendo uma vantagem econômica imediata (lembrando que o valor recebido poderá ser investido, automaticamente), diminuindo, ainda, o custo para o fornecedor e consumidor quanto ao pagamento das taxas junto às operadoras de cartão de crédito, bem como acarretando circulando riquezas.

Deste modo, 27% (vinte e sete por cento) dos fornecedores consultados entenderam que esta forma de pagamento é pior para a economia. Esta informação traz a reflexão de que os próprios fornecedores de produtos e serviços não estão avaliando as benesses do recebimento em dinheiro, mesmo por meio de descontos oferecidos aos consumidores. Talvez não fazem o cálculo das despesas pagas por eles às operadoras de cartão de crédito, bem como não observam a possibilidade de negociar estes valores recebidos à vista, aumentando seus ganhos.

Ainda, conforme é possível verificar, pela análise do gráfico acima, 33% (trinta e três por cento) dos fornecedores entrevistados entendem que o recebimento em dinheiro, é indiferente para a economia, sendo que, apenas 40% (quarenta por cento) percebem como vantajoso para a economia, o estímulo de pagamento em espécie.

Para as mesmas pessoas da pergunta anterior, foi realizado um segundo questionamento, em sequência.

Gráfico II: Como fornecedor, qual é a sua percepção em estabelecer preços diferentes, conforme a forma de pagamento? – GO e DF/2017:



FONTE: Organizado pela autora.

Neste segundo questionamento apresentado à fornecedores observa-se que 13% (treze por cento) deles identificam como indiferente, receber imediatamente, o pagamento pela negociação realizada.

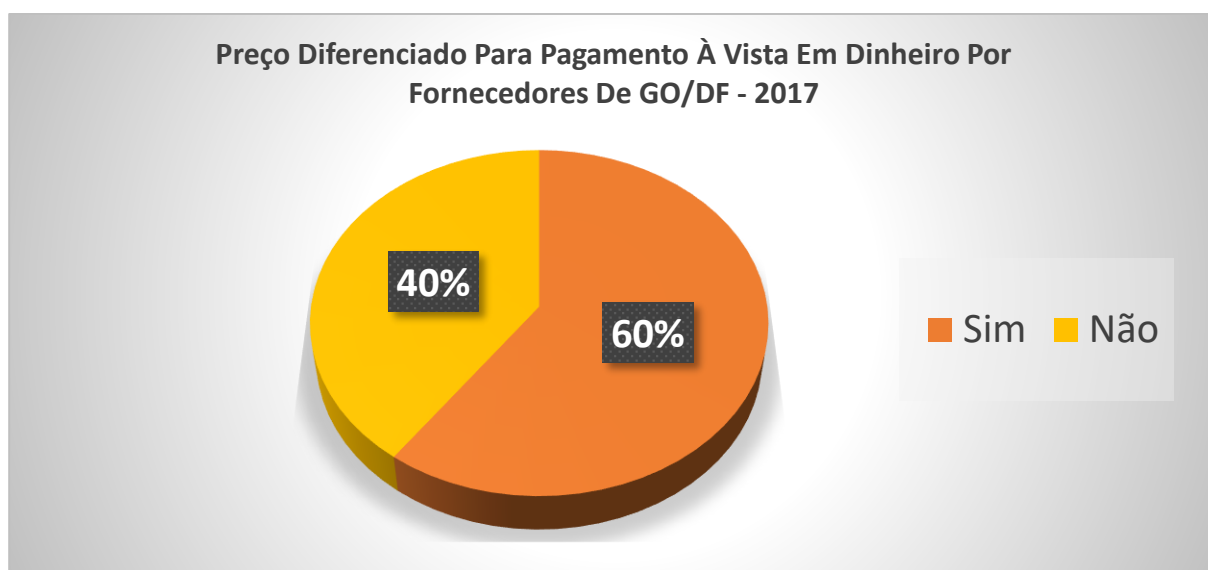
Por outro lado, 40% (quarenta por cento) dos fornecedores entendem que é melhor para o fornecedor receber em espécie, e, 47% (quarenta e sete por cento) afirmam que é pior para o fornecedor oferecer o desconto, quando o consumidor optar pelo pagamento em dinheiro, à vista.

Ao que tudo indica, alguns fornecedores não avaliam os efeito econômicos de se receber imediatamente, e ignoram os custos de embolsar em data futura, além do fato de que a vantagem econômica “perdida” com o desconto, seria atribuída às operadoras de cartões de crédito.

Os fornecedores nem sempre refletem sobre os ganhos obtidos com o recebimento de suas vendas ou serviços em dinheiro, e que um percentual considerável dos seus lucros são repassados para as operadoras de cartão de crédito, além do fato de que a demora em receber os valores daquelas negociações impedem novos investimentos.

O último questionamento apresentado aos fornecedores estão representados no gráfico abaixo:

Gráfico III: A sua empresa utiliza-se de preços diferenciados para pagamento à vista em dinheiro em GO e DF/2017?



FONTE: Organizado pela autora.

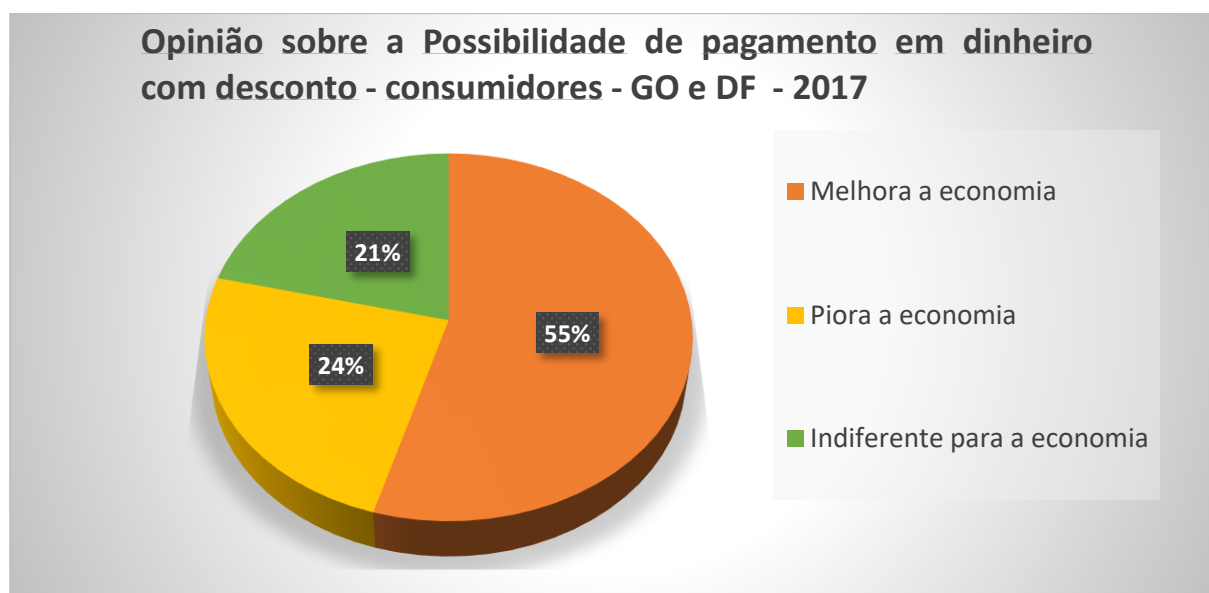
Neste último questionamento apresentado aos fornecedores 40% (quarenta por cento) deles afirmaram que não oferecem descontos nas negociações, quando o pagamento ocorrer em dinheiro, e, 60% (sessenta por cento) disseram que oferecem o desconto nesta modalidade de pagamento.

Talvez seja um tanto incoerente que 60% dos fornecedores proporcionem o desconto, mesmo que a maioria deles não vejam vantagem econômica nesta transação, conforme vistos nos gráficos anteriores.

Da mesma forma, foi promovida uma pesquisa com os consumidores de produtos ou serviços apresentando um questionário para 66 pessoas, consumidoras de diversas naturezas. Aqui, também foram escolhidas aleatoriamente pessoas nas cidades de Goianésia/Go, Goiânia/Go, Anápolis/Go e Brasília/DF, que responderam a mesma questão: Levando em

consideração que a Lei 13.455/2017, prevê a possibilidade de que os comerciantes possam utilizar-se de preços diferenciados de acordo com a forma de pagamento (dinheiro, cartão de crédito, cheque ou boletos), foi questionado:

Gráfico IV: Na sua opinião, como consumidor esta nova regra:



FONTE: Organizado pela autora.

Ao avaliar o gráfico acima é possível perceber que os consumidores de produtos e serviços entrevistados entendem que o preço diferenciado a depender da forma de pagamento, na maioria das vezes, melhora a economia. Assim, 55% (cinquenta e cinco por cento) dos consumidores avaliaram como vantajoso para a economia o desconto, para pagamentos em espécie.

De outro lado, 24% (vinte e quatro por cento) dos consumidores entrevistados entendem que é pior para a economia um tratamento diferente, para diferentes formas de pagamento, nos negócios jurídicos.

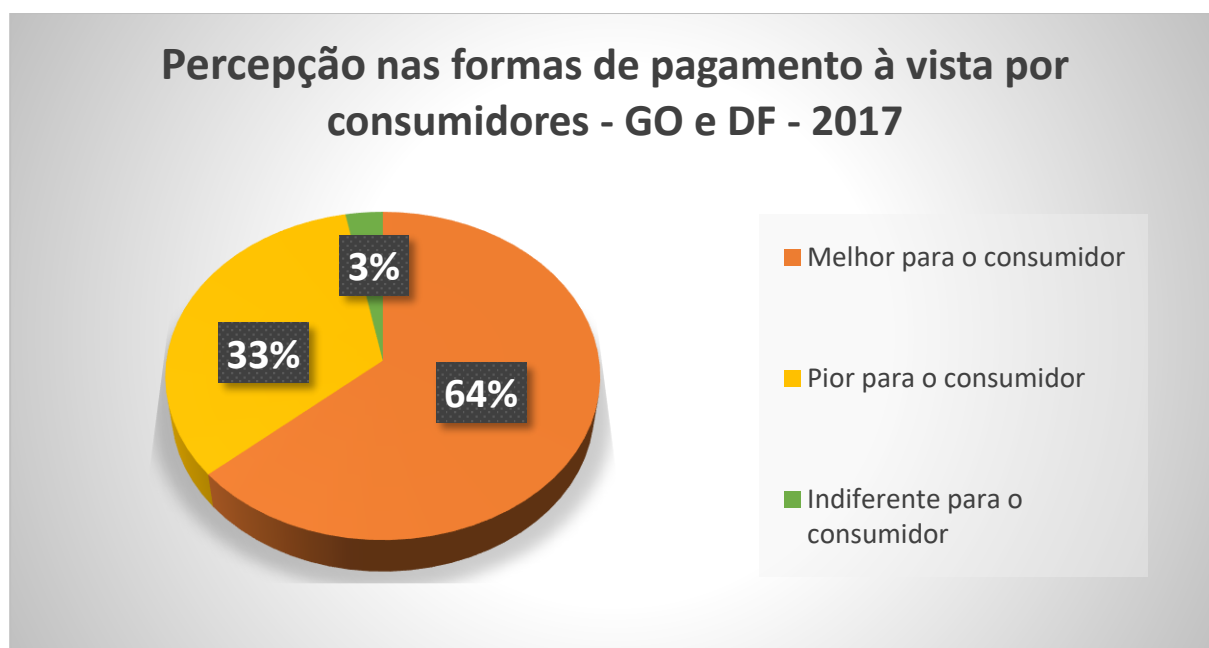
E ainda, 21% (vinte e um por cento) dos consumidores afirmaram que não há alteração para a economia esta norma que prevê preços diferenciados.

Talvez, os consumidores que não entendem como vantajoso o valor diversificado não avaliam de forma ampla os custos que estão embutidos quando se efetua pagamento, à prazo

ou com a utilização de financeiras. E que, mesmo quem paga em espécie não havendo descontos à vista, estão sujeitos às taxas das operadoras de cartão de crédito.

Para as mesmas pessoas que responderam o questionário, foram apontadas mais duas questões:

Gráfico V: Você acredita que estabelecer preços diferentes, conforme a forma de pagamento é, para o consumidor:



FONTE: Organizado pela autora.

Ao analisar a presente situação relatada nesta pesquisa observa-se que apenas 3% (três por cento) dos consumidores entendem como indiferente o resultado de um arranjo entre as partes, quanto ao preço apontado, se o pagamento for realizado à vista, em dinheiro, ou por meio de cartões de crédito.

Além disso, dentre as pessoas que participaram da pesquisa, 33% (trinta e três por cento) dos consumidores alegam que é pior para o consumidor receber descontos, quando o pagamento ocorrer em espécie. Por outro lado, 64% (sessenta e quatro por cento) dos consumidores entrevistados afirmaram que visualizam vantagens no pagamento em dinheiro quando é possível obter desconto, no negócio jurídico.

Interessante visualizar que alguns consumidores (trinta e três por cento deles) percebem como prejudicial aos seus próprios interesses obter o desconto no momento dos arranjos negociais, se eles escolherem por efetivar a quitação do objeto do negócio em dinheiro, no ato da compra.

Além de que outros três por cento deles indicam como indiferente para eles o pagamento com desconto. Assim, observa-se que o consumidor nem sempre sabe avaliar se, nas relações de consumo, estão sendo beneficiados ou prejudicados por determinada regra.

O último questionamento apresentados aos consumidores foi no seguinte sentido:

Gráfico VI: Quando você faz compras as empresas te oferecem preços diferenciados para pagamento à vista em dinheiro?



FONTE: Organizado pela autora.

Quando os consumidores foram questionados se recebem a oferta dos fornecedores de descontos em pagamento em dinheiro, à vista, 76% (setenta e seis por cento) deles afirmaram que recebem propostas de descontos, e, por outro lado, 24% (vinte e quatro) por cento dos consumidores alegaram que não lhe são oferecidos preços diferentes quando se dispõem a pagar em espécie, no momento da compra.

Resta saber se esses atores envolvidos têm o conhecimento da regra jurídica adotada atualmente no país, e quais os efeitos jurídicos e econômicos são possíveis de se extrair nas relações consumeristas, neste contexto.

Ao avaliar todos os dados pode-se perceber que os contratantes, de um modo geral, não utilizam de uma análise econômica para apurar os efeitos dos negócios jurídicos realizados, pois, em muitas situações não percebem as consequências do critério de negócio escolhido.

Talvez, por desconhecimento, as pessoas ficam à margem de um resultado mais favorável aos seus interesses já que não realizam uma análise de custos e vantagens ou de uma possibilidade de barganhar até que se obtenha um resultado que lhe seja favorável ou, o coloque em uma situação de vantagem financeira claramente prevista. É preciso se beneficiar nas relações negociais de práticas que visem a auferir os prós e contras, benefícios e custos de cada arranjo.

Considerações Finais:

Com toda esta discussão é possível verificar que as decisões judiciais e as normas nem sempre correspondem à eficiência econômica para as pessoas sujeitas a elas. Em que pese o caráter regulatório das questões de interesses individuais, em certa medida, cabe aos próprios interessados tomar decisões, conforme seu poder de racionalidade que lhe são inerentes para decidir se preferem renunciar direitos em detrimento a alguns benefícios ou ter uma proteção amparada por lei, mesmo que isso ocorra com um custo maior.

Isso porque, as pessoas podem estar sujeitas a uma correção de mercado pela norma, conforme foi regulado pela Lei 13.455/2017, e ainda assim não obter transações eficientes.

No que se refere à regulação estatal, pode-se perceber que o estado regulatório de bem-estar social implantado no Brasil, principalmente por meio da previsão constitucional da função normativa e reguladora do Estado, incumbindo-o da atribuição dentre outras, da fiscalização, faz com que o Estado intervenha nas relações pessoais, de maneira que nem sempre atenda às suas necessidades ou vantagens. Isso porque o Estado deveria intervir apenas minimante, deixando que as pessoas envolvidas nas relações privadas possam exercer o seu poder de barganha estabelecendo quais regras melhor se ajustam as suas realidades.

Nestes sentido, é possível perceber, por meio das decisões do STJ no Resp. 1133410/RS e Resp. 1.479.039/MG acima citados, dentre outros lavrados pelo Tribunal Superior, que com a aparência de proteger os consumidores de um tratamento disforme com regras específicas em cada situação, o poder normativo vinha de encontro a estas necessidades,

favorecendo, intencionalmente ou não, terceira pessoa desta relação jurídica, a saber as operadoras de cartão de crédito.

A maior parte dos autores discute muito mais os interesses dos consumidores a necessidade de se coibir as práticas abusivas, mas poucos ligam este fato às consequências que surgem pelas próprias decisões judiciais.

Ao possibilitar um maior poder de barganha aos negociantes, talvez ocasione uma maior liberdade contratual, e, desta forma ofereça ao consumidor a possibilidade de escolher, dentre aqueles fornecedores que atendam a suas prioridades ou anseios, com quem contratar. No caso abordado, a nova sistemática legislativa oferece aos consumidores a possibilidade de escolha para as relações de consumo com fornecedores que lhes proporcionem descontos, quando do pagamento em espécie.

Assim, além da utilização de toda a normativa brasileira para a proteção do consumidor, como a Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor, Lei 13.455/2017, é importante utilizar-se do posicionamento oferecido pela AED, pois esta ajuda a compreender o problema jurídico, apontado aqui, nas relações de consumo, principalmente ao oferecer às partes envolvidas um poder de barganha que avalie os custos da transação, gerando a cada um deles, a escolha que garanta os seus interesses.

E a Análise Econômica do Direito é capaz de auxiliar a compreender o problema e a identificar mecanismos de escolha da norma a ser aplicada e os efeitos que essas normas podem causar. E assim, é possível avaliar o impacto econômico que a norma tem apresentado e a eficiência das decisões judiciais. A AED traz um olhar voltado ao ponto central desta discussão avaliando a eficiência ou ineficiência do poder regulatório do Estado ao estabelecer regras voltadas às relações privadas.

Referências:

BRASIL, Lei 13.455, de 26 de junho de 2015. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2017/lei/113455.htm. Acesso em 20 de dezembro de 2017.

BRASIL, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm. Acesso em 28 de dezembro de 2017.

BRASIL, Lei 12.529, de 30 de novembro de 2011. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº 1133410, do Rio Grande do Sul. Disponível em <https://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/9115355/recurso-especial-resp-1133410-rs-2009-0065220-8-stj/certidao-de-julgamento-14263743>. Acesso em 05 de dezembro de 2017.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº 1.479.039, de Minas Gerais. Disponível em <http://emporiododireito.com.br/wp-content/uploads/2015/10/Confira-aqui-a-integra-do-Voto-proferido1.pdf>. Acesso em 05 de dezembro de 2017.

COOTER, Robert; ULEN, Thomas. Direito e economia, 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SALAMA. Direito do consumidor e decisões bumerangues (2015). Disponível em https://works.bepress.com/bruno_meyerhof_salama/112/. Acesso em 12 de janeiro de 2018.