



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROCURADORIA GERAL DE JUSTIÇA
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON/MP/PI

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 293/2011
F.A. Nº 0111.001.233-1
RECLAMANTE – MARIA DA CRUZ MOREIRA
RECLAMADO – BANCO DO BRASIL

PARECER

Cuida-se de Processo Administrativo instaurado pelo PROCON ESTADUAL, órgão integrante do Ministério Público do Piauí, nos termos da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), e art. 33 e seguintes do Decreto Federal 2.181/97, visando apurar possível prática infrativa às relações de consumo por parte do fornecedor **BANCO DO BRASIL** em desfavor da consumidora **MARIA DA CRUZ MOREIRA**.

No texto da reclamação deflagrada, às fls. 03, a consumidora relatou ser titular da conta corrente nº 5604-7, agência nº 4710-4, do Banco do Brasil. Em sua conta poupança dispunha da quantia de R\$314.000,00 (trezentos e catorze mil reais).

Segundo a reclamante, vinha recebendo insistentemente ligações do Banco do Brasil sugerindo a aplicação do recurso mencionado em duas aplicações financeiras, quais sejam, **BRASIL PREVI** e **CDB**.

Numa dessas investidas, a reclamante acabou aceitando a proposta feita pela funcionária do Banco do Brasil, realizando, assim, as mencionadas aplicações financeiras sugeridas.

Cerca de 30 (trinta) dias depois retornou ao Banco do Brasil para saber se realmente havida dado certo as suas aplicações. Nesta oportunidade, recebeu a terrível informação de que a aplicação feita no **BRASIL PREVI** não atendia seu perfil e que a mesma seria tributada em 27,5 %. Com isso, a demandante iria perder aproximadamente R\$40.000,00 (quarenta mil reais).

A requerente somente ficou sabendo dessa informação quando procurou a agência para obter maiores informações, descobrindo ainda que Banco do Brasil estava tentando reverter a situação sem o seu consentimento.

Então a consumidora foi recebida e conduzida a uma sala reservada com a presença de dois gerentes, o Sr. Hali e o Sr. Boaventura, além da funcionária “Nerivam”, oportunidade em alegaram que estavam fazendo de tudo para reverter o quadro.

Convocado a comparecer à audiência conciliatória, às fls.10, o reclamado Banco do Brasil afirmou que as orientações foram prestadas à cliente, conforme as regras tributárias de cada tipo de aplicação financeira realizada. Acrescentou, ainda, que a consumidora possui contrato com o Banco e que a rentabilidade da operação firmada é de 50% a mais do que se mantivesse o mesmo valor na poupança, mesmo após o desconto da tributação, caso aguardasse um período de cerca de 18 (dezoito) anos. Asseverou, também, que a autora estava ciente da tributação que seria imposta.

Em face disso, foi instaurado o presente processo administrativo em desfavor do fornecedor, a fim de apurar eventual infração aos arts.6º, I, II e III, 31, caput, 35, III, 39, V e 46, todos do CDC.

Além do mais, a reclamante foi encaminhada ao Poder Judiciário com vista a anular o negócio jurídico celebrado, argumentando vício de informação.

Com consequência do não antedimento da demanda, a presente reclamação fora considerada como sendo **FUNDAMENTA NÃO ATENDIDA**.

É o apertado relato. Passemos à manifestação.

O Código de Defesa do Consumidor, como lei principiológica que é, presume a vulnerabilidade do consumidor, partindo da premissa de que ele, por ser a parte econômica, jurídica e tecnicamente mais frágil nas relações de consumo, encontra-se normalmente em posição de inferioridade perante o fornecedor, conforme se depreende da leitura de seu art. 4º, inciso I, *in verbis*:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo. (grifos acrescentados)

Neste diapasão, sedimenta o Professor RIZZATTO NUNES:

O inciso I do art.4º reconhece: o consumidor é vulnerável. Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa que o consumidor é a parte mais fraca na relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.¹

A Insigne Professora CLÁUDIA LIMA MARQUES, por sua vez, ensina que esta vulnerabilidade se perfaz em três tipos: técnica, jurídica e econômica.

Na vulnerabilidade técnica o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços."² (grifado)

Outro, portanto, não é o entendimento da Jurisprudência pátria:

O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismos que visa a garantir igualdade formal material aos sujeitos da relação jurídica de consumo. (STJ – Resp. 586.316/MG) (grifei)

Vale ressaltar que a hipossuficiência não se confunde com o conceito de vulnerabilidade do consumidor, princípio esse previsto no art. 4º, I do Código Consumerista, que reconhece ser o consumidor a parte mais fraca da relação de consumo. Tal princípio tem como consequência jurídica a intervenção do Estado na relação de consumo para que seja mantido o equilíbrio entre as partes, de modo que o poder de uma não sufoque os direitos da outra. A vulnerabilidade é uma condição inerente ao consumidor, ou seja, todo consumidor é considerado vulnerável, a parte frágil da relação de consumo. (TJDFT – AGI nº 20080020135496 - 4º Turma Cível – Rel. Des. Arlindo Mares – DJ. 13/05/09) (grifos inclusos).

1

NUNES, Rizzatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009, p. 129.

2 MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. Revista dos Tribunais. 3. ed, p. 148/149.

Noutro aspecto, vale discorrer sobre a boa-fé nas relações de consumo. Esta, por sua vez, é considerada como a boa conduta humana que se espera de todos que delas participam (art. 4º, inciso III, do CDC).

Na linha do Código de Defesa do Consumidor, o artigo 422 do Código Civil estabelece que “*os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios da probidade e boa-fé*”. A boa fé diz respeito ao exame objetivo e geral da conduta do sujeito em *todas* as fases contratuais (pré-contratual, contratual e pós-contratual), *servindo, a partir de suas funções, como parâmetro de interpretação dos contratos, identificação de abuso de direitos e criação de deveres anexos*.³

É natural, nos ordenamentos jurídicos modernos, que têm a dignidade da pessoa humana como fundamento, a imposição dessa boa-fé nas relações contratuais e, sobretudo, nas relações de consumo, enquanto concretizadora de direitos fundamentais⁴.

Nesse viés, ensina o Superior Tribunal de Justiça:

O princípio da boa-fé se aplica às relações contratuais regidas pelo CDC, impondo, por conseguinte, a obediência aos deveres anexos ao contrato, que são decorrência lógica deste princípio. O dever anexo de cooperação pressupõe ações recíprocas de lealdade dentro da relação contratual. *A violação a qualquer dos deveres anexos implica em inadimplemento contratual de quem lhe tenha dado causa.* (STJ – Resp 595631/SC – Rel. Min. Nancy Andrichi – DJ 02.08.2004) (grifos inclusos)

Assim aduz a mais abalizada doutrina:

*Se o Estado brasileiro tem por fundamento a dignidade da pessoa humana, não se pode conceber que a massa de pessoas seja submetida a relações contratuais que propiciem a obtenção de vantagens econômicas exageradas, em ofensa à dignidade de milhares de pessoas que se sacrificam demasiadamente para propiciar o enriquecimento alheio acima de um patamar de razoabilidade*⁵. (grifos adicionados)

Corolário do próprio princípio da boa-fé objetiva, o Código de Defesa do Consumidor elencou, em seu art. 6º, como direito básico do consumidor o direito à informação. Vejamos:

3 BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V. *Manual de Direito do Consumidor*. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 324.

4 KHOURI, Paulo R. Roque A. *Direito do Consumidor - Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*, 2ª Edição, Atlas: São Paulo, 2005, p. 65

5 KHOURI, Paulo R. Roque A. *Direito do Consumidor - Contratos, Responsabilidade Civil e Defesa do Consumidor em Juízo*, 2ª Edição, Atlas: São Paulo, 2005, p. 69

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a **informação adequada e clara** sobre os diferentes produtos e **serviços**, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (*grifo nosso*)

Cláudia Lima Marques⁶, por sua vez, destaca que o dever de informar imposto ao fornecedor pelo CDC é um reflexo do princípio da transparência. O dever de informar é básico e essencial para a harmonia e transparência das relações de consumo.

Trata-se de um dever exigido mesmo antes do início de qualquer relação. A informação passou a ser componente necessário do produto e do serviço. Assim, sem ela, o produtos não podem ser disponibilizados no mercado.

Sobre o tema, ensina o Superior Tribunal de Justiça:

5. O direito à informação, abrigado expressamente pelo art. 5º, XIV, da Constituição Federal, *é uma das formas de expressão concreta do Princípio da Transparência, sendo também corolário do Princípio da Boa-fé Objetiva e do Princípio da Confiança, todos abraçados pelo CDC.* 6. No âmbito da proteção à vida e saúde do consumidor, o direito à informação é manifestação autônoma da obrigação de segurança. 7. Entre os direitos básicos do consumidor, previstos no CDC, inclui-se exatamente a “informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem” (art. 6º, III). 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 prolixa ou escassa), 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 sub-informação, 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. (Resp 586.316/MG, j. 17.04.2007, Min. Herman Benjamin) (*grifou-se*)

6 MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4ª ed., Ed. Revista dos Tribunais, São Paulo, 2002. P. 121

Também é direito básico do consumidor, conforme determina o art. 6º, VI do CDC:

Art. 6º São **direitos básicos do consumidor**:

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

Em face disso, o fornecedor não pode, valendo de sua superioridade econômica, causar prejuízo ao consumidor, rompendo com o equilíbrio contratual.

No caso em tela, está claro que há vício de consentimento. A consumidora em nenhum momento foi informada clara e adequadamente sobre a tributação que incidiria em suas aplicações financeiras.

Tanto é verdade que ao descobrir o fato, resolveu desistir da avença celebrada. Conclui-se, assim, que funcionária do Banco do Brasil somente conseguiu o consentimento da parte autora porque não a informou sobre as alíquotas que seriam cobradas.

A omissão de tais elementos informativos essenciais, sobretudo no que toca as alíquotas de tributação, fez que a requerente concordasse com transferência de seus recursos para outros fundos, conforme mencionado (art. 6º, inciso III, do CDC).

Obtido o falso consentimento da autora, o Banco do Brasil concluiu a transferência do recurso contido na conta poupança para a PREVI e o CDB, causando um dano patrimonial de aproximadamente R\$40.000,00 (quarenta mil reais), a menos que a autora aguardasse um período de 18 (dezoito) anos para resgatá-lo (art. 6º, inciso VI, do CDC).

No contrato assinado, às fls. 08-09, não há nenhuma disposição acerca da tributação a qual estaria sujeita a reclamante. Consta apenas elementos informativos sobre a modalidade do plano, nome do fundo, taxa administrativa do fundo, total e percentual da contribuição. Como dito, o fornecedor foi omissivo quanto ao regime de tributação, sobretudo no que toca à alíquota cobrada, deixando obscuro um quesito essencial à celebração do contrato.

Pra ser mais claro, o Banco do Brasil deveria ter explicado claramente o regime de tributação regressiva contida no contrato. Apenas fez uma leve menção sobre o tema, o que desencadeou um sério vício de informação na mente da consumidora, levando-a a aceitar a avença.

Ora Íncrito Julgador, não seria desarrazoável a consumidora ter de aguardar um período de 18 (dezoito) anos para fazer o resgate de seu dinheiro? Não seria tão mais fácil que o Banco, por livre e espontânea vontade, num ato digno de reconhecimento de seu erro, desfizesse operação, tendo em vista a falta de informação? Não tenhas dúvida que essa seria a melhor saída!

Sobre a temática deliberada, vejamos alguns entendimentos jurisprudenciais pátrios:

APELAÇÃO CÍVEL AÇÃO DECLARATÓRIA DE NULIDADE DE CLÁUSULA CONTRATUAL RESCISÃO DE CONTRATO DE COMPRA E VENDA DE VEÍCULO VEÍCULO SALVADO DE SINISTRO PERDA TOTAL VÍCIO REDIBITÓRIO DEVER DE INFORMAÇÃO DO FORNECEDOR PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA VIOLAÇÃO INTELIGÊNCIA DO DISPOSTO NOS ARTIGOS 422 DO CÓDIGO CIVIL E ARTIGO 6º, INCISO III DA LEI 8.078/90 AUSÊNCIA DE CULPA DO CONSUMIDOR AGRAVO RETIDO E APELAÇÃO 1 DESPROVIDOS. APELAÇÃO 2 PROVIDA. (grifado)

Pleito de **nulidade de contrato** de adesão, cumulado com restituição de valores pagos e indenização - **Título de capitalização** supostamente **vendido com informações imprecisas e não verdadeira ao consumidor** - Verossimilhança do vício apontado ante a ausência de impugnação específica quanto à ocorrência de embuste, engodo da propaganda - Ajuste que prevê possibilidade de desistência, com a devolução parcial de valores na hipótese de resgate antecipado - **Abusividade** desta ante a discrepância entre a falsa informação dada ao contraente e o real teor do contrato - **Violação aos princípios da informação, da transparência e da boa-fé objetiva determinante para a celebração do contrato** - Caso em que se justifica a devolução integral e imediata dos valores despendidos - Inexistência, contudo, de ofensa moral - Rateio igualitário das verbas da sucumbência - Recurso provido em parte. (grifo acrescido)

APELAÇÃO CÍVEL. ANULATÓRIA DE CONTRATO DE COMPRA E VENDA. DECISÃO EXTRA E CITRA PETITA. ALEGAÇÃO AFASTADA. PRESCRIÇÃO. INTELIGÊNCIA DO ART. 178, § 9º, INCISO V DO CC/1916. NÃO CONSUMAÇÃO. VÍCIO DE CONSENTIMENTO DEMONSTRADO. OMISSÃO DE INFORMAÇÃO ESSENCIAL NO INSTRUMENTO DE CONTRATO. APELAÇÃO NEGADA. (grifado)

CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. INSTITUIÇÃO BANCÁRIA. VENDA DE PRODUTO (TÍTULO DE CAPITALIZAÇÃO), COMO CONDIÇÃO PARA MOVIMENTAÇÃO DE CONTA. OPERAÇÃO CASADA. ABUSIVIDADE. NULIDADE. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES CLARAS E ADEQUADAS SOBRE O PRODUTO. ERRO ESSENCIAL SOBRE A NATUREZA DO CONTRATO. ATO ANULÁVEL. CONTRATO VICIADO E DEVOLUÇÃO DE CHEQUES

SEM FUNDOS. AUSÊNCIA DE NEXO CAUSAL. INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS IMPROCEDENTE. SENTENÇA MANTIDA. RECURSOS IMPROVIDOS.

Com efeito nobre julgador, veja que os entendimentos extraídos dos nossos Tribunais são no sentido de que, em sendo caracterizado o vício de consentimento por omissão de informações essenciais à celebração no negócio jurídico, não há outro remédio senão determinar a nulidade do mesmo.

E como o Banco do Brasil recusou-se a fazer o distrato amigavelmente, evitando ou minimizando do dano causado à requerente, mesmo tendo oportunidade para tanto, não resta a menor dúvida de que ele deverá suportar o ônus da lesão, por ofender o art.6º, incisos III e VI, do CDC.

É o que nos parece. Passemos à apreciação superior.

Teresina-PI, 07 de Fevereiro de 2013.

**Florentino Manuel Lima Campelo Júnior
Técnico Ministerial**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROCURADORIA GERAL DE JUSTIÇA
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR-PROCON/MP/PI**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 293/2011
F.A. Nº 0111.001.233-1
RECLAMANTE – MARIA DA CRUZ MOREIRA
RECLAMADO – BANCO DO BRASIL**

DECISÃO

Analisando-se com percuriência e acuidade os autos em pareço, verifica-se indubitável infração aos artigos **6º, III E VI**, todos do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelo fornecedor **BANCO DO BRASIL**, razão pela qual acolho o parecer emitido pelo M.D. Técnico Ministerial, impondo-se, pois, a correspondente aplicação de multa, a qual passo a dosar.

Passo, pois, a aplicar a sanção administrativa, sendo observados os critérios estatuídos pelos artigos 24 a 28 do Decreto 2.181/97, que dispõe sobre os critérios de fixação dos valores das penas de multa por infração ao Código de Defesa do Consumidor.

A fixação dos valores das multas nas infrações ao Código de Defesa do Consumidor dentro dos limites legais (art. 57, parágrafo único da Lei nº 8.078, de 11/09/90), será feito de acordo com a gravidade da infração, vantagem auferida e condição econômica do fornecedor.

Diante disso, fixo a multa base no montante de **R\$ 20.000,00 (vinte mil reais)**.

Inexiste circunstâncias atenuantes nos termos ao art. 25 do Decreto 2.181/97.

Não obstante, verificou-se a presença das circunstâncias agravantes contidas no art. 26, I e IV, do Decreto 2181/97, consistente em ser o infrator reincidente e por deixar, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências, aumento, pois, o *quantum* em ½ em relação às citadas agravantes, passando

essa para o montante de **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)**.

Para aplicação da pena de multa, observou-se ao disposto no art. 24, I e II do Decreto 2181/97.

Pelo exposto, torno a pena multa fixa e definitiva no valor de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

Isso posto, determino:

- A notificação do fornecedor infrator, na forma legal, para recolher, à conta nº 1.588-9, agência nº 0029, operação 06, Caixa Econômica Federal, em nome do Ministério Público do Estado do Piauí, o valor da multa arbitrada, correspondente a **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)**, a ser aplicada com redutor de 50% para pagamento sem recurso e no prazo deste, ou apresentar recurso, no prazo de 15 (quinze) dias, a contar de sua notificação, na forma do art. 24, da Lei Complementar Estadual nº 036/2004;

- Na ausência de recurso ou após o seu improvimento, caso o valor da multa não tenha sido pago no prazo de 30 (trinta) dias, a inscrição do débito em dívida ativa pelo PROCON Estadual, para posterior cobrança, com juros, correção monetária e os demais acréscimos legais, na forma do *caput* do artigo 55 do Decreto 2181/97;

- Após o trânsito em julgado desta decisão, a inscrição do nome dos infratores no cadastro de Fornecedores do PROCON Estadual, nos termos do *caput* do art. 44 da Lei 8.078/90 e inciso II do art. 58 do Decreto 2.181/97.

Teresina-PI, 07 de Fevereiro de 2013.

CLEANDRO ALVES DE MOURA
Promotor de Justiça
Coordenador Geral do PROCON/MP/PI

