



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
Rua Álvaro Mendes, 2294 - Centro - CEP nº 64000-060 – Teresina – PI

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 386-A/2012

RECLAMADO: BANCO BONSUCESSO S/A

REF. F.A Nº 0112-006.708-5 / 0112-006.421-3 / 0112-003.696-1

RECLAMANTES: MARLENE DE MESQUITA ANDRADE / GEORGE STEFHENSON

FURTADO CAMPOS / MARIA DE JESUS MESQUITA SANTOS

PARECER

I. RELATÓRIO

Trata-se de processo administrativo instaurado, nos termos da Lei nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), bem como do art. 33 e seguintes do Decreto Federal nº 2.181/97, pelo Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), órgão integrante do Ministério Público do Estado do Piauí, visando apurar indício de perpetração infrativa às relações de consumo por parte do fornecedor BANCO BONSUCESSO S/A.

Os consumidores supracitados, devidamente qualificados nos autos dos respectivos procedimentos administrativos, principiaram, contra o demandado, reclamações, consoante fichas de atendimento *infra*, nos seguintes termos:

- I) Na Ficha de Atendimento nº 0112-006.421-3 (fls. 03/33), o Sr. George Stephenson Furtado Campos aduziu a existência de publicidade enganosa *na comercialização do cartão consignado do Banco demandado*. Alegou que efetuou empréstimo, todavia os descontos são de valor elevado, não reduzindo o saldo devedor com o decorrer do tempo. Deste modo, solicitou a cópia do contrato, esclarecimentos acerca da situação, a paralisação dos descontos, bem como o parcelamento da dívida;
- II) Na Ficha de Atendimento nº 0112-006.708-5 (fls. 35/63), a Sra. Marlene de Mesquita Andrade assinalou que contraiu empréstimo junto ao reclamado, entretanto, a partir de meados de 2011, começaram a incidir em seu contracheque descontos atinentes ao “*Cartão Bonsucesso*”. Sublinhou que não solicitara denominado serviço e que jamais recebeu qualquer espécie de cartão, sendo que, apesar de vários apelos, não logrou êxito

na elucidação da ocorrência. Neste termos, solicitou esclarecimentos sobre o fato, cancelamento dos descontos indevidos, além da devolução em dobro da quantia indevidamente adimplida;

III) Na Ficha de Atendimento nº 0112-003.696-1 (fls. 65/91), a Sra. Maria de Jesus Mesquita Santos asseverou que, desde Janeiro de 2011, o valor de R\$ 101,27 (cento e um reais, e vinte e sete centavos) esta sendo descontado em seu contracheque, apesar de não ter realizado, tampouco formalizado empréstimo consignado com o fornecedor. Mencionou que apenas confeccionou um cadastro para *aquisição de um cartão de crédito*, mas nunca o utilizou, encontrando-se bloqueado. Assim, solicitou esclarecimentos a respeito dos fatos, cópia do suposto contrato, sem prejuízo da repetição do débito dos valores descontados em folha.

O Excelentíssimo Senhor Coordenador Geral do PROCON/MP-PI, após o regular encerramento dos retrocitados procedimentos, considerando indícios de que os reclamantes não obtiveram informações adequadas e claras, nos moldes do art. 6º, inciso III, da Lei nº 8.078/90, sobre os contratos questionados, posto que foram previamente cientificados que correspondiam a empréstimos consignados com valores mensais e número de parcela fixos, não obstante o Banco Bonsucesso S/A em todas as suas defesas assentar tratar-se de operação com o cartão de crédito, determinou a instauração do Processo Administrativo nº 386/2012.

Apesar de devidamente notificado (fls. 94), o fornecedor não apresentou resguardo no prazo legal (fls. 95).

Após, vieram os autos conclusos para análise.

II. DA FUNDAMENTAÇÃO

Antes de se adentrar nos fatos propriamente ditos, alguns pontos preliminares devem ser explanados. Pois então, passamos à sua análise.

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas disposições transitórias, sendo um sistema autônomo dentro do quadro Constitucional, que incide em toda relação que puder ser caracterizada como de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor, como lei principiológica, pressupõe a vulnerabilidade do consumidor, partindo da premissa de que ele, por ser a parte econômica, jurídica e tecnicamente mais fraca 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 acrescidos)

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)

Consignadas estas breves explanações, e examinados os autos do processo, constata-se que o âmago da questão controvertida se encontra na análise do desrespeito ao dever de informar, previsto no Código de Defesa do Consumidor, mais especificamente no que tange ao procedimento utilizado pelo Banco para concessão de empréstimo por intermédio do famigerado “Cartão Consignado”.

Para deslinde do processo, deve-se analisar a pretensão deduzida à luz do art. 6º, inciso III, da Lei nº 8.078/90, que trata sobre o direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços.

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.

A respeito do tema calha tecer sucintas explanações, posto que a informação é um dever dos fornecedores em todas as etapas da relação, permitindo ao consumidor a escolha do parceiro que melhor lhe convier, **afetando, inclusive, a essência do próprio negócio, pois, quando repassada ou requerida integra o conteúdo do contrato.**

Pois bem. 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:

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;

Cláudia Lima Marques³, 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. O art.6º do citado Código o considera direito fundamental e o art.31 prescreve como deve ser a informação, ou seja: clara, precisa e ostensiva sobre as principais características do produto ou serviço.

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, que não podem ser oferecidos no mercado sem ela.

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 (=***

³ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4ª ed., Ed. Revista dos Tribunais, São Paulo, 2002. P. 121

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)

No caso em apreço, restou indubitável, mormente em função das reclamações reunidas neste Processo Administrativo, que por sinal são recorrentes no PROCON/MP-PI, a falha no dever de informar sobre a operacionalização do contrato de “cartão de crédito consignado”, que ocorre em síntese, nos termos das defesas apresentadas pelo reclamado (fls. 09/13 – 48/49) da seguinte maneira:

O aludido instrumento corresponde a um instrumento contratual, através do qual o Banco concede ao titular um limite de crédito para ser movimentado, cujo pagamento mínimo é feito mediante desconto em folha pelo Órgão Consignante, independente do desbloqueio do cartão. São encaminhadas ainda faturas mensais, na quais são lançados os limites de crédito, pagamentos efetuados, saldo devedor, valor de pagamento mínimo, vencimento, compras realizadas, eventuais estornos e encargos contratuais.

Os referidos documentos constituem meio de pagamento pelo cliente que poderá optar entre pagar o restante do saldo – que não foi descontado em sua folha de pagamento – sendo de caráter opcional, a fim de amortizar a dívida, caso contrário, os descontos (pagamento mínimo) se perpetuarão através do Órgão Consignante.

Na inexistência de pagamento ou em adimplemento menor que o saldo total, são gerados encargos rotativos para o mês posterior, inexistindo na proposta assinada a quantidade de parcelas para pagamento da dívida, pois no cartão não há esta definição, visto que os juros são pós-fixados, e não pré-fixados como no empréstimo.

Trata-se, portanto, de modalidade de empréstimo – que se utiliza de juros pós-fixados, de forma semelhante aos cartões de crédito - relativamente recente, desconhecida pela maioria dos consumidores, que estão habituados às concessões de empréstimos com juros pré-fixados, em que há quantidade fixa de valores e parcelas.

A problemática consiste nesta diferenciação que não é repassada, no momento da transação, ao cliente, que visualizando o desconto em seu contracheque acredita ter aderido a empréstimo na sua modalidade convencional, principalmente porque, em regra, é ludibriado pelo funcionário que na ânsia de “vender o serviço” suprime informação considerada essencial.

Não se desconhece, inclusive, que, com o fito de mascar esta operação, os Bancos não enviam as faturas mensais aos consumidores para que estes não possam descobrir a real modalidade de contrato, nem porventura adimplir o saldo remanescente, por ser bastante cômodo à instituição financeira subtrair quantia fixa do consumidor sem diminuir

significativamente o débito total deste, tendo em vista que o valor do pagamento mínimo corresponde a praticamente aos juros cobrados na sucessão dos meses.

Destarte, com a análise detida dos autos, não se olvidando que a prática combatida é corriqueiramente objeto de reclamações em outros procedimentos administrativos em trâmite neste Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor, inafastável é a conclusão factual da promoção de publicidade enganosa, nos moldes do art. 37, da Lei nº 8.078/90:

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

No que concerne ao tema, assim se posiciona a doutrina:

Na caracterização da publicidade enganosa não se exige a intenção de enganar por parte do anunciante. É irrelevante, pois, sua boa ou má-fé. A intenção (dolo) e a prudência (culpa) só ganham destaque no tratamento penal do fenômeno. Logo, sempre que o anúncio for capaz de induzir o consumidor em erro – mesmo que tal não tenha sido querido pelo anunciante –, caracterizada está a venda enganosa.⁴

Outrossim, insta consignar igual infração aos arts. 46, 52 e 54, §3º e §4º, decorrentes do princípio básico à informação e previstos no Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que os contratos juntados (fls. 15/16, fls. 51/53) são obscuros e, por via de consequência, ilegais.

Vejamos o disposto nos dispositivos legais mencionados:

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.*

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva **outorga de crédito** ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;

II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;

III - acréscimos legalmente previstos;

IV - número e periodicidade das prestações;

V - soma total a pagar, com e sem financiamento.

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***

⁴ BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2010, p. 239.

não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

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

Nestes termos, medida que se impõe é a penalização do BANCO BONSUCESSO S/A, a fim de que o mesmo se abstenha de trilhar a conduta abusiva refutada.

Ressalta-se que o requerido não conseguiu comprovar quaisquer fatos que lhe resguarde de uma eventual sanção administrativa.

Veja-se nesse sentido:

AÇÃO ANULATÓRIA. MULTA ADMINISTRATIVA. PROCON. PODER DE POLÍCIA - não há vício que leve à nulidade da decisão administrativa que, no exercício do poder de polícia, impõe multa ao infrator - *Autora que não logrou comprovar os fatos constitutivos de seu direito* - Permanece configurada a infringência aos arts. 18 e 31, do CDC - Multa devida - Valor da multa dentro dos parâmetros normativos - Recurso parcialmente provido. (TJ-SP – Apl. nº 99406158879 – 2º Câmara de Direito Público – Rel. Des. José Luiz Germano – DJ 10/03/10) (grifei)

Assim, para a aplicação de sanção à empresa, basta a negligência, ora vislumbrada, não sendo necessário a má-fé, só exigível no Código Civil. Corrobora este entendimento, o Ministro do Superior Tribunal de Justiça - Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin⁵:

[...] No Código Civil, só a má-fé permite a aplicação da sanção. Na legislação especial, tanto a má-fé permite a aplicação da sanção, como a culpa (imprudência, negligência e imperícia) dão ensejo à punição. [...]

Por oportuno, preceitua Cláudia Lima Marques:

Em nossa opinião não basta que inexistam má-fé, dolo ou mesmo ausência de culpa do fornecedor (negligência, imperícia ou imprudência). Deve ter ocorrido um fator externo à esfera de controle do fornecedor (caso fortuito ou força maior) para que o engano (engano contratual, diga-se de passagem) seja justificável⁶.

III. CONCLUSÃO

Ante o exposto, por estar convicto da existência de transgressão à Lei nº 8.078/90, opino pela aplicação de multa ao reclamado **BANCO BONSUCESSO S/A**, tendo em vista a perpetração aos arts. 6º, inciso III, 30, 37, 46, 52, e 54 da citada lei.

É o parecer. À apreciação superior.

Teresina, 12 de agosto de 2013.

ANTONIO LIMA BACELAR JÚNIOR
Técnico Ministerial

⁵ GRINOVER, Ada Pellegrini, et alli. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 265.

⁶ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 4. ed. RT: São Paulo. 2002, Página 1.051.



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
Rua Álvaro Mendes, 2294 - Centro - CEP nº 64000-060 – Teresina – PI

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 386-A/2012

RECLAMADO: BANCO BONSUCESSO S/A

REF. F.A Nº 0112-006.708-5 / 0112-006.421-3 / 0112-003.696-1

**RECLAMANTES: MARLENE DE MESQUITA ANDRADE / GEORGE STEPHENSON
FURTADO CAMPOS / MARIA DE JESUS MESQUITA SANTOS**

DECISÃO

Analizando-se com percuciência e acuidade os autos em apreço, verifica-se indubitável infração aos arts. 6º, inciso III, 30, 37, 46, 52, e 54 do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelo fornecedor **BANCO BONSUCESSO S/A**, 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.

Fixo a multa base no montante de **R\$ 12.000,00 (doze mil reais)** ao fornecedor **BANCO BONSUCESSO S/A**.

Considerando a existência de 01 (uma) circunstância atenuante contida no art. 25, inciso II, do Decreto 2.181/97, por ser primário o infrator. Considerando a existência de 02 (duas) circunstâncias agravantes contidas no art. 26, incisos IV e VI, do Decreto 2181/97, por ter deixado o infrator, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências, e por ocasionar a prática dano coletivo e ter caráter repetitivo. Aumento o *quantum* em 1/2 (um meio), tendo em vista que uma atenuante anula uma agravante, convertendo-se a obrigação no importe de R\$ 18.000,00 (dezoito mil reais).



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR
Rua Álvaro Mendes, 2294 - Centro - CEP nº 64000-060 – Teresina – PI

Pelo exposto, em face do fornecedor BANCO BONSUCESSO S/A torno a multa fixa e definitiva no valor de R\$ 18.000,00 (dezoito mil reais).

Para aplicação da pena de multa, observou-se o disposto no art. 24, I e II do Decreto 2.181/97.

Posto isso, determino:

- A notificação do fornecedor infrator BANCO BONSUCESSO S/A, 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\$ 18.000,00 (dezoito 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 dos arts. 22, §3º e 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 dos débitos 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 do infrator 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, 13 de agosto de 2013.

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