

Cartão de crédito e superendividamento

Ricardo Dal Pizzol¹

Juiz de Direito no estado de São Paulo

Sumário: 1. Origem do instrumento: adaptação e simplificação da carta de crédito. 2. Natureza jurídica: documento de legitimação. 3. Invenção e disseminação. 4. Mecanismo de funcionamento e partes envolvidas. 5. Cartão de crédito e superendividamento. 6. Lei nº 14.181/2021 e cartão de crédito. Análise dos três eixos de transformação. a) (1º Eixo) Inclusão das dívidas de cartão de crédito no procedimento de superendividamento (fase conciliatória e compulsória). b) (2º Eixo) Fortalecimento do aspecto informativo, exigência de postura mais ética da parte da administradora e fixação de novas práticas abusivas específicas do cartão de crédito. c) (3º eixo) Regulação da coligação contratual entre contrato de financiamento e contrato de compra e venda/prestação de serviço. Extensão da aplicabilidade dessa regulação ao cartão de crédito. Conclusão. Referências bibliográficas.

1. Origem do instrumento: adaptação e simplificação da carta de crédito

A origem do cartão de crédito está diretamente relacionada a uma simplificação instrumental da tradicional carta de crédito².

Cartas de crédito, vale lembrar, “constituem promessas de pagamento emitidas por um banco, de forma incondicional, a favor do vendedor de mercadorias”³. Seu mecanismo proporciona segurança às partes envolvidas, característica que se revelou especialmente relevante no comércio internacional, entre contratantes desconhecidos.

O processo inicia-se quando o importador solicita ao seu banco a emissão de uma carta de crédito, para servir de pagamento a uma compra e venda específica; na sequência, o exportador, ao despachar as mercadorias, apresenta os documentos exigidos, comprobatórios do cumprimento de suas obrigações; se os documentos estiverem em conformidade (o que pode ser conferido por outra instituição financeira, no país do exportador), o pagamento é efetuado pelo banco emissor. Para o exportador, tal mecanismo reduz drasticamente o risco de não recebimento do preço. Para o importador, garante que o pagamento só será efetuado mediante a apresentação dos documentos comprobatórios da remessa das mercadorias, em conformidade com o pedido efetuado.

Mercê dos altos custos bancários, do formalismo e da exigência de elevada precisão documental - qualquer discrepância pode resultar em atrasos ou não pagamento - a

¹ Mestre, doutor e pós-doutor em Direito Civil pela USP. Mestre em Direito Comparado pela Samford University (USA). Professor de Direito Civil da ESEG e da pós-graduação em Direito Civil e do Consumidor da EPM. Coordenador adjunto do curso de pós-graduação em Direito de Família e Sucessões da EPM.

² CHIARA, José Tadeu de. Cartão de Crédito: Estrutura Negocial - Particularidades. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*. Ano 18, v. 69, jul.-set. 2015, p. 211-231.

³ SALOMÃO NETO, Eduardo. *Direito Bancário*. 3. ed. São Paulo: Trevisan Editora, 2020. E-book. p.305. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595450516/>. Acesso em: 3 abr. 2025.

carta de crédito, em sua versão original, não se mostra, ela própria, adequada às relações massificadas de consumo. Seu uso continua relegado às transações internacionais de grande porte, interempresariais, que exigem garantias robustas.

Ao mesmo tempo, a ampliação dos mercados de consumo, em termos geográficos e de número de operações, demandava o aperfeiçoamento dos instrumentos de pagamento, então limitados ao papel-moeda e ao cheque, que apresentavam limitada segurança tanto para o consumidor, como para o fornecedor⁴.

Nesse contexto, o sistema da carta de crédito, tradicionalmente restrito às operações entre comerciantes, foi adaptado e integrado aos negócios de compra e venda e prestação de serviços realizados com o público em geral (varejo). Essa integração ocorreu por meio da simplificação instrumental da carta de crédito como meio de pagamento, mantendo-se, todavia, a estrutura tripartite da operação, a envolver um instituidor do crédito (emissor do cartão), o favorecido (cliente) e o beneficiário (estabelecimento comercial). Essa estrutura, apesar de atualmente mostrar-se mais complexa, envolvendo maior número de agentes, continua sendo, como se verá a seguir, a espinha dorsal do sistema, garantindo a segurança e efetividade das operações realizadas com cartões de crédito.

A simplificação da representação da carta de crédito para o formato de um cartão de plástico (forma física esta que atualmente pode ser até dispensada) permitiu sua emissão de forma massificada, adequando seu uso à velocidade das operações de consumo no varejo. Os elementos formais que cercavam a instituição das cartas de crédito foram também reduzidos e simplificados até atingir a modalidade atual de processamento eletrônico dos cartões de crédito.

Houve, também, mudanças na amplitude da promessa de pagamento feita pela instituição financeira e na questão dos requisitos para liberação do pagamento. Enquanto a carta de crédito constitui promessa unilateral de pagamento a um dado credor, para realização de uma operação específica, mediante a apresentação de documentos determinados, o cartão de crédito constitui, diferentemente, promessa geral de pagamento efetuada pelo emissor a todos os integrantes de uma rede extensa de fornecedores credenciados, nos quais o consumidor pode fazer o uso do cartão, mediante assinatura física do canhoto, digitação de senha, aproximação ou inserção dos dados (como geralmente ocorre no comércio eletrônico)⁵.

2. Natureza jurídica: documento de legitimação

Os cartões de crédito têm a natureza de documentos de legitimação. São assim chamados os documentos que se prestam a provar que uma pessoa é titular de uma relação jurídica - no caso, sua posse pelo consumidor identifica este, perante os fornecedores credenciados, como titular de um contrato de concessão de crédito rotativo perante um banco emissor⁶.

Os documentos de legitimação não constituem títulos de crédito, na medida em que não incorporam o direito de crédito cujo exercício legitimam. É exatamente o que

4 CHIARA, José Tadeu de. Op. cit., p. 211-231.

5 SALOMÃO NETO, Eduardo. Op. cit., p. 432.

6 *Ibidem*, p. 432.

ocorre com o cartão de crédito, que apenas atesta a existência de adesão do consumidor ao contrato com o emissor, sem incorporar um crédito passível de circulação pela própria transmissão do título.

Com efeito, consoante clássica formulação de Tullio Ascarelli, a diferença entre documentos de legitimação (chamados de “títulos impróprios” pelo autor) e títulos de crédito (designados, por ele, de “títulos próprios”) “pode, no terreno econômico, resumir-se na afirmação de que os títulos impróprios preenchem uma função de legitimação, mas permanecem alheios à circulação do direito, ao passo que os títulos de crédito correspondem justamente à função de tornar possível a circulação do direito”⁷.

3. Invenção e disseminação

Os cartões de crédito surgiram originariamente nos Estados Unidos, por volta de 1920, como cartões de fidelização. Eram utilizados em postos de gasolina e hotéis para facilitar o pagamento pelos clientes: as vendas e hospedagens eram realizadas e posteriormente o cliente efetuava o pagamento, de uma só vez, de todas as operações ocorridas num certo período (que correspondia, em regra, a um mês)⁸.

Com a criação do Diner’s Club, em 1950, os cartões de crédito superaram a ideia de fidelização a uma empresa específica. Inicialmente, afirma Fran Martins, “o Diner’s Club se destinava [...] a cobrir despesas em hotéis e restaurantes. Mas os seus fundadores [...] viram que tais modalidades de venda e pagamento através de cartões poderiam ser ampliadas para outros setores que não apenas hotéis e restaurantes”⁹, de forma que rapidamente o sistema se expandiu para admitir pagamentos nos mais diversos ramos de fornecimento de bens e serviços.

Em 1951, o Franklin National Bank deu novo passo adiante, aproximando o instrumento da atual conformação, ao lançar um cartão no qual o titular dispunha de um crédito rotativo previamente aprovado no banco. Em tal contexto, o banco cobria as despesas do titular do cartão e à medida que este efetuasse o pagamento da fatura, o crédito retornava para sua conta, para novas operações. Em não havendo pagamento total da fatura, incidiriam juros. Com isso o instrumento deixava de ser apenas um meio de pagamento, para incorporar, também, faceta de concessão de crédito¹⁰.

Em 1957, os empresários Hanus Tauber e Horácio Klabin abriram no Brasil uma filial do Diners Club Card, introduzindo no país a modalidade de pagamento de cartão de crédito. Inicialmente, o cartão funcionava apenas como um cartão de compra (que requer pagamento integral da fatura ao final do mês), não de crédito (com a possibilidade de parcelamento da fatura)¹¹. Em 1968, surgiu no Brasil o primeiro cartão de crédito propriamente dito, com crédito rotativo, lançado pelo Bradesco, denominado de cartão ELO¹².

Todavia, o sistema de cartões de crédito só se consolidaria no Brasil com a

7 ASCARELLI, Tullio. *Teoria geral dos títulos de crédito*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1969, p. 180-181.

8 MARTINS, Fran. *Cartões de crédito: natureza jurídica*. Rio de Janeiro: Forense, 1976, p. 26.

9 *Ibidem*, p. 27.

10 *Ibidem*, p. 27.

11 LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. *Repercussões jurídicas e econômicas do mercado de cartões de crédito*. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2021, p. 22.

12 *Ibidem*, p. 22.

estabilização da economia, a partir do Plano Real. Com efeito, a hiperinflação era um fator que dificultava sobremaneira o mecanismo do cartão de crédito, dado que era insuportável para o lojista aguardar 30 dias para receber o mesmo valor da venda (quando a inflação ultrapassava, frequentemente, a casa dos 30%, 40%, ao mês), bem como era oneroso para emissoras e administradoras, pela mesma razão, aguardar o pagamento pelo consumidor das faturas, pelo mesmo valor da operação realizada¹³. Não por outra razão a grande discussão jurídica da época, em torno do cartão de crédito, dizia respeito justamente à licitude de aplicar-se preços diferenciados (isto é, mais altos) para vendas feitas por esse meio. Se, de um lado, argumentava-se contrariamente que a aplicação de preços diferenciados representava a transferência ilegítima para o consumidor dos ônus inflacionários de um meio de pagamento que, em última análise, era pago pelo consumidor (que arcava com o valor da anuidade) e beneficiava o lojista, aumentando sua base de vendas, de outro, argumentava-se que, ao proibir a aplicação de preços diferenciados, o consumidor que pagasse à vista, com papel-moeda (muitas vezes de baixa renda, excluído do sistema financeiro), estava na prática subsidiando o custo da operação do cartão de crédito¹⁴.

Com a estabilização da economia, as vantagens comparativas do cartão de crédito falaram mais alto.

Para o consumidor, o cartão de crédito substitui o dinheiro como meio de pagamento, reduzindo consideravelmente os riscos atrelados ao transporte de papel-moeda e facilitando compras à distância (especialmente pela internet). Além disso, está sempre disponível ao consumidor, com o crédito pré-aprovado, de modo que seu titular pode adquirir bens e serviços mesmo se não estiver na posse, naquele momento, de dinheiro em espécie¹⁵.

Ademais, o cartão de crédito pode ser, para o consumidor, mais do que mero meio de pagamento, convertendo-se em instrumento de financiamento para seu consumo, na medida em que lhe permite satisfazer instantaneamente uma necessidade ou prazer, postergando, todavia, o momento do pagamento (para a data do vencimento da fatura [sem juros]; para faturas posteriores, mediante parcelamento da compra [com ou sem juros]¹⁶; mediante pagamento de valor parcial da fatura [com juros, que estão geralmente entre os mais elevados do mercado financeiro])¹⁷.

Interessante observar que, conforme dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), aproximadamente 78% de todo o crédito

13 *Ibidem*, p. 22 e 108.

14 DAIUTO, Reynaldo Ribeiro. Compra e venda com pagamento do preço através de cartão de crédito: operação à vista ou a prazo? In: FACHIN, Luiz E.; TEPEDINO, Gustavo (org.). *Doutrinas essenciais - obrigações e contratos*, v. V. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 265.

A Portaria nº 118 do Ministério da Fazenda, de 11 de março de 1994, proibiu diferenciações de preço entre pagamentos com cartões de crédito, dinheiro ou cheque. Posteriormente, porém, a lei nº 13.455/2017 autorizou expressamente a diferenciação de preços de bens ou serviços em função do instrumento de pagamento utilizado (art. 1º, caput), estabelecendo inclusive a nulidade da cláusula contratual, inserida no âmbito de contratos de arranjos de pagamento, que proíba ou restrinja tal faculdade do lojista de promover a diferenciação de preços facultada pela lei (parágrafo único do mesmo artigo).

15 SOUZA, Leonam Machado de. Contrato de cartão de crédito: Relação entre “estabelecimento” e credenciadora. *Revista da EMERJ*. v. 16. n. 62. abr.-set. 2013, p. 167.

16 De acordo com Relatório da Abecs, no ano de 2024, no que diz respeito ao momento da compra, 57,4% dos recursos transacionados com cartão de crédito se deram na modalidade “à vista”, 41,1% na modalidade “parcelamento sem juros” e 1,5% na modalidade “parcelamento com juros”. (ABECS. Balanço do setor de meios eletrônicos de pagamento - resultados 2024. Disponível em: https://abecs.org.br/storage/sector_balances/20/01JN1RPCQ6NGJWGBG1SNTQKRZ9.pdf. Acesso em: 10 fev. 2025)

17 LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. Op. cit., p. 26-27.

disponibilizado pelo Sistema Financeiro Nacional por meio dos cartões de crédito, no Brasil, não sofre qualquer cobrança de juros, por haver o pagamento integral da fatura pelo consumidor, a demonstrar que muitos brasileiros conseguem utilizar o cartão de crédito adequadamente, obtendo inclusive o efeito positivo de postergar o desembolso efetivo do recurso para a data do vencimento da fatura¹⁸.

Para os estabelecimentos comerciais, uma primeira vantagem significativa, em comparação com o cheque ou com o sistema de carnês, é a eliminação do risco de inadimplemento. No cartão de crédito, o risco do inadimplemento é transferido para o emissor do cartão, pois, independentemente do pagamento da fatura pelo consumidor, o emissor fará o pagamento ao lojista, geralmente em uma base D+30 (isto é, 30 dias após a efetivação da compra)¹⁹. Em comparação com o dinheiro, o cartão também reduz o risco de prejuízos com roubos, seja no próprio estabelecimento, seja no transporte a uma agência bancária. Outra vantagem para o lojista é a ampliação significativa de sua base de consumidores, pois há tanto os consumidores que dependem, para consumir, do crédito oferecido pelo instrumento, quanto aqueles que, por comodidade, consomem prioritariamente pela internet ou preferem não andar com dinheiro em espécie²⁰.

As instituições financeiras, por sua vez, obtêm múltiplas vantagens com o sistema de cartões de crédito.

A começar por receitas *diretas*, tais como: (i) cobrança de taxa de juros, quando os clientes não pagam o valor total da fatura, as quais estão entre as mais elevadas do mercado financeiro (além de apresentarem risco controlado de inadimplemento, na medida em que o cartão pode ser imediatamente bloqueado ou o limite ser adaptado conforme o comportamento do cliente)²¹; (ii) cobrança de anuidades, especialmente em cartões *premium* que oferecem benefícios adicionais; (iii) cobrança do MDR (*Merchant Discount Rate*), percentual descontado dos estabelecimentos comerciais a cada transação processada.

Outra fonte relevante de receita para os bancos, que deriva indiretamente do sistema de cartões de crédito, é a cobrança de taxa de desconto pela antecipação de recebíveis. Em razão do intervalo entre o momento da realização da compra e o depósito efetivo do recurso para o estabelecimento comercial, notadamente em vendas parceladas, surgiu o serviço financeiro de antecipação de recebíveis, uma forma de os estabelecimentos comerciais adquirirem imediatamente o capital de giro necessário à continuidade de suas operações comerciais, mediante a aplicação de uma taxa de desconto sobre o valor de face dos créditos a receber. Tendo em vista a previsibilidade de

18 ABECS. Balanço do setor de meios eletrônicos de pagamento - resultados 2024. Disponível em: https://abecs.org.br/storage/sector_balances/20/01JN1RPCQ6NGJWGBG1SNTQKRZ9.pdf. Acesso em: 10/02/2025.

19 SOUZA, Leonam Machado de. Op. cit., p. 167; LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. Op. cit., p. 26-27.

20 SENADO FEDERAL. Relatório Final da CPI dos Cartões de Crédito. p. 15. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/mnas?codcol=2171&tp=4>. Acesso em: 10 jan. 2025.

21 Para as emissoras de cartão de crédito interessam especialmente estes clientes que efetuam pagamentos parciais da fatura, pois serão os mais lucrativos em termos de juros. Afirma nessa linha Mechele Dickerson: "As administradoras de cartão de crédito buscam os clientes que percebem ser os mais rentáveis. Por exemplo, essas administradoras cobiçam e perseguem agressivamente os consumidores de alto risco, como os estudantes universitários, mesmo que eles apresentem, no primeiro momento, elevadas taxas de inadimplência. Apesar dos constantes riscos de inadimplência, estudantes universitários são clientes ideais a longo prazo porque estão confortáveis com o endividamento (devido ao seu empréstimo estudantil) e também porque teoricamente terão rendimentos mais elevados assim que se graduarem e conseguirem um emprego. Assim, mesmo que os estudantes universitários ou outros clientes de alto risco tenham preocupantemente elevados níveis de inadimplência, eles são muito rentáveis para as administradoras de cartão de crédito, desde que continuem a pagar, pelo menos, alguma coisa na maioria dos meses." (DICKERSON, Mechele. O Superendividamento do Consumidor: Uma Perspectiva a Partir dos EUA no Ano de 2007. Revista de Direito do Consumidor, v. 80, out.-dez. 2011, p. 157-158).

recebimento dos recursos e do baixo risco de inadimplência, a taxa de desconto da antecipação de recebíveis tende a ser mais vantajosa para o lojista do que as alternativas de crédito disponíveis no mercado²².

O cartão de crédito funciona, ainda, como importante ferramenta de relacionamento das instituições financeiras com os clientes. Constitui muitas vezes a porta de entrada do cliente no banco, abrindo oportunidade para oferecer, na sequência, outros produtos financeiros (prática conhecida como cross-selling). Além disso, o uso dos cartões confere informações privilegiadas às instituições financeiras acerca dos padrões de consumo dos clientes (metadados), permitindo ofertas personalizadas de outros serviços (v.g., seguros, previdência).

Todas essas vantagens contribuíram para a disseminação rápida do cartão de crédito como meio de pagamento.

Conforme dados da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), a quantidade de transações com cartões de crédito, no Brasil, subiu de 900 milhões no ano de 2000, para 18,61 bilhões em 2018 e para 45,69 bilhões em 2024. Na mesma toada, o volume de recursos transacionados por esse meio de pagamento passou de R\$ 59 bilhões em 2000, para R\$ 966 bilhões em 2018 e R\$ 2,76 trilhões em 2024²³.

Interessante destacar que, mesmo após o avanço do PIX, o número de transações e o volume de recursos transacionados com cartões de crédito continuaram a crescer, observando-se, com a pandemia de covid-19, verdadeiro salto.

Conforme pesquisa do Banco Central, intitulada “O brasileiro e sua relação com o dinheiro”, realizada em 2024, 51,6% dos brasileiros são usuários de cartões de crédito, sendo que para 11,2% dos brasileiros é o meio de pagamento mais utilizado (ficando atrás apenas do PIX [46,1%], do dinheiro em espécie [22%] e do cartão de débito [17,4%])²⁴.

4. Mecanismo de funcionamento e partes envolvidas

Na forma do artigo 6º, I, da Lei nº 12.865, de 2013, denomina-se arranjo de pagamento o conjunto de regras e procedimentos que disciplina a prestação de determinado serviço de pagamento ao público. O arranjo de pagamento viabiliza o recebimento, pelo lojista (usuário final recebedor), do valor que lhe é devido em razão do fornecimento de determinado serviço ou produto ao consumidor (usuário final pagador).

No arranjo de pagamento específico do cartão de crédito, a unir essas duas pontas (usuário final recebedor e usuário final pagador), identificam-se, conforme a dicção legal, três figuras, divididas em duas classes: (i) o instituidor de arranjo de pagamento, que corresponde à “bandeira do cartão” (Visa, Mastercard, American Express etc.), responsável por organizar todo o arranjo (art. 6º, II, da Lei 12.865/2013) e (ii) as instituições de pagamento (artigo 6º, III), que prestam serviços relacionados ao arranjo de pagamento, o que engloba a emissora do cartão e a credenciadora (a primeira tem por cliente o consumidor; a segunda atende o lojista)²⁵.

22 LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. Op. cit., p. 27-29.

23 ABECS. Monitor ABECS 2025. Disponível em: <https://www.abecs.org.br/graficos/monitor-abecs-grafico>. Acesso em 20 jan. 2025.

24 BANCO CENTRAL DO BRASIL. *O Brasileiro e sua Relação com o Dinheiro*. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cedulasemoedas/pesquisabrasileirodinheiro/Apresentacao_brasileiro_relacao_dinheiro_2024.pdf. Acesso em 2 mar. 2025.

25 MARTINS-COSTA, Judith; HAICAL, Gustavo. Sistema de pagamentos brasileiro. “Arranjo de pagamento”. Cartão de crédito.

Analisemos, separadamente, cada uma das cinco figuras envolvidas nessa relação complexa, o que será fundamental, em momento posterior, para examinar a responsabilidade de cada uma nas intercorrências havidas na relação de consumo.

As bandeiras de cartão de crédito são as empresas transnacionais titulares das marcas (como Visa, Master Card, American Express, Diner's Club), responsáveis pela organização do sistema de cartões de crédito, o que inclui: (i) estabelecer regras gerais de funcionamento; (ii) definir as políticas globais de utilização dos cartões; (iii) promover a publicidade da marca; (iv) estabelecer laços contratuais com os emissores para uso de suas marcas e confecção dos cartões; (v) criar tecnologia de pagamento que conecta os outros componentes da operação; (vi) estabelecer as parcerias que permitem o uso internacional dos cartões de crédito (interoperabilidade global)²⁶.

Já as emissoras/administradoras, normalmente instituições financeiras, relacionam-se diretamente com o usuário final pagador (o consumidor). As emissoras assumem a obrigação de pagar pelas aquisições feitas pelos consumidores, independentemente do pagamento das faturas pelos últimos, assumindo, assim, o risco do inadimplemento. Também arcam, em geral, com o risco de fraudes. Suas principais funções no sistema envolvem: (i) vender e emitir os cartões; (ii) analisar as propostas de adesão dos consumidores; (iii) conceder o crédito, definindo os limites e os encargos; (iv) autorizar cada aquisição de bem ou serviço pelo consumidor, verificando se o limite está sendo observado e se a operação não apresenta indícios de fraude; (v) emitir as faturas e efetuar a cobrança dos consumidores²⁷.

Como dito acima, as emissoras podem ser instituições financeiras ou não. No primeiro caso, mais frequente, a emissora concederá o crédito para utilização nos estabelecimentos credenciados, que será pré-aprovado e rotativo, recompondo-se na medida em que é feito o pagamento da fatura. No caso de emissores que não sejam instituições financeiras - situação menos comum nos dias de hoje - o emissor vale-se de empréstimos obtidos junto a instituições financeiras para o financiamento em caso de inadimplemento da fatura, empréstimos estes que no máximo garante. Tais mútuos não são contraídos em nome da emissora, mas em nome do usuário, que para tanto constitui a emissora como sua mandatária, mediante cláusula-mandato²⁸.

Como terceiro agente nessa cadeia temos as credenciadoras (v. g., Cielo, Rede, Getnet, Stone, Safra Pay). Estas são responsáveis, fundamentalmente, por: (i) habilitar estabelecimentos a receber pagamentos via cartão de crédito; (ii) instalar e realizar a manutenção das máquinas de pagamento, que são vendidas ou alugadas aos comercian-

Relação entre a credenciadora do cartão e o lojista. Operação de antecipação pela credenciadora. Finalidade contratual. Promessa de cessão. Eficácia translativa. Negócio jurídico de disposição. Eficácia perante terceiros em operações de recebíveis. Revista dos Tribunais, v. 1062, ano 113, 2024, p. 269-271.

26 ASSIS, Nair. Estrutura jurídica e operacional do cartão de crédito - integrantes do Sistema de cartão de crédito: bandeiras, emissores, credenciadoras de estabelecimentos, processadoras e portadores de cartão. In: Anais do seminário Sistema jurídico e operacional dos cartões de crédito. Búzios/RJ. 2005, p. 27-28; SOUZA, Leonam Machado de. Op. cit., p. 171-172; NERILO, Luciola F. L. A responsabilidade civil das credenciadoras e administradoras de cartão de crédito pelo descumprimento do contrato eletrônico por sites fraudulentos. Revista de Direito do Consumidor. v. 117. 2018. p. 208-210.

27 ASSIS, Nair. Op. cit., p. 27-28; SOUZA, Leonam Machado de. Op. cit., p. 171-172; NERILO, Luciola F. L. Op. cit., p. 208-210.

28 SALOMÃO NETO, Eduardo. Op. cit., p. 425-426. Não nos parece que a cláusula-mandato em questão viole a regra do art. 51, VIII, do CDC, conforme a qual seriam nulas, pois abusivas, as cláusulas que "imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor". Com efeito, a regra parece mais voltada às cláusulas, tão comuns no passado, que permitiam a emissão ou aceite de títulos de crédito em nome do consumidor, atos que só agravavam as responsabilidades dos consumidores, sem trazer-lhe qualquer benefício. Já a cláusula-mandato em questão permite em última análise o alongamento do prazo da dívida do consumidor e se revela mecanismo de funcionamento do próprio contrato de cartão de crédito quando o emissor não constitui instituição financeira. No mesmo sentido: SALOMÃO NETO, Eduardo. Op. cit., p. 425-426.

tes; (iii) repassar os pagamentos aos estabelecimentos credenciados. A credenciadora é o ponto de contato do fornecedor com o sistema de cartões de crédito, operando, em geral, com múltiplas bandeiras e emissores. O consumidor não tem qualquer relação contratual com a credenciadora²⁹.

Por fim, temos as duas pontas do sistema. De um lado, o lojista (usuário final recebedor), que se relaciona diretamente com as credenciadoras e com os titulares dos cartões, celebrando com os últimos contratos de compra e venda ou de prestação de serviços. De outro, o consumidor titular do cartão (usuário final pagador), que movimenta todo o sistema, mantendo relação contratual com a emissora, que lhe disponibiliza crédito rotativo, e com os lojistas, de quem adquire produtos e serviços.

Quando um consumidor utiliza o cartão de crédito como instrumento de pagamento, desencadeia-se um processo de verificação e autorização. O consumidor apresenta seu cartão ao lojista, momento em que os dados transacionais são capturados pelo terminal do estabelecimento (“maquininha”) e transmitidos à instituição credenciadora. Essa, por sua vez, encaminha tais informações à instituição emissora do cartão, que realiza a análise do limite de crédito disponível do portador do cartão. Após avaliação, a emissora emite seu parecer - aprovação ou recusa - e o comunica à credenciadora, que finalmente notifica o estabelecimento comercial sobre a viabilidade ou não da transação³⁰.

Caso o pagamento em questão seja autorizado, estabelece-se um intrincado sistema de obrigações a envolver o consumidor, a emissora, a credenciadora e o lojista: (i) o consumidor se torna devedor da emissora do cartão, obrigando-se a pagar-lhe o valor do bem ou serviço adquirido na data de vencimento da sua fatura mensal; (ii) a emissora, por sua vez, torna-se devedora da credenciadora, competindo-lhe pagar em conformidade com os termos e condições do regulamento do arranjo de pagamento vigente entre elas; e, por fim, (iii) a credenciadora se torna devedora do lojista, obrigando-se a transferir-lhe os valores correspondentes às transações aprovadas no prazo estabelecido no instrumento de credenciamento³¹.

Como se percebe, ao aceitar que o consumidor efetue o pagamento com cartão de crédito, o lojista não se torna credor do consumidor, mas da credenciadora. O titular do cartão (consumidor) paga a fatura para a emissora (geralmente uma instituição financeira, que emitiu o cartão e lhe deu crédito). A emissora retém a taxa de desconto que lhe compete e transfere o dinheiro para a credenciadora, a qual, por sua vez, também retém a comissão que lhe cabe. Só então o estabelecimento que vendeu o produto ou prestou o serviço receberá o valor da operação com os descontos especificados.

Esse fluxo de pagamentos - entre a compra e o recebimento efetivo do recurso pelo estabelecimento - dura, em geral, no Brasil, 30 dias³². Assim, além de arcar com os descontos das comissões - por parte da emissora e da credenciadora - o lojista ainda precisa suportar um atraso de 30 dias no pagamento, sendo ele (e não a emissora) que, como se percebe, “financia” o consumidor no período que medeia o uso do cartão e o vencimento da fatura (sem arcar, porém, com o risco do inadimplemento, que é da emissora).

29 SOUZA, Leonam Machado de. Op. cit., p. 172; NERILO, Lucíola F. L. Op. cit., p. 209-210; LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. Op. cit., p. 25.

30 MARTINS-COSTA, Judith; HAICAL, Gustavo. Op. cit., p. 270-272.

31 *Ibidem*.

32 LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. Op. cit., p. 25-26.

As bandeiras (v.g., Visa, Master Card, American Express), por sua vez, ficam de fora dessa teia de contratos que se cria a partir da utilização do cartão pelo consumidor. Seus contratos são apenas com as emissoras e credenciadoras, de quem recebem uma taxa (royalties) pelo uso da marca e por serviços da rede internacional³³.

Esta estrutura complexa, que envolve múltiplos contratos e pelo menos cinco agentes distintos, sendo cada empresário altamente especializado em aspectos muito particulares da operação, demonstra como o sistema de cartões de crédito engendrou um ambiente eficiente e versátil para transações comerciais, sejam elas presenciais ou virtuais, internas ou internacionais, à vista ou a prazo. Sua configuração permitiu associar funções de meio de pagamento a aspectos financeiros (instrumento de crédito pós-pago), dando azo, ainda, por sua peculiar distribuição de riscos e prazos para repasse dos pagamentos, a negócios paralelos, como o de antecipação de recebíveis.

Interessante destacar, em arremate a este item, que toda essa estrutura complexa se desenvolve sem a existência de lei específica a reger os contratos de cartões de crédito no Brasil, operando o sistema sob a incidência de diplomas gerais, como o Código de Defesa do Consumidor, o Código Civil (para as relações contratuais interempresariais), a Lei nº 4595/64 (que regula o Sistema Financeiro Nacional) e a Lei nº 12.865, de 2013 (que disciplina os arranjos de pagamento), bem como de regulamentações específicas do Banco Central do Brasil, de caráter infralegal (resoluções, portarias e circulares).

5. Cartão de crédito e superendividamento

A relação entre cartão de crédito e superendividamento³⁴ é fato notório. Não à toa a Lei nº 14.181/2021, conhecida como Lei do Superendividamento, trouxe várias disposições que tratam especificamente desse meio de pagamento/financiamento.

Em princípio, o volume total financiado via crédito rotativo do cartão de crédito surpreende por ser relativamente baixo perto de outras modalidades. De fato, financiamento imobiliário (40,6%), crédito consignado (24,0%), financiamento para aquisição de veículos (11,9%) e crédito pessoal não-consignado (11,1%) respondem, juntos, por 87,6% do saldo da carteira de crédito pessoa física no Brasil, enquanto o rotativo do cartão de crédito corresponde a apenas 2,2% desse volume (dados de setembro/2024)³⁵.

Também já tivemos oportunidade de destacar em ponto anterior que aproximadamente 78% de todo o crédito disponibilizado pelo Sistema Financeiro Nacional por meio dos cartões de crédito, no Brasil, não sofre qualquer cobrança de juros, por haver o pagamento integral da fatura pelo consumidor, a demonstrar que muitos consumidores conseguem utilizar o cartão de crédito de forma saudável³⁶.

O problema do cartão de crédito está sobretudo em sua utilização pelo consumidor já endividado. Estudo promovido pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, de março de 2023, apontou que 86,8% das pessoas endividadas, que

33 NERILO, Luciola F. L. Op. cit., p. 208-210; SOUZA, Leonam Machado de. Op. cit., p. 174-175.

34 Compreendido, na dicção legal, como estado no qual o consumidor pessoa natural, de boa-fé, está impossibilitado de pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial (art. 54-A, §1º, do CDC).

35 ABECS. *Balanço do setor de meios eletrônicos de pagamento - resultados 2024*. Disponível em: https://abecs.org.br/storage/sector_balances/20/01JN1RPCQ6NGJWGBG1SNTQKRZ9.pdf. Acesso em: 10 fev. 2025.

36 *Ibidem*.

não estavam conseguindo honrar seus compromissos regularmente, tinham dívidas de cartão de crédito³⁷. Na mesma toada, de acordo com pesquisa do Instituto Locomotiva, de dezembro de 2023, a dívida do cartão era a mais significativa para 60% das pessoas inadimplentes³⁸.

Os pesquisadores Nathalie Martin e Ocean T. Sweet citam vários fatores psicológicos que tornam o uso do cartão de crédito um catalisador para o superendividamento. Primeiro, os cartões de crédito proporcionam uma separação temporal entre o prazer imediato da compra e a “dor” posterior do pagamento, o que compromete o mecanismo natural de autocontenção do consumidor (aquela sensação de culpa que normalmente acompanha qualquer compra e que serve como freio natural ao consumo excessivo acaba bastante mitigada, visto que o consumidor não visualiza o dinheiro deixando seu patrimônio imediatamente). Segundo, a peculiar forma de transacionar com o cartão de crédito (que separa a contratação do crédito rotativo com o emissor, do ato da compra com o lojista e do posterior pagamento da fatura) e sua extrema facilidade de uso criam uma barreira psicológica que impede os consumidores de associarem o uso do cartão com o ato de contrair um empréstimo (fator que os autores chamam de “dessensibilização ao endividamento”). Terceiro, o aumento de gastos: estudos evidenciam que o consumidor tende a gastar significativamente mais quando usa o cartão de crédito em comparação com outros meios (dinheiro, sobretudo), justamente pelo adiamento da “dor de pagar” - a ausência dessa sensação elimina a realidade psicológica de que comprar um item significa, quase sempre, a opção por deixar de comprar outro, criando a ilusão de recursos ilimitados. Quarto, o que os autores chamam de “viés do esquecimento”, que se traduz em uma tendência do consumidor de “esquecer” informações desconfortáveis, como, por exemplo, o valor já comprometido com parcelamentos de compras de meses anteriores e a incidência de débitos contínuos de pequeno valor (streaming, antivírus, serviços de IA, assinaturas de revistas etc.). Quinto, a premiação do consumidor via programa de milhas e outros benefícios, que incentiva a opção do cartão de crédito como meio de pagamento preferencial e gera a ilusão de que o ato de consumir gera um resultado positivo para o consumidor³⁹.

Tratando do contexto especificamente nacional, podem ser acrescentados, como fatores estruturais que também tendem a agravar o superendividamento: [i] acesso fácil e desburocratizado ao cartão de crédito, que, ao contrário de outras formas de financiamento, não exige garantias, o que torna esse instrumento, para muitos consumidores já endividados, a única alternativa disponível de obtenção de crédito⁴⁰; [ii] também por conta de seu mecanismo desburocratizado de crédito rotativo pré-aprovado, o cartão de crédito funciona para muitos brasileiros como uma modalidade de financiamento de curto prazo de natureza emergencial, empregada em contextos de despesas extraordinárias (v.g., doença na família) ou de queda abrupta de renda (desemprego, por exemplo)⁴¹;

37 AGÊNCIA BRASIL. Endividamento atinge 78,3% das famílias brasileiras, diz CNC. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-05/endividamento-atinge-783-das-familiasbrasileiras-diz-cnc>. Acesso em 20 fev. 2025.

38 INSTITUTO LOCOMOTIVA. A cada dez brasileiros, oito estão endividados, mostra pesquisa. Disponível em: <https://ilocomotiva.com.br/clipping/a-cada-dez-brasileiros-oito-estao-endividados-mostra-pesquisa/>. Acesso em 23 fev. 2025.

39 MARTIN, Nathalie; SWEET, Ocean T. Mind Games: Rethinking BAPCPA's Debtor Education Provisions. Southern Illinois University School of Law, v. 31, 2007, p. 527-545.

40 LIMA, Clarissa Costa de. O cartão de crédito e o risco de superendividamento: uma análise da recente regulamentação da indústria de cartão de crédito no Brasil e nos Estados Unidos. Revista de Direito do Consumidor, v. 81, ano 21, jan.-mar. 2012, p. 243-247.

41 FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Núcleo de Estudos Avançados de Regulação do Sistema Financeiro Nacional (NEASF). Comentários à Lei nº 14.181, de 01/07/2021, sob a perspectiva do mercado de cartões de crédito. Policy Paper Series 01/2021. Rio

[iii] inexistência de limite legal para a cobrança de juros remuneratórios nesse mercado, dado que pacífico o entendimento de que emissoras e administradoras de cartão de crédito são instituições financeiras, e que, portanto, os juros cobrados não estão limitados pela Lei de Usura (Súmula 283 do STJ)⁴²; [iv] nível de desinformação de parcela significativa dos consumidores brasileiros, que ignora, por exemplo, a possibilidade de portabilidade do débito de cartão de crédito (art. 27, §1º, da Lei nº 14.690/23) ou que não compreende os prejuízos envolvidos em posturas nocivas como a de “abandonar” o cartão sem solicitar formalmente seu cancelamento, deixando tarifas e juros, elevadíssimos, acumularem-se, mês após mês; [v] o parcelamento sem juros, peculiaridade do mercado brasileiro, que pode contribuir para o cenário de superendividamento ao incentivar compras além da capacidade financeira real do consumidor, na medida em que cria uma ilusão de poder aquisitivo que frequentemente resulta em comprometimento excessivo da renda⁴³.

Todos esses fatores explicam por que para muitos consumidores brasileiros o cartão de crédito deixa de constituir um simples meio de pagamento - que inclusive lhe confere, em tese, o benefício de postergar o pagamento da despesa para o momento do vencimento da fatura - para se transformar em uma forma artificial e extremamente onerosa de complementar a capacidade de consumo, mediante endividamento⁴⁴.

Estabelecida a relação fática entre cartão de crédito e superendividamento - ou mais precisamente, a forma como o uso inadequado do primeiro fomenta o segundo - cumpre examinar como se aplicam os instrumentos trazidos pela Lei nº 14.181/21, e incorporados ao Código de Defesa do Consumidor, à cadeia do cartão de crédito.

6. Lei nº 14.181/2021 e cartão de crédito. Análise dos três eixos de transformação

As alterações introduzidas pela Lei nº 14.181/2021 no Código de Defesa do Consumidor podem ser agrupadas, sob perspectiva funcional, em três eixos:

- **1º Eixo:** Estabelece aspectos procedimentais, judiciais e extrajudiciais, da tutela do consumidor superendividado (tentativa de conciliação e, em caso de insucesso, fixação de plano compulsório pelo Poder Judiciário). Esse é o eixo que ordinariamente

de Janeiro: FGV Direito Rio, 2021, p. 11.

42 Vigora em relação ao cartão de crédito, para fins de controle judicial da abusividade da taxa de juros remuneratórios, o mesmo entendimento, já consagrado em relação a outros produtos financeiros, de que a taxa média de mercado para aquela operação (no caso, crédito rotativo em cartão de crédito - pessoa física), apurada pelo Banco Central, constitui apenas um referencial e não um limite a ser necessariamente observado, devendo ser sopesados, em concreto, fatores particulares da concessão de crédito em favor do consumidor (seu histórico de pagamentos, praça de pagamento, profissão, renda etc.). Nesse sentido, especificamente quanto ao cartão de crédito: STJ, AgInt no REsp n. 2.016.485/RS, relator ministro Paulo de Tarso Sanseverino, Terceira Turma, julgado em 9/11/2022, DJe de 16/11/2022.

Recentemente, a Lei nº 14.690/23, na tentativa de reduzir a cobrança de juros em cartão de crédito, para além de criar a possibilidade já mencionada de portabilidade do débito (art. 27, §1º), instituiu, também, em seu art. 28, caput, o dever de as emissoras de cartão de crédito, como medida de autorregulação, submeterem à aprovação do Conselho Monetário Nacional, de forma fundamentada e com periodicidade anual, limites para as taxas de juros e encargos financeiros cobrados no crédito rotativo e no parcelamento de saldo devedor das faturas de cartões de crédito (caput). Estabeleceu, ainda, que, se tais limites não forem aprovados no prazo máximo de 90 dias, contados da publicação da Lei, ou em caso de não adesão ao mecanismo de autorregulação descrito, “o total cobrado em cada caso a título de juros e encargos financeiros não poderá exceder o valor original da dívida” (§§ 1º e 2º).

43 LIMA, Clarissa Costa de. Op. cit., p. 243-247.

44 FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Núcleo de Estudos Avançados de Regulação do Sistema Financeiro Nacional (NEASF). Op. cit., p. 11.

recebe mais atenção na Lei nº 14.181/2021, todavia os outros dois não podem ser olvidados;

- **2º Eixo:** Fortalece o aspecto informativo dos contratos de financiamento em geral, salientando o dever do mutuante de fornecer dados básicos acerca do crédito, a fim de permitir ao consumidor uma escolha consciente do contrato que vai celebrar. Além disso, exige do fornecedor de crédito e de seus prepostos posturas mais éticas (v.g., vedação de publicidade enganosa por ação ou omissão; proibição de assédio ou pressão ao consumidor para contratação de crédito; concessão de crédito responsável);
- **3º Eixo:** Regula a relação de conexão contratual entre contrato de financiamento e contrato de compra e venda/prestação de serviços.

Em relação a todos esses três eixos há reflexos importantes quanto ao cartão de crédito. Senão vejamos.

a) (1º Eixo) Inclusão das dívidas de cartão de crédito no procedimento de superendividamento (fase conciliatória e compulsória)

Não pode haver dúvida, primeiramente, quanto ao fato de as dívidas oriundas de cartão de crédito integrarem o conjunto de relações a serem discutidas nas audiências do art. 104-A (fase conciliatória) e do art. 104-B (fase compulsória), ambos do CDC.

Com efeito, na forma do art. 54-A, § 1º, do CDC, o superendividamento se manifesta quando o consumidor pessoa natural, de boa-fé, não é mais capaz de arcar com a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial. Na forma do § 2º do mesmo artigo, as “dívidas de consumo” referidas no parágrafo anterior englobam “quaisquer compromissos financeiros assumidos decorrentes de relação de consumo, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada”, o que indubitavelmente abarca eventuais débitos de cartão de crédito.

Por fim, o art. 104-A, que trata da fase conciliatória do procedimento judicial de superendividamento, estabelece de forma expressa que a audiência conciliatória contará “com a presença de todos os credores de dívidas previstas no art. 54-A deste Código”. Considerando que a fase conciliatória é porta de entrada para a fase dita compulsória (104-B), pode-se concluir que as dívidas de cartão de crédito estão entre aquelas que, caso não sejam objeto de acordo na fase conciliatória, deverão compor o plano judicial compulsório de pagamento. Vale lembrar que em tal plano, interpretando-se a *contrario sensu* o §4º do art. 104-B, o débito poderá ser parcelado em até cinco anos, com possibilidade de exclusão dos juros moratórios e remuneratórios na integralidade⁴⁵.

b) (2º Eixo) Fortalecimento do aspecto informativo, exigência de postura mais ética da parte da administradora e fixação de novas práticas abusivas específicas do cartão de crédito

⁴⁵ Art. 104-B. (...)

§ 4º O plano judicial compulsório assegurará aos credores, no mínimo, o valor do principal devido, corrigido monetariamente por índices oficiais de preço, e preverá a liquidação total da dívida, após a quitação do plano de pagamento consensual previsto no art. 104-A deste Código, em, no máximo, 5 (cinco) anos, sendo que a primeira parcela será devida no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias, contado de sua homologação judicial, e o restante do saldo será devido em parcelas mensais iguais e sucessivas.

Neste segundo eixo, no que diz respeito ao fortalecimento do aspecto informativo, merece destaque a disposição do art. 54-D, I, do CDC, que obriga o fornecedor de crédito - no caso, o emissor do cartão - a “informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerada sua idade, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, sobre todos os custos incidentes, observado o disposto nos arts. 52 e 54-B deste Código, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento”.

Ao examinarmos tal norma, vêm à mente, de imediato, os milhares de casos atualmente em trâmite no Poder Judiciário, a maioria referentes a idosos, que têm por objeto o cartão de crédito com reserva de margem consignável (RMC), nos quais se alega exatamente que o aposentado julgava estar contratando simples empréstimo consignado, quando, na verdade, estava adquirindo novo cartão de crédito.

Vale lembrar que o descumprimento de qualquer dos deveres do art. 54-D do CDC - inclusive, portanto, o de informação adequada, estabelecido pelo inciso I - poderá acarretar, na forma do parágrafo único do mesmo artigo, a redução judicial dos juros, dos encargos ou de qualquer acréscimo ao principal, sem prejuízo de outras sanções e de indenização por danos materiais e morais. Temos a impressão de que tal sanção, em conjunto com a do art. 46 do mesmo Código⁴⁶ - norma preexistente à lei do superendividamento, mas muitas vezes esquecida - pode constituir, se efetivamente empregada, resposta suficiente ao problema do déficit de informação, por vezes proposital, do consumidor.

A lei também exige dos fornecedores de crédito em geral posturas mais éticas e responsáveis por ocasião do oferecimento de seus produtos financeiros no mercado.

Nessa seara, quanto ao cartão de crédito especificamente, merece menção a vedação, trazida pelo novo art. 54-C, IV, do CDC, ao chamado “assédio de consumo” - vale dizer, o incentivo abusivo para contratar, principalmente em se tratando de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em qualquer outra condição de vulnerabilidade ampliada (o chamado “abuso de fraqueza”). Basta lembrar, aqui, das práticas indevidas de reter cartões de crédito não solicitados às residências dos consumidores, de promover abordagens invasivas em locais públicos (supermercados, aeroportos, shopping-centers etc.), ou, ainda, de condicionar o acesso a outros produtos bancários à contratação de cartão de crédito.

Ao mesmo tempo, também adquirem relevância especial, em relação ao cartão de crédito, em face de sua peculiar capacidade de induzir ou aprofundar o superendividamento, as disposições que impõem o dito “crédito responsável” (notadamente a norma do art. 54-D, II, do CDC). Passa a ser ônus da instituição financeira, no momento da concessão do crédito, “avaliar, de forma responsável, as condições de crédito do consumidor, mediante análise das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito”.

Em ambas as hipóteses - assédio de consumo e concessão irresponsável do crédito - a sanção poderá consistir, na forma do já mencionado parágrafo único do art. 54-D do CDC, na dilação compulsória do prazo de pagamento e na redução judicial dos juros e outros encargos (sem prejuízo, é claro, das indenizações cabíveis em cada caso).

⁴⁶ Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão 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.

Por fim, o art. 54-G, do CDC, vem estabelecer duas novas práticas abusivas⁴⁷, referentes especificamente ao cartão de crédito, vedando às administradoras: (i) “realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compra realizada com cartão de crédito ou similar, enquanto não for adequadamente solucionada a controvérsia, desde que o consumidor haja notificado a administradora do cartão com antecedência de pelo menos 10 (dez) dias contados da data de vencimento da fatura, vedada a manutenção do valor na fatura seguinte e assegurado ao consumidor o direito de deduzir do total da fatura o valor em disputa e efetuar o pagamento da parte não contestada” (inciso I); (ii) “impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou similar, que o consumidor peça e obtenha, quando aplicável, a anulação ou o imediato bloqueio do pagamento, ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos” (inciso III).

c) (3º eixo) Regulação da coligação contratual entre contrato de financiamento e contrato de compra e venda/prestação de serviço. Extensão da aplicabilidade dessa regulação ao cartão de crédito

Há coligação ou conexão contratual quando as partes se valem de mais de um contrato para realizar uma única operação econômica. Coordenando os contratos, as partes obtêm resultado econômico que não poderia ser alcançado por meio de um contrato apenas⁴⁸.

Em que pesem estruturalmente distintos, os contratos coligados estão vinculados, justamente porque concebidos para realizar uma única operação econômica, o que acarreta potenciais consequências nos planos da validade e da eficácia (por meio da “propagação de vícios” entre os contratos, da possibilidade de oposição de exceção de contrato não cumprido pelo inadimplemento de deveres de contratos distintos, da necessidade de avaliar-se globalmente eventuais desequilíbrios para fins de lesão ou onerosidade excessiva, apenas para citar alguns dos efeitos possíveis)⁴⁹.

Dentre as coligações contratuais, o mútuo para consumo constitui sem dúvida o tipo mais frequente e relevante na sociedade contemporânea - uma sociedade na qual o

47 Note-se que o art. 54-G, ao enunciar novas práticas abusivas relacionadas especificamente ao mercado de crédito, faz alusão expressa ao art. 39 do CDC: “Sem prejuízo do disposto no art. 39 deste Código (...), é vedado ao fornecedor de produto ou serviço que envolva crédito (...)”.

Vale lembrar que a expressão “práticas abusivas”, no contexto do CDC, remete a um conjunto de condutas, reunidas especialmente (mas não exclusivamente) no art. 39, unificadas pela ideia de “abuso de direito” ou de “abuso de posição dominante”, por parte do fornecedor. São, no geral, condutas que, em violação à boa-fé objetiva ou ao fim econômico-social da relação, e manifestado um exercício opressivo da posição de dominância do fornecedor, visam impor ao consumidor condições negociais desfavoráveis.

O art. 39, com exceção da hipótese de seu inciso III (envio de produto ou serviço sem solicitação prévia), não traz, de forma expressa, as consequências jurídicas das práticas abusivas (assim como também não o faz o novo art. 54-G). Porém, isso pouco empecilho traz. Afinal, sendo proibida por lei a prática, ela é tida como ilícita. Sendo ilícita, todas as respostas tradicionais ao ilícito são aplicáveis. Nesse sentido, se o consumidor sofrer dano, haverá dever de indenizar. Se houver cobrança indevida, como será comumente o caso das hipóteses do art. 54-G, I e III, haverá nulidade da cobrança e, já tendo ocorrido o dispêndio, dever de restituir. Mas, também, sendo ilícitas as práticas, têm os órgãos administrativos o poder-dever de agir para impor sanções administrativas e coibir a reiteração da conduta (o chamado “poder de polícia de consumo”). Essas sanções administrativas são especialmente as trazidas pelo art. 56 do Código: multas, suspensão do fornecimento dos serviços, suspensão da atividade etc.

48 GALGANO, Francesco. Il Collegamento Contrattuale. In: VISINTINI, Giovanna (Coord.). Dieci Lezioni di Diritto Civile. Milano: Giuffrè, 2001, p. 180; LENER, Giorgio. Profili del collegamento negoziale. Milano: Giuffrè, 1999, p. 179; FERRANDO, Gilda. I contratti collegati: principi della tradizione e tendenze innovative. Contratto e impresa, 2000, v. 16, n. 1, p. 129-30.

49 LEONARDO, Rodrigo Xavier. Os Contratos coligados, os contratos conexos e as redes contratuais. In: CARVALHOSA, Modesto (coord.). Tratado de Direito Empresarial - v. IV - Contratos Mercantis. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2. Ed. 2018, p. 491; MARINO, Franciso Paulo de Crescenzo. Contratos coligados no Direito brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 99.

ato de consumir depende cada vez mais da concessão de crédito.

Nesta operação unitária (mútuo para consumo), tem-se um contrato de mútuo e um contrato de fornecimento de produtos ou serviços, coligados entre si. O dinheiro é emprestado ao consumidor para que este o empregue na aquisição de um bem ou serviço determinado. A operação envolve, assim, pelo menos três sujeitos: a instituição financeira, o vendedor/prestador de serviço e o consumidor (note-se que as partes não coincidem plenamente nos dois contratos, o que não impede a coligação). O consumidor é o vértice da operação, a parte presente em ambos os contratos.

O novo art. 54-F do CDC, introduzido pela Lei no 14.181/2021 (“Lei do Superendividamento”), carrega os méritos de constituir, no Direito brasileiro, não só a primeira menção legislativa expressa aos termos “contratos coligados” e “contratos conexos”, como também a primeira tentativa de regulamentar o mútuo para consumo:

Art. 54-F. São conexos, coligados ou interdependentes, entre outros, o contrato principal de fornecimento de produto ou serviço e os contratos acessórios de crédito que lhe garantam o financiamento quando o fornecedor de crédito:

I - recorrer aos serviços do fornecedor de produto ou serviço para a preparação ou a conclusão do contrato de crédito;

II - oferecer o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor de produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal for celebrado.

§ 1º O exercício do direito de arrependimento nas hipóteses previstas neste Código, no contrato principal ou no contrato de crédito, implica a resolução de pleno direito do contrato que lhe seja conexo.

§ 2º Nos casos dos incisos I e II do caput deste artigo, se houver inexecução de qualquer das obrigações e deveres do fornecedor de produto ou serviço, o consumidor poderá requerer a rescisão do contrato não cumprido contra o fornecedor do crédito.

§ 3º O direito previsto no § 2º deste artigo caberá igualmente ao consumidor:

I - contra o portador de cheque pós-datado emitido para aquisição de produto ou serviço a prazo;

II - contra o administrador ou o emitente de cartão de crédito ou similar quando o cartão de crédito ou similar e o produto ou serviço forem fornecidos pelo mesmo fornecedor ou por entidades pertencentes a um mesmo grupo econômico.

§ 4º A invalidade ou a ineficácia do contrato principal implicará, de pleno direito, a do contrato de crédito que lhe seja conexo, nos termos do caput deste artigo, ressalvado ao fornecedor do crédito o direito de obter do fornecedor do produto ou serviço a devolução dos valores entregues, inclusive relativamente a tributos.

O artigo acima transcrito cuidou, como se percebe, de três aspectos práticos da conexão contratual do tipo mútuo para consumo: (i) “propagação” de vícios (invalidade e ineficácia) do contrato de compra e venda ou prestação de serviços para o contrato de

crédito (§4º); (ii) extensão do arrependimento formalizado em um dos contratos integrantes da coligação ao outro (§1º); (iii) oponibilidade do inadimplemento do vendedor ou prestador de serviço ao fornecedor de crédito (§2º).

No que concerne ao cartão de crédito, especificamente, impende analisar de perto o §3º, II, desse artigo, o qual dispõe que a prerrogativa estabelecida em favor do consumidor no §2º - opor ao mutuante a inexecução dos deveres do fornecedor do produto ou do serviço - estende-se, por equiparação, “contra o administrador ou o emitente de cartão de crédito ou similar quando o cartão de crédito ou similar e o produto ou serviço forem fornecidos pelo mesmo fornecedor ou por entidades pertencentes a um mesmo grupo econômico.”

Os contratos de cartão de crédito, em geral, trazem cláusulas que buscam afastar essa oponibilidade. A cláusula 4.6 do contrato padrão de cartão de crédito do Banco do Brasil, por exemplo, prescreve que o emitente não se responsabiliza pela quantidade ou qualidade dos bens adquiridos ou serviços prestados⁵⁰. Em semelhante sentido, a cláusula 5.2 do contrato de cartão de crédito do Banco Santander é ainda mais expressa, ao estatuir que a administradora “não responde pelo preço, quantidade, qualidade do bem ou serviço que você adquirir, (...) ou por eventual desacordo comercial entre você e o estabelecimento”⁵¹.

Tais disposições são válidas? A resposta dependerá da interpretação que venha a ser conferida ao art. 54-F, §3º, II, do CDC, acima transcrito, que certamente será objeto de elevada controvérsia.

Note-se, primeiramente, que a norma menciona apenas a responsabilidade da administradora ou emissora do cartão (em geral uma instituição financeira responsável pela análise de crédito, liberação de limite e cobrança do cliente), sem incluir outros importantes agentes dessa cadeia de fornecimento (em especial a bandeira de cartão de crédito e a credenciadora).

A partir do momento em que tal preceito fixa ser oponível à administradora do cartão de crédito o inadimplemento do fornecedor do produto ou do serviço “quando o cartão de crédito [...] e o produto ou serviço forem fornecidos pelo mesmo fornecedor ou por entidades pertencentes a um mesmo grupo econômico”, ele enseja a legítima interpretação, a *contrario sensu*, de que, fora dessa hipótese muito particular (utilização dos cartões *private label* nas respectivas lojas do grupo econômico)⁵², o inadimplemento do vendedor/prestador de serviço não pode ser oposto à administradora do cartão de crédito.

50 BANCO DO BRASIL. Disponível em: https://www.bb.com.br/docs/pub/siteEsp/dicar/dwn/ContratoCartoes.pdf?pk_vid=77c9540df926d2291667508539012ac8. Acesso em 15 jan. 2025.

51 BANCO SANTANDER. Disponível em: https://cms.santander.com.br/sites/WPS/documentos/arq-contrato-de-cartao-de-credito-pf/23-11-14_182125_contrato-de-cartao-de-credito-pf-09-11-23.pdf. Acesso em 15 jan. 2025.

52 Os cartões *private label*, também chamados “cartões de loja”, são emitidos por grandes varejistas com o intuito de ofertar condições especiais aos clientes e, assim, fidelizá-los (v.g., Cartão Carrefour, Cartão Riachuelo, Cartão Renner).

Na sistemática dos cartões *private label*, o fornecedor tem duplo vínculo com o consumidor: tanto na relação de crédito, quanto na relação de fornecimento de bens e serviços. Por isso mesmo o legislador fez questão de firmar, de modo expresse, a oponibilidade das exceções nessa hipótese, pois muito forte a ligação entre os contratos.

O cartão *private label* pode ser puro - exclusivo para compras no fornecedor que o emitiu - ou híbrido, admitindo utilização em outros estabelecimentos que não o emitente, o que exigirá parcerias entre a varejista e instituições financeiras e bandeiras, gerando o chamado cartão co-branded (v.g., Cartão Latam Pass Itaú, Cartão Smiles Santander, Cartão Petrobrás Banco do Brasil).

Nesse sentido: LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. Op. cit., p. 37-38; FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Op. cit., p. 11; NERILO, Lúciola F. L. Op. cit., p. 208-210.

Afinal, se o legislador se deu ao trabalho de dispor que nessa hipótese específica, em que existe uma vinculação muito estreita entre administradora de cartão de crédito e lojista, o inadimplemento deste pode ser oposto à administradora do cartão, é porque, nas outras situações (em que a parceria é mais sutil, limitando-se à admissão pelo lojista daquele meio de pagamento), não haveria tal oponibilidade. Trata-se do velho princípio de hermenêutica conforme o qual a lei não contém palavras inúteis.

Uma interpretação histórica pode ser trazida, ainda, em defesa dessa tese. Com efeito, o §3º, II, do art. 54-F, na versão original do PLS nº 283/2012, elaborada pela Comissão de Juristas, tinha, nesse ponto, redação bem mais ampla quanto à responsabilidade dos emitentes, dispondo que a oponibilidade prevista no §2º do art. 54-F caberia igualmente ao consumidor “II - contra o administrador ou emitente de cartão de crédito ou similar, salvo na hipótese em que tenha sido utilizado exclusivamente como meio de pagamento à vista.” Perceba-se a ausência da restrição aos cartões do tipo *private label*, com a só exigência de que o instrumento não fosse utilizado como meio de pagamento à vista. Ora, se o legislador propositalmente alterou a versão original do projeto de lei é porque tinha a efetiva intenção de adotar orientação mais restritiva para a oponibilidade das exceções do contrato de compra e venda ou de prestação de serviços aos integrantes do sistema de cartão de crédito.

Para além disso, pode-se argumentar, em favor dessa tese, que o uso do cartão de crédito não enseja, apenas pelo fato de tal meio de pagamento ser aceito pelo estabelecimento e estar credenciado⁵³, uma coligação contratual entre o contrato que disponibiliza o crédito (mantido entre o titular do cartão e seu emissor) e o contrato de aquisição de bens ou serviços, pois o crédito é concedido genericamente ao titular do cartão, em caráter rotativo, sem vinculação com qualquer contrato específico de compra e venda ou de prestação de serviço. A doutrina alemã, em peso, posiciona-se nesse sentido⁵⁴.

Observe-se que o art. 54-F, *caput*, incisos I e II, define a coligação contratual entre o fornecedor de crédito e o fornecedor de produtos ou serviços, a partir de elementos que denotam uma atuação concertada, uma parceria, entre os agentes, citando, em caráter exemplificativo, a circunstância de se “recorrer aos serviços do fornecedor de produto ou serviço para a preparação ou a conclusão do contrato de crédito” (inciso I) ou de se “oferecer o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor de produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal for celebrado” (inciso II).

Apenas na circunstância de se tratar de cartão *private label* essa parceria mais próxima entre os agentes se constituiria, o que justificaria a distinção trazida no §3º, II.

Eduardo Salomão Neto sustenta, para chegar ao mesmo resultado, porém sob outra perspectiva, que o emitente do cartão não se enquadra de forma alguma, quer direta, quer indiretamente, como integrante da cadeia de fornecimento do produto ou serviço adquirido com o uso do cartão, por constituir o cartão apenas um meio de pagamento, de modo que nenhuma responsabilidade pode ter o emitente (e os demais agentes do sistema de cartão de crédito) por desentendimentos comerciais entre o consumidor e o lojista. Entender o contrário, afirma, “seria tão absurdo quanto considerar

53 Atividades que, em regra, sequer são realizadas diretamente pela administradora ou emitente do cartão (em geral uma instituição financeira), mas, sim, pela bandeira (v.g., Visa, Mastercard) ou pela adquirente/credenciadora (v.g., Cielo, Rede, Stone).

54 Para maiores informações, ver: MORAIS, Fernando Gravato. União de contratos de crédito e de venda para o consumo. Coimbra: Almedina, 2004, p. 437.

responsável a Casa da Moeda do Brasil por produto ou serviço defeituoso que tivessem sido adquiridos contra pagamento em moeda corrente lá impressa”⁵⁵.

Daí porque, defendem os adeptos dessa corrente, fora das situações em que o próprio contrato de cartão de crédito admite o cancelamento da compra por comunicação do consumidor do inadimplemento do vendedor ou prestador de serviço, a ser realizada dentro do prazo estabelecido no contrato (circunstância na qual se efetivaria o chamado “chargeback”), bem como fora da exceção do art. 54-F, §3º, II, do CDC (cartão private label), o inadimplemento do vendedor ou prestador de serviço não poderia ser oposto à administradora do cartão de crédito (e, quanto menos, perante a bandeira ou credenciadora).

Todavia, não era esse o entendimento majoritário da jurisprudência antes mesmo da Lei no 14.181, de 1º de julho de 2021. Com efeito, os tribunais já entendiam, antes da alteração legislativa (e aparentemente continuaram a pensar dessa forma, mesmo com a dicção restritiva do art. 54-F, §3º, II, do CDC), haver solidariedade entre a administradora de cartão de crédito e o vendedor ou prestador de serviço pela restituição de valores ou por danos derivados do inadimplemento do último. O fundamento seria justamente a existência de parceria comercial entre eles, configurada a partir da aceitação da bandeira de cartão de crédito por aquele estabelecimento, o que de um lado potencializa os negócios do vendedor ou prestador de serviço, de outro gera pagamentos em favor do emitente a cada vez em que o cartão é utilizado (além da possível cobrança de juros, em caso de inadimplemento das faturas pelo consumidor). Essa parceria tornaria a administradora do cartão de crédito parte da cadeia de fornecimento e, portanto, responsável solidária pela não entrega do produto ou não prestação do serviço, pelo incumprimento imperfeito, pelos danos derivados do inadimplemento etc⁵⁶.

E mais: tal responsabilidade, por configurar-se uma cadeia de fornecimento, estender-se-ia aos demais agentes da operação (bandeira e credenciadora/adquirente), em que pese o mútuo ser praticado apenas pela instituição financeira (isto é, pela administradora)⁵⁷.

55 SALOMÃO NETO, Eduardo. Op. cit., p. 429-430.

56 Nessa linha, por exemplo, antes e depois da alteração legislativa: TJSP, Apelação Cível 1057185-70.2023.8.26.0002, relator (a): Luís H. B. Franzé, 17ª Câmara de Direito Privado, j. em 19/06/2024; TJSP, Apelação Cível 1003392-63.2021.8.26.0011, relator (a): Luis Roberto Reuter Torro, 27ª Câmara de Direito Privado, j. em 27/07/2023; TJSP, Apelação Cível 1000926-34.2020.8.26.0625, relator (a): Mary Grün, 32ª Câmara de Direito Privado, j. em 28/03/2022; TJSP, Apelação Cível 1002364-15.2021.8.26.0123, relator (a): Vianna Cotrim, 26ª Câmara de Direito Privado, j. em 26/06/2022; TJSP, Apelação Cível 1003525-46.2019.8.26.0506, relator (a): Roberto Maia, 20ª Câmara de Direito Privado, j. em 29/06/2022; TJSP, Apelação Cível 1013036-18.2019.8.26.0361, relator (a): Fernando Sastre Redondo, 38ª Câmara de Direito Privado, j. em 26/05/2021; TJSP, Apelação Cível 9000411-12.2009.8.26.0506, relator (a): Ailton Pinheiro de Castro, 32ª Câmara de Direito Privado, j. em 30/01/2014; TJSP, Apelação Cível 1006477-29.2019.8.26.0625, relator (a): Salles Vieira, 24ª Câmara de Direito Privado, j. em 31/05/2021. A ementa do último, porque bastante ilustrativa de tal pensamento, merece ser transcrita: “AÇÃO DECLARATÓRIA C.C. INDENIZATÓRIA - CONTRATOS DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E FINANCIAMENTO - BANCO - ILEGITIMIDADE PASSIVA - RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA - I- Sentença de parcial procedência - Apelo do banco réu - II- Autora que contratou pacote de viagem junto à empresa ré, com pagamento do preço de forma parcelada por meio de cartão de crédito administrado pelo banco réu - Envolvendo a lide relação consumerista, discutindo-se o pagamento de pacote turístico adquirido de empresa de viagens com o uso de cartão de crédito administrado pelo banco réu, há solidariedade perante a consumidora (autora), de modo que o administrador, que emite as faturas de cobrança do valor parcelado do referido pacote, detém legitimidade passiva ad causam - Solidariedade ampla de todos os fornecedores da cadeia - Arts. 7º, parágrafo único, c.c. 25, §1º, do CDC - Reconhecido que o contrato de prestação de serviços e o de financiamento (cartão de crédito) estão atrelados - Contratos coligados - Vício/rescisão no contrato originário que enseja a mesma consequência no contrato decorrente do uso do cartão de crédito, sem prejuízo da via regressiva entre os fornecedores - Reconhecida a responsabilidade solidária do banco réu pelos fatos - Sentença mantida - Sentença proferida e publicada quando já em vigor o NCPC - Honorários advocatícios devidos pelos réus aos patronos da autora majorados, com base no art. 85, §11, do NCPC, para 20% sobre o proveito econômico total final - Apelo improvido. (grifo nosso)”.

57 No sentido exposto, ver:

Em sendo assim, a norma do art. 54-F, §3º, II, do CDC, quando interpretada literalmente (isto é, excluindo a responsabilidade da administradora quando não se tratar de uso de cartão *private label*), implica um retrocesso para o consumidor, frente ao que já admitia a jurisprudência, razão pela qual tende a ser, penso, ignorada.

A doutrina brasileira também sempre se posicionou, nesse ponto, majoritariamente, em favor do consumidor.

Waldírio Bulgarelli, em texto de 1975, já compreendia, de forma absolutamente pioneira, ao manifestar-se contra projeto de lei então em trâmite que excluía expressamente a oponibilidade dos vícios do contrato de aquisição de produtos ou serviços perante o emitente do cartão, ser “muito perigosa, para nosso meio, essa posição que amarra o consumidor, impossibilitando-o de exercer plenamente seu direito de reclamação e de defesa”⁵⁸. Para o autor, era injustificável a tentativa do projeto de lei de afastar a aludida oponibilidade quando esta, em verdade, não passaria de uma decorrência natural da própria teoria dos contratos coligados. Segundo, porque o regime que se buscava implantar para o cartão de crédito era, alegava o autor, bem mais prejudicial ao comprador ou tomador de serviço do que o vigente, por exemplo, em matéria de duplicatas mercantis, campo em que a lei permitia ao comprador ou tomador recusar o aceite em caso, por exemplo, de avaria, não recebimento, vícios, defeitos, diferenças de quantidade ou qualidade nos produtos ou serviços adquiridos⁵⁹.

Da mesma forma, Cláudia Lima Marques, antes da discussão instaurada pela nova lei, também defendia a oponibilidade das vicissitudes da compra e venda ou prestação de serviços aos fornecedores integrantes do sistema de cartão de crédito, destacando que, no mecanismo desse instituto, o fornecimento de crédito teria conseguido se camuflar no próprio meio de pagamento das obrigações, vulgarizando a obtenção de empréstimos e turbinando o consumo e o mercado de crédito com vantagens para todos os fornecedores envolvidos. Nesse esteio, qualquer cláusula que buscasse isentar os integrantes do sistema de cartão de crédito de responsabilidade, como as mencionadas

“AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO INDENIZATÓRIA. CONTRATO DE CARTÃO DE CRÉDITO. [...] RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DA BANDEIRA DO CARTÃO DE CRÉDITO. ACÓRDÃO RECORRIDO EM CONSONÂNCIA COM O ENTENDIMENTO DESTA CORTE SUPERIOR. [...] 3. A solução adotada pelo acórdão recorrido (no sentido de que a bandeira do cartão de crédito faz parte da cadeia de fornecedores de serviço de crédito e, portanto, responde solidariamente na hipótese de vício no serviço) está em consonância com a jurisprudência desta Corte Superior. [...] (STJ, AgInt no AREsp n. 1.566.560/RJ, relator ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, j. em 17/2/2020)”

“PROCESSUAL CIVIL E CONSUMIDOR. [...] AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO C/C COMPENSAÇÃO POR DANOS MORAIS. VÍCIO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. ‘BANDEIRA’ DO CARTÃO DE CRÉDITO. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. [...] 2. Segundo a orientação jurisprudencial desta Corte Superior, o art. 14 do CDC estabelece regra de responsabilidade solidária entre os fornecedores de uma mesma cadeia de serviços, razão pela qual as “bandeiras”/marcas de cartão de crédito respondem solidariamente com os bancos e as administradoras de cartão de crédito pelos danos decorrentes da má prestação de serviços.” [...] (STJ, AgRg no AREsp n. 596.237/SP, relator ministro Marco Aurélio Bellizze, Terceira Turma, j. em 3/2/2015)

Ainda com relação às bandeiras, ver o seguinte julgado do E. TJSP, a afirmar também a responsabilidade solidária com os demais fornecedores do sistema de cartão de crédito: TJSP, Apelação Cível 1038128-97.2022.8.26.0100, relator (a): Álvaro Torres Júnior, órgão julgador: 20ª Câmara de Direito Privado; j. em 18/03/2024.

Se tal responsabilidade é afirmada quanto à bandeira, que, como visto em item anterior, não mantém qualquer relação contratual direta com o consumidor, com mais razão ainda deve ser reconhecida para a credenciadora. Vale lembrar que a credenciadora é responsável por selecionar os estabelecimentos que serão aceitos como parceiros. Se elege mal tais parceiros de negócio - que serão os responsáveis pelos vícios nos produtos e serviços, pela mora no cumprimento das obrigações etc. - é justo, sustenta Lucíola F. L. Nerilo, que responda também perante o consumidor, que acreditou na organização do serviço. Além disso, prossegue a autora, “o movimento de créditos e débitos entre as duas empresas (credenciadora e estabelecimento) ocorre como uma conta corrente e permite à credenciadora indenizar o consumidor lesado, ressarcindo-se, posteriormente com a retenção de outros valores que seriam devidos ao estabelecimento.” (Op. cit., p. 214).

58 BULGARELLI, Waldírio. A regulamentação dos cartões de crédito. Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro. n. 19, 1975, p. 56.

59 *Ibidem*, p. 54-56.

acima, encontradas por amostragem em cartões de crédito brasileiros⁶⁰, padeceria de nulidade de pleno direito (artigos 25 e 51, I, ambos do CDC)⁶¹.

Outro argumento em favor deste entendimento é a viabilidade de os empresários envolvidos (emitente, credenciadora e lojista) promoverem acordos entre si, após solucionarem o problema do consumidor (mediante resolução da compra e venda e cancelamento do débito de cartão de crédito). Com efeito, nada impede que, por arranjos contratuais interempresariais, sejam construídos mecanismos, por exemplo, de compensação dos prejuízos sofridos pelo emitente, em virtude de cancelamentos operados em decorrência de vícios e outros descumprimentos contratuais do vendedor ou prestador de serviço, com futuros pagamentos a estes devidos, recaindo o ônus, em última análise, com o agente que causou efetivamente o imbróglio.

Observe-se, em arremate, que, em outros países, como Itália⁶², Portugal⁶³ e Reino Unido⁶⁴, esta visão mais favorável ao consumidor tem prevalecido.

Conclusão

O cartão de crédito constitui uma estrutura contratual sofisticada, que conecta múltiplos agentes (bandeiras, emissoras, credenciadoras, lojistas e consumidores) e que tem a peculiar característica de conjugar, no mesmo instrumento, um arranjo de pagamento e uma forma de concessão de crédito rotativo, pré-aprovado.

Nascido do mercado e sofrendo constantemente seus influxos, o cartão de crédito sempre constituiu, aos olhos do Direito, um arranjo contratual “rebelde”, sem regulamentação legislativa específica na maioria dos países, inclusive no Brasil.

Essa natureza dúplice - meio de pagamento e instrumento de crédito - alimenta um contínuo debate acerca dos efeitos jurídicos desse arranjo contratual. A questão tratada no último ponto do trabalho, acerca da possibilidade de o consumidor pleitear o cancelamento do débito no cartão de crédito em decorrência do inadimplemento do vendedor ou prestador de serviço, constitui bom exemplo dessa dualidade: se encaramos o cartão de crédito preponderantemente como meio de pagamento, essa projeção de efeitos da resolução da compra e venda ou da prestação de serviços para a relação com a administradora do cartão de crédito faz pouco sentido (da mesma forma como sequer se cogita de efeito semelhante no uso do cartão de débito, simples meio de pagamento);

60 Vide notas 50 e 51.

61 MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor - O novo regime das relações contratuais. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019, p. 439-440.

Gérson Luiz Carlos, em livro de 1999, também taxava de nulas as cláusulas de inoponibilidade inseridas nos contratos de cartão de crédito, visto que, indiretamente, excluíam responsabilidade que era insita à relação, infringindo, assim, o art. 51, I, do CDC. (O Sistema contratual do cartão de crédito. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 1999, p. 156).

62 Ver, nesse sentido: FERRANDO, Gilda. Credito al Consumo: Operazione Economica Unitaria e Pluralità di Contratti. Rivista del Diritto Commerciale e del Diritto Generale delle Obligazioni, n. 9-10, 1991, p. 647-648.

63 MORAIS, Fernando Gravato. Op. cit., p. 438-439.

64 Nesse sentido, afirma E. P. Ellinger, acerca do Direito inglês: “Nas transações com cartão de crédito, existe uma conexão entre o acordo do emissor e titular e a aquisição de bens e serviços do comerciante ou fornecedor. Isso decorre do fato de que o titular só pode usar seus cartões quando o emissor celebra contratos com os ‘comerciantes designados’, que exibem a marca do emissor. A transação é, portanto, um acordo ‘devedor-credor-fornecedor’. Consequentemente, se o titular (devedor) tiver uma reivindicação baseada em violação de contrato contra o comerciante (fornecedor), ele terá ‘uma reivindicação semelhante’ contra o emissor (credor). Essas duas partes podem ser processadas pelo titular conjunta e solidariamente, embora o comerciante deva indenizar o emissor.” (ELLINGER E. P.; LOMNICKA, Eva; HOOLEY, Richard. *Ellinger's Modern Banking Law*. 4th ed. Oxford: Oxford University Press, 2006, p. 497-498).

mas se pusermos as luzes, de outro lado, na faceta de crédito da operação, uma coligação de contratos pode ser vislumbrada (entre mútuo e compra e venda ou prestação de serviços) e, então, a projeção de efeitos de um contrato a outro passa a fazer mais sentido juridicamente.

Dificuldades jurídicas à parte, o que não se pode negar é o sucesso comercial desse modelo de negócios e sua eficiência em alocar funções e riscos entre os vários agentes econômicos envolvidos. Para o consumidor, o cartão de crédito representa segurança, comodidade na realização de transações à distância e, principalmente, a possibilidade de postergar o pagamento para momento posterior à fruição do bem ou serviço adquirido. Para os lojistas, significa eliminação do risco de inadimplência e ampliação de sua base de clientes. Para as instituições financeiras, representa fonte de receitas diretas (anuidades, juros e comissões) e indiretas (fidelização de clientes, oportunidade de *cross-selling*, celebração de contrato com os lojistas para antecipação dos recebíveis etc.).

Entretanto, esse mesmo instrumento pode transformar-se, como visto, em catalisador de quadros de superendividamento, um fenômeno que se explica por diversos fatores psicológicos e estruturais. Quanto aos primeiros, o mecanismo do cartão de crédito apresenta peculiaridades cognitivas que comprometem o autocontrole financeiro do consumidor: [i] separação temporal entre o prazer imediato da compra e a “dor” posterior do pagamento; [ii] forma peculiar de transacionar com o cartão - que separa, em três momentos distintos, a contratação do crédito rotativo, o ato de consumo e o pagamento da fatura -, criando uma barreira psicológica que impede os consumidores de associarem o uso do cartão com o ato de contrair um empréstimo (“dessensibilização ao endividamento”); [iii] tendência dos consumidores de gastar significativamente mais quando usam cartão de crédito em comparação com outros meios de pagamento; [iv] “viés do esquecimento”, que se traduz na tendência do consumidor de esquecer informações desconfortáveis, como parcelamentos que continuarão a “cair” na fatura por longos períodos, débitos de serviços programados para incidir no cartão de crédito todos os meses (v.g., *streaming*, assinaturas de revistas, antivírus, aplicativos de IA); [v] programas de recompensas (milhas, *cashback* e outros benefícios), que incentivam a opção pelo cartão como meio de pagamento preferencial e geram a ilusão de que o ato de consumir produz um resultado positivo para o consumidor. Quanto aos fatores estruturais que agravam essa associação entre cartão de crédito e superendividamento, especialmente no mercado brasileiro, convém lembrar: [i] o acesso fácil ao cartão de crédito, que não exige garantias e é extremamente atrativo para as instituições financeiras, torna esse instrumento, para muitos consumidores já endividados, a única alternativa disponível de obtenção de crédito, funcionando como uma última “cartada” antes da insolvência total; [ii] seu mecanismo desburocratizado de crédito rotativo pré-aprovado também incentiva o uso desse meio de pagamento como modalidade de financiamento emergencial de curto prazo, especialmente em contextos de despesas extraordinárias (como doenças na família) ou de queda abrupta de renda (como desemprego); [iii] inexistência de limite legal para a cobrança de juros remuneratórios; [iv] nível de desinformação de parcela significativa dos consumidores brasileiros, que, sem conhecimentos básicos de educação financeira, não consegue manejar o instrumento de forma eficiente e tomar providências adequadas quando a dívida começa a crescer (v.g., portabilidade do débito, contratação de outro empréstimo mais barato para quitar o cartão de crédito).

Ciente dessa realidade, o legislador brasileiro promulgou a Lei nº 14.181/2021, visando à prevenção e tratamento do superendividamento, com objetivos que se desdobram em torno de três eixos fundamentais, todos eles com reflexos na relação de cartão de crédito: **(1º eixo)** estabelecimento de procedimentos conciliatórios e judiciais para tratamento do consumidor superendividado (que abrangerão, se houver, os débitos derivados do cartão de crédito); **(2º eixo)** fortalecimento dos deveres de informação do consumidor e imposição de posturas mais éticas e responsáveis na concessão de crédito por parte das instituições financeiras; e, por fim, **(3º eixo)** a regulação da conexão contratual entre contratos de financiamento e de aquisição de bens ou serviços.

Neste último eixo, emerge, como exposto, controvérsia significativa sobre a interpretação do art. 54-F, §3º, II, do CDC, que trata da oponibilidade das exceções do contrato de compra e venda ou de prestação de serviços perante as emissoras de cartão de crédito. Dois entendimentos podem ser de antemão vislumbrados. O primeiro, mais restritivo e apoiado na literalidade do dispositivo, restringe essa oponibilidade aos cartões *private label*. O segundo, amparado na jurisprudência consolidada antes da Lei nº 14.181/2021, no sentido da oponibilidade ampla das exceções perante as emissoras, como decorrência da existência de parceria contínua com os lojistas, em um arranjo econômico benéfico para todos os fornecedores envolvidos, a constituir verdadeira rede de contratos.

Embora o texto legal aparentemente tenha optado pela primeira interpretação, a jurisprudência brasileira inclina-se para manter seu entendimento anterior, mais favorável ao consumidor.

Referências bibliográficas

ABECS. *Monitor ABECS 2025*. Disponível em: <https://www.abecs.org.br/graficos/monitor-abecs-grafico>. Acesso em 20 jan. 2025.

ABECS. *Balanço do setor de meios eletrônicos de pagamento - resultados 2024*. Disponível em: https://abecs.org.br/storage/sector_balances/20/01JN1RPCQ6NGJWGBG1SNTQKRZ9.pdf. Acesso em: 10 fev. 2025.

AGÊNCIA BRASIL. *Endividamento atinge 78,3% das famílias brasileiras, diz CNC*. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-05/endividamento-atinge-783-das-familiasbrasileiras-diz-cnc>. Acesso em 20 fev. 2025.

ASCARELLI, Tullio. *Teoria geral dos títulos de crédito*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1969.

ASSIS, Nair. Estrutura jurídica e operacional do cartão de crédito - integrantes do sistema de cartão de crédito: bandeiras, emissores, credenciadoras de estabelecimentos, processadoras e portadores de cartão. In: *Anais do seminário Sistema jurídico e operacional dos cartões de crédito*. Búzios/RJ. 2005, p. 27-38.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. *O brasileiro e sua relação com o dinheiro*. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/content/cedulasemoedas/pesquisabrasileirodinheiro/Apresentacao_brasileiro_relacao_dinheiro_2024.pdf. Acesso em 2 mar. 2025.

BULGARELLI, Waldirio. A regulamentação dos cartões de crédito. *Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro*. n. 19, 1975, p. 47-59.

CARLOS, Gérson Luiz. *O sistema contratual do cartão de crédito*. Rio de Janeiro: Lumen

Juris, 1999.

CHIARA, José Tadeu de. Cartão de crédito: estrutura negocial - particularidades. *Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais*. Ano 18, v. 69, jul.-set. 2015, p. 211-231.

DAIUTO, Reynaldo Ribeiro. Compra e venda com pagamento do preço através de cartão de crédito: operação à vista ou a prazo? In: FACHIN, Luiz E.; TEPEDINO, Gustavo (org.). *Doutrinas Essenciais - Obrigações e Contratos*, v. V. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 258-269.

DICKERSON, Mechele. O superendividamento do consumidor: uma perspectiva a partir dos EUA no ano de 2007. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 80, out.-dez./ 2011, p. 153-191.

ELLINGER E. P.; LOMNICKA, Eva; HOOLEY, Richard. *Ellinger's Modern Banking Law*. 4th ed. Oxford: Oxford University Press, 2006.

FERRANDO, Gilda. Credito al consumo: operazione economica unitaria e pluralità di contratti. *Rivista del Diritto Commerciale e del Diritto Generale delle Obbligazioni*, n. 9-10, 1991, p. 591-648.

FERRANDO, Gilda. I Contratti collegati: principi della tradizione e tendenze innovative. *Contratto e impresa*, 2000, v. 16, n. 1, p. 127-141.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Núcleo de Estudos Avançados de Regulação do Sistema Financeiro Nacional (NEASF). *Comentários à Lei nº 14.181, de 01/07/2021, sob a perspectiva do mercado de cartões de crédito*. Policy Paper Series 01/2021. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2021.

GALGANO, Francesco. Il collegamento contrattuale. In: VISINTINI, Giovanna (Coord.). *Dieci lezioni di diritto civile*. Milano: Giuffrè, 2001, p. 179-203.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. *A cada dez brasileiros, oito estão endividados, mostra pesquisa*. Disponível em: <<https://ilocomotiva.com.br/clipping/a-cada-dez-brasileiros-oito-estao-endividados-mostra-pesquisa/>>. Acesso em 23 fev. 2025.

LENER, Giorgio. *Profili del collegamento negoziale*. Milano: Giuffrè, 1999.

LEONARDO, Rodrigo Xavier. Os contratos coligados, os contratos conexos e as redes contratuais. In: CARVALHOSA, Modesto (coord.). *Tratado de Direito Empresarial - v. IV - Contratos Mercantis*. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2. ed. 2018, p. 491-528.

LIMA, Clarissa Costa de. O cartão de crédito e o risco de superendividamento: uma análise da recente regulamentação da indústria de cartão de crédito no Brasil e nos Estados Unidos. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 81, ano 21, jan.-mar. 2012, p. 239-259.

LIMA Jr., João Manoel de [et al.]. *Repercussões jurídicas e econômicas do mercado de cartões de crédito*. Rio de Janeiro: FGV Direito Rio, 2021.

MARINO, Franciso Paulo De Crescenzo. *Contratos coligados no Direito brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor - o novo regime das relações contratuais*. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MARTIN, Nathalie; SWEET, Ocean Tama y. Mind Games: Rethinking BAPCPA's Debtor Education Provisions. *Southern Illinois University School of Law*, v. 31, 2007, p. 527-545.

MARTINS, Fran. *Cartões de crédito: natureza jurídica*. Rio de Janeiro: Forense, 1976.

MARTINS-COSTA, Judith; HAICAL, Gustavo. Sistema de Pagamentos Brasileiro. "Arranjo

de Pagamento”. Cartão de crédito. Relação entre a credenciadora do cartão e o lojista. Operação de antecipação pela credenciadora. Finalidade contratual. Promessa de cessão. Eficácia translativa. Negócio jurídico de disposição. Eficácia perante terceiros em operações de recebíveis. *Revista dos Tribunais*, v. 1062, ano 113, 2024, p. 269-308.

NERILO, Lucíola F. L. A responsabilidade civil das credenciadoras e administradoras de cartão de crédito pelo descumprimento do contrato eletrônico por sites fraudulentos. *Revista de Direito do Consumidor*. v. 117. 2018. p. 201-224.

SENADO FEDERAL. *Relatório Final da CPI dos Cartões de Crédito*. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/mnas?codcol=2171&tp=4>. Acesso em: 10 jan. 2025.

SALOMÃO NETO, Eduardo. *Direito Bancário*. 3. ed. São Paulo: Trevisan Editora, 2020. E-book. p.305. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595450516/>. Acesso em: 3 abr. 2025.

SOUZA, Leonam Machado de. Contrato de cartão de crédito: relação entre “estabelecimento” e credenciadora. *Revista da EMERJ*. v. 16. n. 62. abr.-set. 2013, p. 165-200.