



SUPERENDIVIDAMENTO (ASPECTOS MATERIAIS)

1. NOVOS PRINCÍPIOS DA PNRC (art. 4º)

II JORNADA DE PESQUISA CDEA - Enunciado 1. A Lei 14.181/21 é de ordem pública e de interesse social, e reconhece que o fenômeno do superendividamento do consumidor pessoa natural é estrutural da sociedade de crédito e consumo, constituindo grave risco sistêmico e de exclusão social, que deve ser prevenido e tratado através do princípio da boa-fé e práticas de crédito responsável. Autor: Prof. Dr. Fernando Martins, Prof. Dr. Ricardo Sayeg e Profa. Dra. Dr. h.c. Claudia Lima Marques

Jornada da UFRGS e UFRJ: Enunciado 2. A Lei 14.181/21 reforça a dimensão constitucional do dever de proteção do Estado ao consumidor (Art. 5º, XXXII da CF/1988) e o princípio da prevenção e tratamento do superendividamento pressupõe a aplicação ex officio das regras do Código de Defesa do Consumidor em caso de superendividamento do consumidor pessoa natural (Art. 4º, X e Art. 5º, VI do CDC), superando a Súmula 381 do Superior Tribunal de Justiça. Autora: Profa. Dra. Dr. h. c. Claudia Lima Marques

1.1. EDUCAÇÃO FINANCEIRA E AMBIENTAL DOS CONSUMIDORES

1.2. PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO (EXCLUSÃO SOCIAL)

1.2.1. II JORNADA DE PESQUISA CDEA – Enunciado 2. O disposto no art. 4º confere normatividade ao princípio da não exclusão social do consumidor. Autor: Prof. Dr. Fernando Martins

2. NOVOS INSTRUMENTOS DE EXECUÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL

Jornada da UFRGS e UFRJ: Enunciado 17. Com a entrada em vigor da Lei 14.181/21, recomenda-se aos tribunais brasileiros a implementação de Núcleos de Conciliação e Mediação de Conflitos para a conciliação pré-processual (art. 104-A do CDC) das dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, que comprometam o mínimo existencial do consumidor pessoa natural e de boa-fé. Autora: Prof. Dra. Clarissa Costa de Lima

II JORNADA DE PESQUISA CDEA - Enunciado 18. Na matriz curricular dos cursos de preparação de conciliadores e mediadores dos CEJUSCs deve haver capacitação específica, qualificando-os para a conciliação no procedimento do superendividamento (art. 104-A, CDC, com a redação dada pela Lei 14.181/2021), a ser implementada, primariamente, pelo CNJ, inclusive à distância, para atender ao maior número possível de CEJUSCs. Autores: Prof. Me. Ronaldo G. Merighi e Profa. Dra. Clarissa Costa de Lima

2.1. mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento;

2.2. mecanismos de proteção do consumidor pessoa natural;

2.3. Instituição de núcleos de conciliação e mediação.

2.3.1. Recomendação CNJ 125/21

2.3.1.1. Núcleos nos CEJUSC's

2.3.1.1.1. Coordenador

2.3.1.1.1. homologação de acordos

2.3.1.1.1.2. aplicação de sanções (§2º do art. 102-A)

3. DELINEAMENTOS DA FIGURA DO SUPERENDIVIDADO

3.1. CONCEITO (ART. 54-A, §1º)

3.1.1. impossibilidade MANIFESTA de pgto das dívidas de consumo

3.1.1.1. QUALQUER DÍVIDA DE CONSUMO?

3.1.1.1.1. Os contratos do art. 104-A, § 1º não deverão ser considerados para o enquadramento com superendividado?

3.1.1.1.1.1. CRÉDITO COM GARANTIA REAL

3.1.1.1.1.2. FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO

3.1.1.1.1.3. CRÉDITO RURAL

3.1.1.1.2. Dívidas vencidas e vincendas

3.1.1.1.3. operações de crédito

3.1.1.1.4. compras a prazo

3.1.1.1.5. serviços de prestação continuada

3.1.2. boa-fé

3.1.3. S/ comprometimento do mínimo existencial

3.1.4. pessoa natural

3.1.4.1. pessoa jurídica consumidora pode ser ?

3.2. CLASSIFICAÇÃO

3.2.1. ATIVO

3.2.1.1. CONSCIENTE

3.2.1.1.1. “são os que agem de má-fé, ou seja, já com a deliberada intenção de acessar crédito e de não reembolsar o fornecedor no momento do vencimento da dívida.”

3.2.1.2. INCONSCIENTE

3.2.1.2.1. “São pessoas que agem de boa-fé e apenas não conseguem adimplir as despesas seja porque obtiveram acesso ao crédito sem as devidas informações dos encargos contratuais, seja porque tal acesso tenha se dado por irresponsabilidade do fornecedor.”

DE ALMEIDA, Alvimar Virgílio. O fenômeno do superendividamento individual na sociedade de consumo brasileira. Disponível em:

http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/documentacao_e_divulgacao/doc_biblioteca/bibli_servicos_produtos/bibli_boletim/bibli_bol_2006/Cad-Def-Pub-SP_n.16.pdf

3.2.2. PASSIVO

3.2.2.1. é aquele que se endividou por circunstâncias extraordinárias e imprevisíveis (desemprego, morte, doença, redução de salário, fim do matrimônio etc).

3.3. FATORES DE EXCLUSÃO (§3º, art. 54-A)

- 3.3.1. i. Fraude ou má-fé;
- 3.3.2. ii. contratação dolosa p/ não pagamento;
- 3.3.3. iii. Bens e serviços de luxo de alto valor.

4. DIREITOS BÁSICOS (ART. 6º)

II JORNADA DE PESQUISA CDEA - Enunciado 3. Os novos direitos básicos inseridos no art. 6º pela Lei 14.181/21 no Código de Defesa do Consumidor são direitos prevalentes fixando deveres correspondentes aos fornecedores. Autor: Prof. Dr. Fernando Martins

4.1. CRÉDITO RESPONSÁVEL

Ver recomendações da OECD e Diretiva europeia (considerando 3)

4.1.1. AUTORREGULAÇÃO BANCÁRIA

4.1.1.1. SARB 010/2013

4.1.1.1.1. Art. 6º Considera-se contratação de crédito responsável aquela que possibilite verificar a adequação da oferta de crédito realizada ao perfil econômico e à capacidade de pagamento do consumidor contratante, sob avaliação da instituição financeira, com base nas informações declaradas e disponíveis nos bancos de dados públicos e privados de crédito.

4.1.1.2. SARB 023/2020

4.1.1.2.1. Art. 2º. As Instituições Financeiras Signatárias, nos termos do normativo SARB 017/2016, deverão adotar procedimentos, baseados em suas políticas internas, de forma a assegurar que a oferta de produtos e serviços financeiros seja adequada às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores idosos.

4.1.2. ART. 54-D

4.1.2.1. II - avaliar, de forma responsável, as condições de crédito do consumidor, mediante análise das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados;

4.1.3. II JORNADA DE PESQUISA CDEA - Enunciado 6. Os deveres de informação, de esclarecimento, de avaliação da situação financeira do consumidor previstos nos artigos. 52, 54-B, 54-C e 54-D, são a base do crédito responsável junto com os deveres de entrega da cópia do contrato, de verificação da margem consignada, de pesquisa nos bancos de dados, de prestar uma informação leal e útil à compreensão dos riscos e ônus da contratação, sob a pena de incorrer na revisão-sanção do parágrafo único (art. 54-D parágrafo único). Autoras: Prof. Dr. Bruno Miragem, Profa. Dra. Andréia Rangel e Profa. Dra. Dr. h. c. Claudia Lima Marques

4.2. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

4.3. PREVENÇÃO E TRATAMENTO DO SUPERENDIVIDAMENTO

4.3.1. REVISÃO E REPACTUAÇÃO DE DÍVIDAS

4.3.2. OUTRAS MEDIDAS

4.4. MÍNIMO EXISTENCIAL

4.4.1. CONCESSÃO DO CRÉDITO (ENTRADA)

4.4.2. REPACTUAÇÃO DE DÍVIDAS (SAÍDA)

4.5. INFORMAÇÃO (PREÇOS)

5. Critérios: gravidade da conduta x possibilidade \$ do consumidor;

6. PREVENÇÃO DO SUPERENDIVIDAMENTO (art. 54-A / art. 54-G)

6.1. a. EDUCAÇÃO FINANCEIRA;

6.2. b. DEVER DE INFORMAÇÃO QUALIFICADA (art. 54-B, art. 54-D, I, §2º do art. 54-G)

[...]8. **Informação adequada**, nos termos do art. 6º, III, do CDC, é aquela que se apresenta simultaneamente completa, gratuita e útil, vedada, neste último caso, a diluição da comunicação efetivamente relevante pelo uso de informações soltas, redundantes ou destituídas de qualquer serventia para o consumidor.

9. Nas práticas comerciais, instrumento que por excelência viabiliza a circulação de bens de consumo, “*a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores*” (art. 31 do CDC).

10. A **informação deve ser correta** (= verdadeira), **clara** (= de fácil entendimento), **precisa** (= não prolixas ou escassas), **ostensiva** (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa.

11. A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (=riscos do produto ou serviço).

12. A obrigação de informação exige comportamento positivo, pois o CDC rejeita tanto a regra do *caveat emptor* como a subinformação, o que transmuda o silêncio total ou parcial do fornecedor em patologia repreensível, relevante apenas em desfavor do profissional, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão. [...]

15. O CDC estatui uma obrigação geral de informação (= comum, ordinária ou primária), enquanto outras leis, específicas para certos setores (como a Lei 10.674/03), dispõem sobre obrigação especial de informação (= secundária, derivada ou tópica). Esta, por ter um caráter mínimo, não isenta os profissionais de cumprirem aquela.

16. Embora toda advertência seja informação, nem toda informação é advertência. Quem informa nem sempre adverte. [...] 22. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nessa parte, provido. (REsp 586.316/MG, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 17/04/2007, DJe 19/03/2009) g.n.

6.2.1. i. Oferta coletiva e publicidade (§3º, art. 54-B);

6.2.1.1. - custo efetivo total; - o agente financiador; - a soma total a pagar, com e sem financiamento. + ART. 37 CDC

6.2.1.2. AUTORREGULAÇÃO BANCÁRIA

6.2.1.2.1. SARB 10/2013

6.2.1.2.1.1. mensagem de orientação quanto uso responsável do crédito (art. 3º,§2º)

6.2.1.2.1.2. publicidade de aquisição de bens ou serviços (com valor das prestações)

6.2.1.2.1.2.1. respeitar o §3º do art. 3º

6.2.1.2.1.2.1.1. prazo da operação

6.2.1.2.1.2.1.2. CET

6.2.1.2.1.2.1.3. agente financiador

6.2.1.2.1.2.1.4. valor total a ser pago

6.2.1.2.1.2.1.5. taxa efetiva mensal

6.2.1.2.1.2.1.6. taxa efetiva anual

6.2.2. ii. Oferta individual (caput do art. 54-B) e art. 54-D, I);

6.2.2.1. SARB 017/2016

6.2.2.1.1. Art. 3º As Instituições Financeiras Signatárias deverão adotar procedimentos para assegurar que a oferta de produtos e serviços financeiros seja adequada às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores. Parágrafo único. Considera-se “oferta”, para fins desse normativo, a disponibilização de serviços ou produtos para contratação direta ou mediante correspondente no país, através de qualquer canal presencial ou remoto e distinta do material de marketing ou publicidade

6.2.2.1.1.1. I - o CET e a descrição dos elementos que o compõem;

6.2.2.1.1.2. II - a TAXA efetiva mensal de juros, bem como a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento;

6.2.2.1.1.3. III - o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser, no mínimo, de 2 (dois) dias;

6.2.2.1.1.3.1. QUAL A CONSEQUÊNCIA DO DESCUMPRIMENTO?

cdc: 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.

6.2.2.1.1.4. IV - o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor;

6.2.2.1.1.5. V - o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito, nos termos do § 2º do art. 52 deste Código e da regulamentação em vigor.

6.2.2.1.1.5.1. O CONSUMIDOR TEM DIREITO À UMA PLANILHA?

6.2.2.1.1.5.2. SOMENTE CONTRATOS ATUAIS É QUE ESTÃO PROIBIDAS COBRANÇAS PELA LIQUIDAÇÃO?

6.2.2.1.1.5.2.1. Resolução CMN nº 3.516 de 6/12/2007

6.2.2.2. SARB 10/2013

6.2.2.2.1. art. 5º (PRESENCIAL, AUTOATENDIMENTO, TELEFONE E INTERNET)

6.2.2.2.1.1. I – taxas; II - tarifas incidentes; III - eventuais pagamentos a terceiros envolvidos na operação; IV – eventuais seguros; V- impostos; e VI - custo efetivo total – CET.

6.2.3. COMO SERÁ PRESTADA A INFORMAÇÃO PRÉVIA AO CONTRATO?

art. 54-G: [...] **II - recusar ou não entregar ao consumidor, ao garante e aos outros coobrigados cópia da minuta do contrato principal de consumo ou do contrato de crédito, em papel ou outro suporte duradouro, disponível e acessível, e, após a conclusão, cópia do contrato;**

§1º Sem prejuízo do dever de informação e esclarecimento do consumidor e de entrega da minuta do contrato, no empréstimo cuja liquidação seja feita mediante consignação em folha de pagamento, a formalização e a entrega da cópia do contrato ou do instrumento de contratação ocorrerão após o fornecedor do crédito obter da fonte pagadora a indicação sobre a existência de margem consignável.

6.2.3.1. AUTORREGULAÇÃO BANCÁRIA

6.2.3.1.1. SARB 001/2008

6.2.3.1.1.1. Art. 26. A Instituição Financeira Signatária disponibilizará ao consumidor uma minuta de contrato para conhecimento prévio e avaliação.

6.2.3.1.2. SARB 12/2014

6.2.3.1.2.1. ACESSO PRÉVIO AO RESUMO (Art. 2º c/c art. 4º]

6.2.4. iii. Contrato (§1º, art. 54-B)

6.2.4.1. § 1º As informações referidas no art. 52 deste Código e no caput deste artigo devem constar de forma clara e resumida do próprio contrato, da fatura ou de instrumento apartado, de fácil acesso ao consumidor.

6.2.4.2. AUTORREGULAÇÃO BANCÁRIA

6.2.4.2.1. SARB 001/2008

6.2.4.2.1.1. CONTRATAÇÃO FÍSICA (art. 27)

6.2.4.2.1.1.1. no ato da contratação, no mínimo, deve ser entregue um sumário da operação (art. 27)

6.2.4.2.1.2. CONTRATAÇÃO TELEFÔNICA (art. 28)

6.2.4.2.1.2.1. o sumário deverá ser enviado ao consumidor (extrato bancário ou outro meio escolhido pelo consumidor), no prazo de 15 dias

6.3. c. DEVER DE ESCLARECER (art. 54-D, I c/c §1º do art. 54-G)

6.3.1. Autorregulação Bancária

6.3.1.1. SARB 001/2008

6.3.1.1.1. Art. 3º Os princípios que sintetizam os compromissos descritos neste documento são: II - [...]assistir o consumidor na avaliação dos produtos e serviços adequados às suas necessidades e garantir a segurança e a confidencialidade de seus dados pessoais; conceder crédito de forma responsável e incentivar o uso consciente de crédito;

6.3.1.1.2. Art. 19. O dever de informação e esclarecimento é prévio ao contrato da operação e a Instituição Financeira Signatária oferecerá explicações adequadas às necessidades do consumidor, incluindo informações sobre tarifas, juros e impostos, bem como sobre canais de atendimento, respeitadas as características de cada canal. Parágrafo único. A Instituição Financeira Signatária disponibilizará informações sobre eventuais produtos ou serviços alternativos para o consumidor fazer uma escolha consciente e informada.

6.3.1.1.3. Art. 25. Quando o consumidor decidir contratar produtos ou serviços, a Instituição Financeira Signatária explicará os seus direitos e responsabilidades, tais como definidos nos Termos e Condições do contrato. §1º Os Termos e Condições do contrato serão elaborados em linguagem simples que facilite o entendimento do consumidor, com destaque para as cláusulas mais relevantes para a tomada de decisão consciente. §2º A linguagem técnica ou jurídica será utilizada apenas quando necessário, para dar a devida exatidão e segurança ao teor do contrato.

6.3.1.2. SARB 010/2013

6.3.1.2.1. Art. 13. Considera-se orientação prévia de comparabilidade as informações colocadas à disposição dos contratantes, preferencialmente por meio virtual, sobre os produtos de crédito semelhantes oferecidos ao consumidor e os canais de acesso à signatária para solucionar dúvidas e obter esclarecimentos. Parágrafo Único. No ato da contratação, o consumidor que teve acesso às informações de comparabilidade terá esclarecidas suas eventuais dúvidas sobre o produto contratado.

6.3.1.3. SARB 017/2016

6.3.1.3.1. Art. 6º Para assegurar a utilização adequada dos produtos financeiros ofertados ao consumidor, as Instituições Financeiras Signatárias têm o dever de esclarecer seus a tributos, inclusive informações relacionadas aos custos decorrentes da contratação, juros e encargos incidentes, além de forma e efeitos da sua utilização, em observância ao art. 13 do Normativo SARB 010/2013, quando aplicável. Parágrafo único. Os esclarecimentos e informações descritas no caput deverão possibilitar que o consumidor simule as condições efetivas que lhe seriam aplicáveis caso efetivasse a contratação do produto ou serviço ofertado.

6.4. d. Oferta com prazo de validade mínimo de 2 dias (art. 54-B, III)

6.5. e. Prática de crédito responsável;

STJ-Tema Repetitivo 1085: São lícitos os descontos de parcelas de empréstimos bancários comuns em conta-corrente, ainda que utilizada para recebimento de salários, desde que previamente autorizados pelo mutuário e enquanto esta autorização perdurar, não sendo aplicável, por analogia, a limitação prevista no § 1º do art. 1º da Lei n. 10.820/2003, que disciplina os empréstimos consignados em folha de pagamento.

6.6. f. Sancionamento (p. único, art. 54-D)

- 6.6.1. i. Redução dos juros, encargos ou qualquer acréscimo ao principal;
- 6.6.2. ii. Dilação de prazo para pagamento;
- 6.6.3. iii. outras sanções

En el caso de Francia, lo de las sanciones no resulta uniforme. Se debe distinguir varias situaciones.

Primero, la sanción del incumplimiento de los requisitos relativos a la publicidade del crédito: es una multa penal de 1.500 euros per infracción.

Segundo, en caso de incumplimiento del deber de información o de irregularidade de la ficha pre-contractual informativa, [...] consiste en la perdida del derecho a los intereses para el organismo de crédito. Es decir que, en esta figura, el crédito se vuelve gratuito para el consumidor.

Tercero, tratándose del incumplimiento de los deberes de explicación y de evaluación de la solvencia, también la ley francesa prevé la perdida del derecho a los intereses en detrimento del prestamista, pero, esta vez, - importante es el mariz – según una proporción establecida por el juez. No cae de pleno derecho la sanción. (PAISANT, GILLES in MARQUES, Claudia Lima *et al* (org). Direitos do Consumidor Endividado

II: vulnerabilidade e inclusão. São Paulo: RT, 2016, p.415)

6.6.3.1. QUAIS?

7. PRÁTICAS ABUSIVAS (art. 54-G, art. 54-C e art. 54-D)

STJ: [...]

6. O art. 39, caput, do Código de Defesa do Consumidor veda e pune, genericamente, práticas comerciais abusivas de natureza pré-contratual, contratual e pós-contratual. Vários incisos exemplificativos (numerus apertus) desse dispositivo listam, especificamente, tipologia mínima de abusividade ("dentre outras").

Tudo sem prejuízo, primeiro, de modalidades complementares previstas em diversos preceitos normativos no próprio microssistema do CDC e em diplomas correlatos, inclusive penais, de cunho sanitário, de economia popular, de concorrência etc (= diálogo das fontes); e, segundo, de abundante e fluida casuística reconhecida como tal pelo juiz, com arrimo em litígios aflorados no mundo comercial.

Juridicamente falando, **deve-se entender prática como sinônimo de comportamento e de conduta**, em que abusiva vem a ser a ação ou a omissão per se, não a sua reiteração ou habitualidade. Incompatível com a hermenêutica do CDC cogitar de equiparar prática abusiva com atividade abusiva, o que levaria ao absurdo de - pouco importando a gravidade, a lesividade ou o número de vítimas do ato imputado - franquear ao fornecedor infringir a lei livremente, desde que o faça uma vez apenas. Numa palavra: garantia de gratuidade e de impunidade da primeira prática abusiva! 7. Refreada in abstracto, a ilicitude de prática abusiva enquadraria in re ipsa, independentemente de verificação de dano efetivo do consumidor. Por outro lado, mais do que a abuso de direito, prática abusiva refere-se a abuso de poder: poder econômico, poder mercadológico, poder de informação, poder tecnológico, poder religioso, poder de manipulação. Não equivale exatamente a abuso de direito, pois, embora o abranja, muito extrapola suas fronteiras.

PUBLICIDADE COMPARATIVA COMO PRÁTICA ABUSIVA 9. Publicidade comparativa, em si, não contradiz o espírito e a letra do CDC. Muito ao contrário, serve para ampliar o grau e a qualidade da informação existente no mercado, estimulando a concorrência e fortalecendo a liberdade de escolha do consumidor.

Contudo, o legal vira ilícito, e o legítimo vira abusivo quando a publicidade comparativa manipula ou suprime dados, ou os utiliza infringindo condição de divulgação fixada pela fonte de origem. Em tais circunstâncias, a **publicidade comparativa se converte em prática abusiva**, podendo, em acréscimo e simultaneamente, tipificar oferta (publicitária ou não) enganosa ou abusiva.

PODER DE POLÍCIA DE CONSUMO 10. O controle administrativo (e judicial) das desconformidades de consumo precisa ser, antes de tudo, preventivo e in abstracto, com foco no risco de dano, e não do dano em si. A autoridade administrativa não só pode como deve atuar de ofício. Logo, inócuo, por conseguinte, perquirir a presença de reclamação de consumidor ou de alegação de prejuízo concreto como pressuposto indispensável para o desempenho do poder de polícia de consumo.

11. Um dos critérios, de têmpera objetiva e isonômica, para evitar caráter irrisório ou confiscatório da multa administrativa sobrevém com a dosagem do seu valor conforme o porte econômico do contraveniente ("condição econômica do fornecedor"). Para esse fim, o órgão de defesa do consumidor lançará mão de informações públicas disponíveis ou, na carência destas, usará arbitramento razoável, facultado ao infrator - a qualquer momento, desde que até a prolação da decisão administrativa - comprovar documentalmente o real faturamento e condição econômica. Trata-se, por óbvio, de ônus processual, de defesa de interesse próprio disponível, portanto sujeito à preclusão, caso dele não se desincumba a tempo.

12. Recurso Especial parcialmente conhecido e, nessa parte, não provido.

(REsp 1794971/SP, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 10/03/2020, DJe 24/06/2020)

7.1. a. Cobrança/débito de valores contestados (cartão ou similar);

7.1.1. O QUE O CONSUMIDOR DEVE FAZER?

7.1.1.1. NOTIFICAR O FORNECEDOR

7.1.1.1.1. ANTES DO VENCIMENTO (10 DIAS DE ANTECEDÊNCIA)

7.1.1.1.1.1. não pode ser feita a cobrança

7.1.1.1.2. APÓS O VENCIMENTO

7.1.1.1.2.1. valor não pode ser mantido na fatura seguinte

7.1.1.1.2.1.1. Se não vier deduzido o valor. O QUE FAZER?

7.1.1.1.2.1.1.1. consumidor deduz o valor e paga o incontroverso

7.2. b. Não fornecimento de MINUTA do contrato e do contrato celebrado;

NO DIREITO FRANCÊS:

De forma independiente, siempre antes de la celebración del contrato, la ley exige que el consumidor reciba del prestamista una información normalizada que tome en consideración sus preferencias. Es decir que el organismo de crédito tiene obligación, con la debida antelación, de proporcionar al consumidor solicitante una ficha informativa establecida según un modelo tipo europeo. (PAISANT, GILLES in MARQUES, Claudia Lima _et all_ (org). Direitos do Consumidor Endividado II: vulnerabilidade e inclusão. São Paulo: RT, 2016, p.413)

7.2.1. AUTORREGULAÇÃO BANCÁRIA

7.2.1.1. SARB 001/2008

7.2.1.1.1. A MINUTA VISA DAR CONHECIMENTO PRÉVIO E AVALIAÇÃO DA CONTRATAÇÃO (Art. 26).

7.2.1.2. SARB 012/2013

7.2.1.2.1. GARANTE O CONHECIMENTO PRÉVIO DO RESUMO CONTRATUAL (art. 2º)

7.2.1.2.2. RESUMO NÃO DESOBRIGA FORNECER O CONTRATO (art. 3º)

7.3. c. Impedir ou dificultar o bloqueio de pagamento ou restituição de valores em caso de fraude no cartão;

7.4. d. Indicar que o crédito será concedido sem consulta a banco de dados ou sem avaliação da situação financeira;

7.5. e. Ocultar ou dificultar a compreensão do consumidor sobre ônus e riscos;

7.5.1. Contrato sem a informação: como agir?

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

[...]

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. (Redação dada pela nº 11.785, de 2008)

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

7.5.1.1. Jornada da UFRGS e UFRJ: Enunciado 3. A informação inadequada nos contratos de concessão de crédito pode ensejar a responsabilização civil do fornecedor concedente perante o tomador consumidor, sem prejuízo de outras sanções. Autora: Prof. Dra. Cíntia Muniz de Souza Konder

7.5.2. AUTORREGULAÇÃO

7.5.2.1. SARB 01/2008

7.5.2.1.1. FIXA HIPÓTESES CONFIGURADORAS DO ERRO (ART. 14)

7.5.2.1.1.1. PUBLICIDADE DESPROPORCIONAL - anúncio incompatível com o produto ou serviço prestados.

7.5.2.1.1.2. FALTA DE INFORMAÇÕES ESSENCIAIS: - características do produto/serviço; - prazos; - valores; - tarifas; - consequências do inadimplemento.

7.5.2.1.1.3. FALTA DE INFORMAÇÕES RELEVANTES: - riscos do produto ou serviço

7.6. f. Assediar ou pressionar o consumidor;

Jornada da UFRGS e UFRJ: Enunciado 14. O assédio de consumo, como gênero, está em todas as práticas comerciais agressivas que limitam a liberdade de escolha do consumidor e, ao se considerar as práticas de coerção diversas, a vulnerabilidade potencializada e o tratamento de dados para oferta dirigida e programada de consumo, identificam-se as espécies de: assédio de consumo por persuasão indevida; assédio de consumo por personificação de dados; assédio de consumo qualificado, ao se tratar de consumidor com vulnerabilidade agravada e assédio de consumo agravado por prêmio. Autor: Prof. Me. Vitor Hugo do Amaral Ferreira

II JORNADA DE PESQUISA CDEA - Enunciado 4. A prática de assédio é atentatória e lesiva ao consumidor não só na oferta do crédito, mas em relação a oferta de todos os produtos e serviços, sendo considerado, por isso, novo tipo de dano: 'dano de assédio'. O CDC reconhece a necessidade de proteção especial dos consumidores crianças, que são hipervulneráveis frente às atividades de comunicação mercadológica. Autor: Prof. Dr. Fernando Martins e Profa. Dra. Lúcia Souza d'Aquino

II JORNADA DE PESQUISA CDEA - Enunciado 7. Na interpretação do artigo 54-C, IV do CDC, deve ser considerada a situação de hipervulnerabilidade ou vulnerabilidade agravada da mulher em muitas situações de consumo. Autores: Prof. Dr. Marcelo Navarro Ribeiro Dantas, Profa. Me. Thais Caroline Brecht Esteves Gouveia e Prof. Me. Ronaldo Vieira Francisco

7.7. g. Forçar a renúncia ou desistência de demandas judiciais, ao pagamento de honorários advocatícios ou a realizar depósitos judiciais, para que as pretensões dos consumidores sejam atendidas.

7.8. h. deixar de informar ou de esclarecer adequadamente o consumidor sobre a natureza, modalidade do crédito, custos, identidade do financiador

7.9. i. conceder crédito sem análise da capacidade pgto do consumidor

8. CLÁUSULAS ABUSIVAS (art. 51)

8.1. a. Limitem ou condicionem o acesso à Justiça;

Jornada da UFRGS e UFRJ: Enunciado 23. O art. 51, XVII do Código de Defesa do Consumidor, introduzido pela Lei nº 14.181/2021, densifica os direitos fundamentais ao acesso à justiça e à tutela do consumidor em juízo (art. 5º, XXXV e XXXII da Constituição Federal), de modo a impedir que o emprego de meios alternativos de solução de litígios, em âmbito judicial ou extrajudicial, sejam eles baseados em soluções analógicas ou digitais, possa servir como condição ou forma de limitação ao acesso do consumidor ao Poder Judiciário, sob pena de ofensa à proibição de retrocesso social. Autores: Prof. Dr. Guilherme Magalhães Martins e Prof. Dr. Luis Alberto Reichelt

Jornada da UFRGS e UFRJ: Enunciado 24. A nova redação dada ao art. 51 do CDC, com a inserção do inciso XVII, confirma o direito de acesso aos órgãos do Judiciário do Art. 6º, VII e a proibição de cláusula de arbitragem nos contratos de consumo com pessoa natural (Art. 5, VII do CDC). Autor: Prof. Dr. André Perin Schmidt Neto

8.2. b. Fixem carência em caso impontualidade;

8.3. c. Impeditiva de direitos e dos meios de pagamentos

Exemplos:

- manutenção de negativação até a quitação de todas as parcelas do acordo firmado;
- não liberação do cartão de crédito enquanto não quitada toda a dívida objeto de acordo de parcelamento;

8.3.1. mesmo após a purgação da mora ou acordo com o credor;