



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

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 019/2013
F.A. Nº 0112.010.562-4
RECLAMANTE – GISELE MONÇÃO BEZERRA
RECLAMADOS – BANCO HONDA
LEÃO MATOS ADVOGADOS ASSOCIADOS LTDA

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 fornecedores **BANCO HONDA** e **LEÃO MATOS ADVOGADOS ASSOCIADOS LTDA** em desfavor da consumidor **GISELE MONÇÃO BEZERRA**.

No texto da reclamação deflagrada, às fls. 03, a consumidora relatou que devido a problemas alheios à sua vontade atrasou o pagamento dos meses de agosto, setembro e outubro de 2012.

Cada parcela custava o valor original de R\$ 183,43 (cento e oitenta e três reais e quarenta e três centavos), referente ao contrato de nº **1.102.355**. Contudo, está sendo cobrada pelo valor de R\$ 1.614,58 (hum mil, seiscentos e catorze reais e cinquenta e oito centavos), considerado por ela por demais exorbitante.

Indignada e com interesse em solucionar o seu problema veio ao PROCON/MP/PI requerer esclarecimentos sobre o valor, tendo em vista que a diferença do valor cobrado é de R\$ 1.000,00 (hum mil reais).

Ressalta-se que parte autora devia apenas 03 (três) prestações no valor de R\$183,43 (cento e oitenta e três reais e quarenta e três centavos), o que totaliza, sem encargos contratuais, o importe de R\$366,86 (trezentos e sessenta e seis reais e oitenta e seis centavos).

A autora requereu ainda, no texto da inicial, a apresentação de uma planilha que discriminasse o valor cobrado, exigindo, em contrapartida, a redução do valor cobrado, e que, se possível, houvesse a quitação do seu débito, bem como a retirada do seu nome que encontrava-se negativado.

Na audiência de conciliação os fornecedores não demonstraram interesse em atender o pedido feito pelo reclamante. Sendo assim, a autora foi encaminhada ao Juizado Especial competente sem prejuízo da instauração do presente processo administrativo contra os dois fornecedores.

A presente reclamação fora considerada como sendo **FUNDAMENTA NÃO ATENDIDA.**

Após a instauração do processo administrativo, apenas o BANCO HONDA apresentou defesa escrita, localizada às fls. 51-62. De outra banda, mesmo comprovadamente notificada, a LEÃO MATOS não agiu da mesma forma, conforme certidão contida às fls. 63.

Era o que tinha a relatar. Passo agora a 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).

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.

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.

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*

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 Andrighi – 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:

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.

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

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

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 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. (Resp 586.316/MG, j. 17.04.2007, Min. Herman Benjamin) *(grifou-se)*

Sem mais delongas, vamos ao que de fato nos interessa. No caso em exame, o âmago da demanda consiste em verificar a existência de cobranças indevidas, analisando o disposto no art. 42, § único, c/c Art. 51, inciso XII do CDC.

De antemão, vejamos a efígie do art. 51, inciso XII do CDC:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor. (grifo nosso)

Analisado o mandamento legal acima transcrito, verifica-se que toda e qualquer cláusula contratual que transfira custos de cobranças ao consumidor deve ser considerada abusiva. Portanto, mesmo com previsão contratual, tais cláusulas são destituídas de valor jurídico.

No caso em apreço, foi cobrado do consumidor custos relativos a honorários advocatícios extrajudiciais, na medida em que se somarmos o valor original do débito acrescido dos respectivos encargos contratuais, em nada se parece com o valor cobrado da requerente.

Veja que, conforme descrito no relato do caso, há uma diferença de cerca de R\$1.000,00 (um mil reais), se levarmos em conta o valor total da parcela acrescida apenas dos encargos contratuais (multa e juros) que seriam devidos.

No caso dos honorários advocatícios entendemos ser indevida a cobrança, posto que a norma consumerista proíbe a cobrança de honorários advocatícios extrajudiciais.

São aqueles casos em que as cobranças são encaminhadas aos escritórios advocatícios para que seja feita a cobrança. Esse é considerado abusivo, conforme entendimentos abaixo transcritos:

APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO DECLARATÓRIA DE NULIDADE DE CLÁUSULA CONTRATUAL - CONSÓRCIO - REVELIA- IRRELEVANTE - APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS EM COBRANÇA EXTRAJUDICIAL - ABUSIVA - IMPROVIMENTO DO RECURSO - DECISÃO UNÂNIME. 1- É abusiva a cobrança de honorários advocatícios do consumidor pela atividade de cobrança extrajudicial. (TJ/SE-ACÓRDÃO: 20083959

Na mesma trilha arremata o STJ:

“É abusiva a cláusula que impõe a obrigação de pagar honorários advocatícios independentemente do ajuizamento de ação” (STJ, Resp 364140/MG, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar, DJ 12/08/2002).

Acerca da cobrança indevida, o art. 42 do CDC prescreve que:

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O **consumidor cobrado em quantia indevida** tem

direito à repetição do indébito, por **valor igual ao dobro do que pagou em excesso**, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável. (grifo nosso)

Determina o caput do art. 42 do CDC que, na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não poderá ser exposto a ridículo nem sofrer qualquer tipo de constrangimento ou ameaça por parte do fornecedor.

Sobre o tema, vejamos a exegese de Cláudia Lima Marques⁷

“cobrança é risco profissional do fornecedor, que deve realizá-la de **forma adequada, clara e correta.**”(grifo nosso).

Consigna-se nos autos que não visualizamos qualquer hipótese de engano justificável. Tal excludente está prevista na parte final do aludido art. 42, parágrafo único do CDC. Embora a lei não o defina expressamente, a boa doutrina de Antônio Herman Benjamin⁸ esclarece que:

“O **engano é justificável** quando não decorre de dolo ou de culpa (ou seja: se manifesta independentemente das cautelas adotadas pelo fornecedor)”.

In casu, o autora, conforme comprovado no autos, sofreu sucessivamente a cobrança de honorários advocatícios extrajudiciais.

A cobrança constitui um processo único. Nele estão incluídos tanto os atos do detentor do crédito (BANCO HONDA) quanto aqueles praticados pelo executor da cobrança (LEÃO MATOS). Assim, chegamos a conclusão de que as empresas devem ser responsabilizadas solidariamente pela lesão causada a consumidora.

Ponto finalizando, resta claro que a conduta dos fornecedores feriu de morte o disposto no art. 51, inciso XII c/c com art.42, § único, do CDC, não restando outra alternativa senão imputar a penalidade de multa aos fornecedores, tendo em vista os prejuízos causados a reclamante.

É o que nos parece. Passo à apreciação superior.

⁷MARQUES, Cláudia Lima. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor – aspectos materiais. p. 541.

⁸ BENJAMIM, Antônio Herman de Vasconcellos e. Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. p. 324.

Teresina-PI, 20 de Fevereiro de 2014.

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 019/2013
F.A. Nº 0112.010.562-4
RECLAMANTE – GISELE MONÇÃO BEZERRA
RECLAMADOS – BANCO HONDA
LEÃO MATOS ADVOGADOS ASSOCIADOS LTDA**

DECISÃO

Analisando-se com percuciência e acuidade os autos em pareço, verifica-se indubitável infração ao artigo 51, inciso XII, c/c 42, § único do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelos fornecedores **BANCO HONDA e LEÃO MATOS ADVOGADOS ASSOCIADOS**, 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\$ 4.000,00 (quatro mil reais)**.

Considerando a existência de circunstâncias atenuantes contidas no art. 25, incisos II, do Decreto 2.181/97, por serem primários os infratores, diminuo o *quantum* em

½ em relação à referida atenuante.

Não obstante, verificou-se também a presença da circunstância agravante contida no art. 26, IV, do Decreto 2181/97, consistente em deixar o infrator, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências, aumento, pois, o *quantum* em 1/2 em relação a citada agravante, passando a multa para o montante definitivo de **R\$ 4.000,00 (quatro 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\$ 4.000,00 (quatro mil reais).

Isso posto, determino:

- A notificação do fornecedores infratores, 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\$ 4.000,00 (quatro 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, 20 de Fevereiro de 2014.

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

