



Exmo. Sr. Juiz de Direito da ^a Vara Cível da Comarca de Belo Horizonte-MG.

0024 06 255350-8

"Um homem mau maltratava o seu velho pai, obrigando-o a morar em uma cabana miserável, longe da casa, vestindo-o com farrapos e dando-lhe sobras para comer. Um dia viu que seu filho estava colocando trapos sujos, que tinha tirado da lixeira, no lugar onde se guardava a roupa fina da casa e se enfureceu com ele. O seu filho respondeu assim: Papai, não brigue comigo. É para você que estou guardando estes trapos, para que você possa vestir quando for velho como o vovô". (Literatura oral iemenita).

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS CONSUMIDORES DE CRÉDITO – ANDEC, entidade civil de direito privado de defesa do consumidor de âmbito nacional, integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 01.718.886/0001-76, estabelecida na Av. Prudente de Moraes, nº 135, sala 114, Bairro: Cidade Jardim, em Belo Horizonte-MG, CEP: 30.380-000, por suas procuradoras *in fine* assinadas, vem, perante V.Exa., propor a presente:

AÇÃO CIVIL COLETIVA

em face de **BANCO BMG S/A**, através de sua agência estabelecida na Av. Álvares Cabral, nº 1707, Bairro: Santo Agostinho, CEP: 30.170-001, em Belo Horizonte-MG pelos fundamentos de fato e de direito a seguir expostos:

F. DOS FATOS

A notória abusividade na prestação dos serviços oferecidos pela instituição financeira Ré, em especial, no que se refere à concessão de cartões de crédito aos aposentados e pensionistas, com retenção de seus benefícios, tem provocado a indignação dos cidadãos e gerou várias reclamações nos diversos Órgãos do Procon e demais Entidades de Defesa do Consumidor, inclusive na Associação Autora, levando os consumidores a buscarem seus direitos no Poder Judiciário.

Eis a razão da presente ação, que tem caráter preventivo e visa tutelar os direitos dos consumidores que celebraram e que vierem a celebrar contrato para aquisição de cartão de crédito fornecido pelo Banco Réu, com previsão de desconto em seus benefícios.

Na mesma proporção que aumenta o número de usuários dos serviços prestados pelo Banco Réu, também aumenta o número de insatisfação em relação às abusividades praticadas, pois estas infringem vários princípios e direitos consagrados na **Constituição Federal de 1988, no Código de Defesa do Consumidor, bem como, o Estatuto dos Idosos.**

É fato público e notório que, após o advento da "encomendada" Medida Provisória nº 130 (vide reportagem Revista Veja em anexo), houve uma corrida dos bancos em busca dos aposentados e pensionistas para o oferecimento do "famigerado crédito consignado", o que acarretou o superendividamento dos aposentados de baixa renda, violando assim, o fundamento da República, qual seja, a promoção da dignidade da pessoa humana (art. 1º, III, da CF).

Destumbrada com a explosão do aumento de seus lucros, a instituição financeira Ré lançou no mercado mais um produto nocivo ao consumidor aposentado e pensionista, qual seja, o cartão de crédito Mastercard, aceito em mais de 900 (novecentos) mil estabelecimentos, com limite de crédito até 02 (duas) vezes o valor do benefício, descontado diretamente no benefício, sem consulta ao SPC e Serasa, com taxa de juros de 2,85% ao mês, o qual pode ser facilmente adquirido pelo consumidor, já que basta uma ligação para o 08002833100 (vide publicidade veiculada na Revista Encontro/Setembro de 2006 em anexo e no CD que encontra-se depositado no cofre desse D. Juízo).

Veja-se que a publicidade utilizada para a oferta do cartão de crédito aos aposentados e pensionistas está sendo veiculada massivamente na mídia escrita e televisiva, no entanto, não reflete a realidade dos aposentados no país. A personagem da publicidade - "D. Eugénia" - é uma aposentada simpática, sorridente, bem vestida, que encontra-se em um estabelecimento comercial de luxo, enquanto o locutor explica os "benefícios" e "facilidades" de se ter um cartão BMG Master.

Não restam dúvidas de que a publicidade enganosa veiculada pelo Banco Réu induz e impulsiona os aposentados e pensionistas a adquirirem o cartão de crédito e, conseqüentemente, o agravamento da situação financeira de seus titulares, pois é sabido que o referido produto, se mal administrado, acarretará na existência de um saldo devedor impagável, devido às taxas e encargos avultados incidentes sobre o saldo devedor.

Ora, Exa., sabemos que os aposentados e pensionistas do nosso país necessitam de aumento de seus benefícios, de melhoria dos serviços de saúde, comida em suas mesas e não, de um cartão de crédito que poderá agravar ainda mais a situação financeira dos mesmos.

Assim, além de não receberem quantias suficientes para arcar com suas despesas, pois sabe-se sobre "A DURA VIDA DO APOSENTADO BRASILEIRO" (vide reportagem anexa – Jornal Estado de Minas de 10/09/2006), já que a maioria dos aposentados do país recebem até 02 (dois) salários mínimos, ainda vêm, compulsoriamente, debitadas mensalmente as parcelas do cartão de crédito, cuja prática vem comprometendo a subsistência dos consumidores e de suas famílias, os quais vêm passando por privações de toda ordem, inclusive moral, que estão a comprometer a sua dignidade e o equilíbrio da sua relação familiar.

Outra ilegalidade é a forma de aquisição do cartão de crédito, uma vez que, não obstante a proibição da contratação do crédito consignado por telefone (Instrução Normativa n. 121/2005 da Diretoria Colegiada do INSS), o Banco Réu insiste em veicular que a contratação do cartão pode ser feita por telefone, por qualquer pessoa que tenha o número do benefício em mãos, o que indubitavelmente, acarretará fraudes no pedido e na utilização do produto, o que já vem ocorrendo com o empréstimo consignado, conforme relatado através das matérias veiculadas no jornal Estado de Minas dos dias 06 e 07 de novembro/2006 (em anexo), que demonstram a utilização dos benefícios por familiares inescrupulosos e até mesmo, golpes dentro de asilos. Além do que, a forma indireta da contratação aumenta também a pressão psicológica ou a manipulação dos familiares para o endividamento do idoso.

Por outro lado, importante destacar que, *in casu*, há a instituição de crédito privilegiado para o Banco Réu, pois com a utilização dos cartões de crédito por ele oferecidos, os proventos dos aposentados vêm diretamente descontados em seus benefícios, não podendo os consumidores administrarem as suas próprias dívidas, como por exemplo, escolher o que pagar primeiro.

Desta feita, o aposentado se vê obrigado a pagar, primeiramente, o cartão de crédito ao Banco Réu, ao invés de poder quitar suas necessidades básicas, como alimentação, remédios, etc.

Deve-se ressaltar ainda, que na contratação do produto, a instituição financeira Ré não informa o consumidor sobre as demais taxas e encargos contratados, tendo em vista que as contratações são feitas através de telefone. Em decorrência de tal atitude, os usuários são vítimas de cobranças indevidas e de práticas que violam direitos básicos do cidadão, tal qual, o direito à aposentadoria e à própria sobrevivência.

Causa mesmo perplexidade observar que o Réu, em verdadeira hipocrisia, apregoa na mídia tratar-se de um dos maiores bancos do país, gabando-se pela qualidade do serviço que presta. Todavia, não se digna de demonstrar o mínimo de respeito aos aposentados e pensionistas de nosso País. E, o que é ainda pior, somente será penalizado pela sua conduta - ilegal, diga-se de passagem - após a concessão do provimento jurisdicional que ora se pleiteia.

Destarte, não se pode chegar a outra conclusão senão, a de que todos os consumidores que adquiriram ou venham adquirir o cartão de crédito oferecido pelo Réu,

3

Associação Nacional dos Consumidores de Crédito Entidade Integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Av. Prudente de Moraes, 135-Cj.115-Cidade Jardim - 30.380-000 Belo Horizonte-MG - (000) 31 3297.2112 fax: 3297.9613 * andec@andec.org.br -

www.andec.org.br

estão sendo e serão vítimas de prática espúria do Réu, pois terão seus benefícios retidos, além do que, acarretará a má utilização do cartão de crédito, com o impulsionamento de compras de produtos supérfluos, tendo em vista a vulnerabilidade do consumidor, a qual se mostra ainda mais evidente no presente caso, em decorrência da idade e situação financeira dos adquirentes do produto.

Outrossim, somente através do Poder Judiciário, os consumidores terão os seus direitos assegurados, com a proibição do fornecimento do cartão de crédito e da veiculação da publicidade abusiva.

II- DO DIREITO

II.1- DA INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A relação jurídica que se faz presente entre o Réu e os consumidores que com ele celebram contrato de cartão de crédito é, de fato, uma evidente relação de consumo.

Conforme dispõe o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, especialmente em seu parágrafo único, são equiparados a consumidor a coletividade de pessoas, como se lê no artigo em epígrafe:

“Art. 2º - Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único – Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”

Com o fim de pôr uma pá de cal no assunto, o STJ, recentemente, editou a Súmula 297, que assim dispõe:

Súmula 297 - “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras” (Precedentes: Resp nº 106.888-PR, 2ª Seção, DJ de 05.08.2002; REsp nº 298.369-RS, 3ª Turma, DJ de 25.08.2003, e REsp nº 57.974-RS, 4ª Turma, DJ de 29.05.1995).

Resta claro que os consumidores aqui substituídos são, sem nenhuma dúvida, os destinatários finais dos serviços prestados pela instituição financeira Ré, que fornece cartão de crédito, através de publicidade abusiva, que se mostra incompatível com o princípio da boa-fé.

No que diz respeito à prestação do serviço, também se torna evidente que o Réu é, no caso em análise, o responsável pelo fornecimento, de acordo com o disposto no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, *in verbis*:

“Art. 3º - Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

(...)

§ 2º - Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.” (grifos nossos)

Como se pode notar, a redação do *caput* do artigo é clara ao identificar quem é considerado fornecedor e, entende-se, é a pessoa jurídica que desenvolve a atividade de distribuição e comercialização da prestação de serviços, ou seja, o serviço de fornecimento e administração de cartão de crédito prestados pelo Banco Réu.

Em obediência aos dispositivos legais acima transcritos, nossos Tribunais vêm sedimentando o entendimento no sentido da aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações oriundas de contratos de cartão de crédito. Assim a decisão prolatada pelo Egrégio Tribunal de Alçada de Minas Gerais:

TAXA DE JUROS. COMISSÃO DE PERMANÊNCIA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

Aplicam-se as regras do Código de Defesa do Consumidor aos contratos que envolvam crédito, como os de mútuo, de abertura de crédito, de cartão de crédito, de aquisição de produtos além de outros desde que configurem relação de consumo. A cobrança de juros superiores a 12% (doze por cento) ao ano constitui violação ao direito do devedor, ex vi do par. 3, do art. 192, da CF. (TJRJ. Ap. Cível n. 1999.001.706. 16.12.99. Relator Des. Nestor Luiz Bastos Ahrend) (Grifos nossos)

Também mostra-se evidente que a atividade desenvolvida pelo Réu está sendo oferecida no mercado de consumo, a qualquer aposentado e pensionista que se interesse por tal fornecimento, o que torna esta relação contratual de caráter tipicamente privada, sendo que a contra-prestação exigida pela mesma é o pagamento devido pela utilização do serviço, não fugindo à regra do § 2º, primeira parte, do art. 3º do CDC.

Também é de grande relevância o que dispõe o artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 29 – Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.”

Como descrito no artigo acima citado, basta a mera exposição da pessoa às práticas contratuais, para que esta seja considerada um consumidor, que deve ser protegido pelo CDC.

Com a simples análise dos artigos supra citados, podemos verificar que no caso em voga, há existência de relação de consumo entre as partes, possuindo ainda, o consumidor eventualmente lesado, o instrumento administrativo e jurisdicional estabelecido no Codecon para a proteção de seus direitos, os quais são tutelados na presente ação.

II.2 DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR APOSENTADO E PENSIONISTA

A Constituição Federal de 1988 reconhece o consumidor como parte naturalmente frágil nas relações de massa com os fornecedores e, por isso, preconizou como necessária a instituição de legislação especial de natureza tutelar. É o que se depreende do exame dos artigos 5º, XXXII e 170, V da Carta Magna e artigo 48 dos Atos e Disposições Constitucionais Transitórias.

O Banco Réu, ao fornecer os cartões de crédito aos pensionistas do nosso país, se utiliza da fraqueza e ignorância do consumidor idoso e aposentado para impingir-lhe seu produto nocivo à dignidade e segurança do consumidor.

O destinatário do cartão de crédito comercializado pelo Banco Réu é o consumidor idoso, aposentado e pensionista do INSS, que por sua fragilidade social e de idade, detém um grau mais intensivo de vulnerabilidade, ou melhor, hipervulnerabilidade, conforme “Conclusões e Propostas do Ministério Público do Estado de São Paulo e da Fundação Procon-SP” em anexo.

É fato público e notório “A DURA VIDA DO APOSENTADO BRASILEIRO” (vide reportagem anexa – Jornal Estado de Minas de 10/09/2006, já que a maioria dos aposentados recebem até 02 (dois) salários mínimos, cuja quantia é insuficiente para arcar com as despesas necessárias à subsistência, tais como, alimentação, saúde e moradia.

De acordo com o artigo em anexo, publicado pelo Procurador da Assistência Judiciária do Distrito Federal – Dr. André de Moura Soares – “50% dos empréstimos consignados são concedidos para pessoas com renda de até 01 salário mínimo, presumivelmente, muitas delas semi-analfabetas e quase todas com baixíssimo grau de instrução”.

Também é do conhecimento de todos, os problemas sociais dessa categoria já fragilizada pela idade, condição social, falta de acesso a remédios e a políticas públicas para ajuda aos aposentados, a crise previdenciária, os quais não serão resolvidos através da concessão de cartão de crédito com desconto em benefício. Pelo contrário, a massificação desse produto poderá agravar ainda mais a lamentável situação dos aposentados e pensionistas do país.

In casu, é patente que os consumidores encontram-se em posição de notório desequilíbrio, seja moral, seja econômico ou mesmo de compreensão e discernimento, estipulando, uma parte, todas as normas e princípios reguladores do pacto, restando, à outra, apenas a opção de aderir ou de não efetuar o negócio jurídico, por vezes necessário diante da ilusão que o cartão de crédito trará um aumento de sua renda mensal, sem sequer, imaginar que a aquisição do cartão de crédito poderá agravar ainda mais a sua situação financeira, quiçá, o superendividamento.

O art. 39, IV, do CDC, veda ao fornecedor prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social para impingir-lhe produtos. Deste modo, provada está a abusividade da publicidade e da comercialização do cartão de crédito com desconto direto no benefício, uma vez que, em razão de necessidade, os aposentados são induzidos a obter os "famigerados" cartões de crédito, através de publicidade que transmite apenas os benefícios, sem mencionar com clareza os riscos e as cláusulas sensíveis, prejudiciais ao consumidor. Prevalece-se aí, o fornecedor, da vulnerabilidade do consumidor, em especial, dos idosos, que, como é notório, são mais frágeis na relação com o fornecedor.

Desta forma, o fornecimento do cartão de crédito pela instituição financeira Ré, bem como, a publicidade veiculada, deverão ser considerados abusivos e ilegais, por violarem os direitos básicos do consumidor, do cidadão e do idoso.

II.3- DA RETENÇÃO DOS BENEFÍCIOS DOS CONSUMIDORES

Milhares são os consumidores que estão tendo suas aposentadorias retidas, através dos lançamentos de débitos efetuados diretamente em seus benefícios, para quitação do saldo devedor do cartão de crédito adquirido junto ao Banco Réu.

Ora, o salário não pode ser objeto de penhora, nos termos do art. 649, IV do CPC, assim como, de retenção, nos termos do art. 7º, X da CF/88. É inadmissível conceder-se aos bancos a primazia da apropriação de salário, cujo repasse lhe é atribuído pelo empregador.

Veja-se que, caso esta prática seja considerada legal, o Banco teria crédito com maior privilégio que aqueles de índole trabalhista, tributária ou previdenciária. Isto é, independentemente de recurso ao judiciário, o banco realiza seu crédito diretamente, na

fonte, sem a necessidade de penhora, burlando a vedação existente quando à constricção incidente sobre a aposentadoria do consumidor.

Essa situação enseja a proteção jurisdicional ora impetrada, visto tratar-se de negócio crivado de nulidades. Com fulcro nos artigos 649, IV, do CPC; 7º, X, da Constituição Federal e 84 do Código de Defesa do Consumidor, a Autora está a solicitar decisão liminar desse D. Juízo, para ordenar ao Banco Réu, que se abstenha de fornecer o cartão BMG Master aos aposentados e pensionistas e que suspenda, imediatamente, a veiculação de todas as propagandas atinentes ao produto.

Como preceitua o CPC, "São absolutamente impenhoráveis: ...IX- os vencimentos dos magistrados, dos professores e dos funcionários públicos, os soldos e os salários, salvo para pagamento de prestação alimentícia." Em Código de Processo Civil, comentado por Theotônio Negrão, edição 2001, página 712, nota no rodapé nº 25, assim dispõe: "A disposição abrange salário a qualquer título, isto é, todo direito do empregado, presente, passado, futuro, pago ou não, na constância do emprego ou por despedida.(RT 618/198). Assim, não é possível penhora de saldo em conta corrente bancária, se proveniente de salário.(Lex-JTA 148/160)."

Ora, o mesmo princípio aplica-se ao débito compulsório em aposentadoria. Se nem o Juiz pode penhorar salários na via judicial executiva, muito menos pode um banco, pela via administrativa. O dispositivo contratual que assim estabelece é nulo.

Vê-se, assim, que a existência de cláusula em Contrato ou qualquer outro instrumento autorizando o débito em aposentadoria, não legitima o Réu a proceder de tal forma, eis que trata-se de prática abusiva, repugnada pelo ordenamento jurídico.

II.4- DA IMPROPRIEDADE AO CONSUMO DO PRODUTO "CARTÃO DE CRÉDITO"

Conforme conclusões e propostas do Ministério Público do Estado de São Paulo e da Fundação Procon- SP em anexo, as entidades representativas não identificam como desejável ou benéfica a oferta de cartões de crédito aos aposentados e pensionistas com descontos em benefícios, tendo em vista que a massificação dessa modalidade de crédito poderá gerar o superendividamento dos aposentados de baixa renda.

A corrida desenfreada do banco Réu para angariar novos clientes e a utilização de publicidades abusivas e persuasivas veiculadas em todos os canais de televisão, induzem os aposentados a adquirirem o cartão de crédito que, muitas vezes, não precisam, e com isto, acabam tirando a dignidade destes Cidadãos, já que muitas vezes comprometem a sua subsistência, tendo em vista suas baixas rendas.

Conforme já salientado, o cartão de crédito com desconto direto nos benefícios viola diretamente o princípio da dignidade humana, pois a retenção direta nos benefícios impede o aposentado de administrar sua própria vida financeira, ou seja, não pode, sequer,

escolher que conta pagar primeiro, ou seja, o dinheiro do remédio, da alimentação, passa a ser do Banco.

Tal atitude viola o artigo 3º do Estatuto do Idoso, haja visto que é assegurado ao idoso, dentre outros, o direito à vida, à dignidade e ao respeito. Por outro lado, o artigo 9º do mesmo diploma legal, diz ser obrigação do Estado, garantir à pessoa idosa a proteção à vida, em condições de dignidade.

Também são violados os artigos 8º; 39, IV; 46; 51, IV e § 1º, III c/c 6º, I, III e V, todos do CDC - princípio da informação, transparência e boa-fé objetiva; arts. 3º e 9º do Estatuto do Idoso, tendo em vista que o Banco Réu utiliza da fraqueza e ignorância do consumidor aposentado para impingir-lhe seu produto nocivo à dignidade e segurança do consumidor.

Portanto, a pretensão do Banco Réu em se apropriar dos benefícios dos consumidores, para se ressarcir de dívida oriunda de cartão de crédito é indevida e ilegal, pois retira dos aposentados o direito à dignidade (art. 1º, inciso III, da CF/88), já que não terão como sobreviver, nos termos do entendimento já consagrado nos Tribunais.

Importante destacar, que a taxa de juros do cartão de crédito comercializado pelo Banco Réu (2,8% ao mês), não é tão insignificante como quer fazer parecer aos olhos dos aposentados e pensionistas que, deslumbrados com a oferta do crédito fácil, só sentirão o "peso" dos juros no mês subsequente ao das compras ou do não pagamento do total da fatura, quando estiverem comprando seus remédios e alimentos.

Enquanto em Bangladesh, o microcrédito é um sucesso e valeu até o Nobel da Paz de 2006 para o "banqueiro dos pobres" Muhammad Yunus (vide matéria publicada na Revista Época em anexo), aqui no Brasil os bancos lucram bilhões com as taxas de juros excessivas e usurárias cobradas dos beneficiados pelos créditos consignados.

O segredo do sucesso do "crédito da solidariedade" é que a taxa de juros cobrada é inferior a 1% do valor do crédito total e sabemos que em nosso país, os bancos também poderiam conceder créditos com taxas bem mais inferiores, tendo em vista o baixo custo de captação desses recursos e a inexistência de inadimplência.

Não podemos esquecer ainda, da capitalização dos juros, cuja prática, apesar de ser notória pelas instituições financeiras, só é comprovada através de cálculo matemático e, por conseguinte, não é detectada pelos substituídos da Autora, que detém a hipervulnerabilidade.

Enfim, as instituições financeiras não possuem uma conduta moral para comercializar o crédito para baixas rendas, posto que, ao invés de trazerem benefícios aos pobres, acabam por prejudicar ainda mais a situação financeira, moral e mental dos cidadãos menos favorecidos.

II.5- DA PUBLICIDADE ENGANOSA

No caso dos autos, podemos constatar facilmente, que o Réu está se utilizando publicidade enganosa ou abusiva para angariar novos clientes, com o intuito de induzir os aposentados e pensionistas à aquisição de seu produto.

Em decorrência das abusividades cometidas pela Instituição Financeira Ré, existem milhares de idosos reféns de sua prática abusiva, o qual, de "olho no dinheiro dos velhinhos", se utiliza de publicidade desleal e abusiva, contrária à legislação consumerista (art. 37 do CDC) e aos demais diplomas legais supra citados. Na tentativa de angariar novos clientes, induz o consumidor a adquirir seu produto, através de publicidade veiculada nos principais canais de televisão e revistas do nosso país, que divulga as supostas vantagens e facilidades de ter um cartão de crédito com desconto direto no benefício e com limite de crédito de até duas vezes o valor do benefício, sem contudo, retratar a realidade dos aposentados e pensionistas para os quais está sendo ofertado o produto.

Tal atitude viola os artigos 8º; 39, IV; 46; 51, IV e § 1º, III c/c 6º, I, III e V, todos do CDC - princípio da informação, transparência e boa-fé objetiva; arts. 3º e 9º do Estatuto do Idoso, tendo em vista que o Banco Réu utiliza da fraqueza e ignorância do consumidor aposentado para impingir-lhe seu produto nocivo à dignidade e segurança do consumidor.

Neste contexto, Cláudia Lima Marques, em "Contratos no Código de Defesa do Consumidor", págs. 676/686, elucida que a publicidade é um meio lícito de promover e estimular o consumo de bens e serviços, porém, deve pautar-se pelos princípios básicos que regem as relações entre fornecedores e consumidores, especialmente o da boa-fé e da lealdade.

Esclarece também, que a principal característica da publicidade enganosa, segundo o CDC, é ser suscetível de induzir ao erro o consumidor, inclusive omitindo dados importantes. Assim, não restam dúvidas de que o Réu, ao veicular a publicidade constante nos anexos, que tem por objeto a oferta de cartão de crédito aos aposentados e pensionistas, desrespeita os princípios da transparência e boa-fé, como já mencionado.

Isto porque, o foco principal da publicidade, é uma aposentada "simpática", "bem vestida", "sorridente", que encontra-se em um estabelecimento comercial de luxo, enquanto o locutor explica os "benefícios" e "facilidades" de se ter um cartão BMG Master:

"CHEGOU O CARTÃO BMG MASTER. É SIMPLES. É PRÁTICO, É SEU".
"TER O PRIMEIRO MASTERCARD PARA APOSENTADOS E PENSIONISTAS DO INSS É UMA SENHORA CONQUISTA E SER EXCLUSIVO ASSIM, NÃO TEM PREÇO".

- **"ACEITO EM MAIS DE 900 MIL ESTABELECIMENTOS**
- **DESCONTO NO BENEFÍCIO**

- SEM ANUIDADE
- SEM CONSULTA AO SPC E SERASA
- TAXA DO CARTÃO DE 2,85% AO MÊS.”

“LIMITE DE CRÉDITO ATÉ 2 VEZES O VALOR DO BENEFÍCIO”.

“LIGUE E PEÇA O SEU 08002833100”.

Veja-se que a publicidade não retrata a realidade dos aposentados do nosso país, pois sabe-se sobre “A DURA VIDA DO APOSENTADO BRASILEIRO” (vide reportagem anexa – Jornal Estado de Minas de 10/09/2006, já que a maioria dos aposentados do país recebem até 02 (dois) salários mínimos, cuja quantia é insuficiente para arcar com as despesas necessárias à subsistência, tais como, alimentação, saúde e moradia.

“A mensagem publicitária é acompanhada de imagens que deixam transparecer felicidade, contentamento, enfim, sentimentos que a situação financeira do País impede que o cidadão comum possa sentir com a intensidade demonstrada na publicidade. Todas as dificuldades do homem comum podem ser suplantadas mediante a obtenção de crédito.

A propaganda, eficiente na oferta de crédito, todavia, é ineficiente para alertar a população consumidora dos riscos do negócio, em especial do fenômeno do superendividamento. A omissão, por óbvio, não é acidental, mas uma estratégia deliberada com o fim de lesar os consumidores”.¹

“Para atrair os incautos, as Instituições Financeiras utilizam-se da prática mais nefasta, silenciando sobre os riscos do endividamento. Como esclarece Antonio Herman, o *standard* de enganabilidade não é fixo, variando de categoria a categoria de consumidores, exemplificando, parece que até prevendo a danosidade do empréstimo consignado aos aposentados, às crianças, idosos, doentes, etc.”²

Não restam dúvidas de que a mensagem publicitária enganosa veiculada pelo Banco Réu induz e impulsiona os aposentados e pensionistas a adquirirem o cartão de crédito e, conseqüentemente, o agravamento da situação financeira de seus titulares, já que oferece crédito fácil, sem consulta aos órgãos de restrição ao crédito, o que contribui para o aumento do superendividamento do consumidor que já esteja com dívidas negativadas.

¹ Artigo “Aposentados e pensionistas do INSS. Empréstimos consignados e proteção ao idoso. Ação civil pública” do Procurador da Assistência Judiciária do Distrito Federal – Dr. André de Moura Soares, publicado em 19/10/2006 no Jus Navigandi.

² In Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, Comentado pelos autores do Anteprojeto, 8.^a ed., Forense, 2004, p. 327.

Tal conduta do Réu deve ser proibida pelo Poder Judiciário, pois contraria o artigo 36 do CDC, devendo ser considerada abusiva a publicidade veiculada, nos termos do artigo 37 do mesmo diploma legal e, em contrapartida, deverá ser-lhe imposto a contrapropaganda para desfazer o malefício da publicidade enganosa e abusiva aos aposentados e pensionistas do país, que estão sendo induzidos ao superendividamento com a aquisição do cartão de crédito com desconto diretamente no benefício, nos termos do artigo 60, parágrafo primeiro do CDC.

II.6- DA NULIDADE DA FORMA DE CONTRATAÇÃO DO PRODUTO

Outra ilegalidade é a forma de aquisição do cartão de crédito ofertado pelo Réu, uma vez que, não obstante a proibição da contratação do crédito consignado por telefone (Instrução Normativa n. 121/2005 da Diretoria Colegiada do INSS), o Banco Réu insiste em veicular que a contratação do cartão pode ser feita por telefone, por qualquer pessoa que tenha o número do benefício em mãos, o que indubitavelmente, acarretará fraudes no pedido e na utilização do produto. Além do que, a forma indireta da contratação aumenta também a pressão psicológica ou a manipulação dos familiares para o endividamento do idoso.

É o que podemos constatar através da matéria publicada no jornal Estado de Minas, no dia 06/11/2006, em que aposentados relatam a pressão de seus familiares para contraírem empréstimos a serem debitados diretamente em seus benefícios, como o que ocorreu com a Sra. Efigênia Maria, doméstica aposentada, de 80 anos, que mora nos fundos de um barracão, que lamenta o fato de seu filho ficar pegar seu cartão e quase nada lhe sobrar, em virtude dos empréstimos contraídos pelo mesmo.

Dentre os princípios que regem as relações contratuais, consagrados no diploma consumerista, podemos citar o da informação, através do qual, o fornecedor deve prestar informações claras, precisas e adequadas, ou seja, o contrato deve ser redigido de forma compreensível ao consumidor, cuja previsão consta do artigo 46 do Código de Defesa do Consumidor.

No entanto, que na contratação do produto, a instituição financeira Ré não informa o consumidor sobre as demais taxas e encargos contratados, tendo em vista que as contratações são feitas através de telefone, o que também dá ensejo à contratação por terceiros de má-fé. Em decorrência de tal atitude, os usuários são vítimas de golpes, cobranças indevidas e de práticas que **violam direitos básicos do cidadão, tal qual, o direito à aposentadoria e à própria sobrevivência.**

Desta forma, tal prática deverá ser rechaçada, uma vez que a forma de contratação do cartão de crédito ofertado pelo Réu é contrária aos princípios consagrados no diploma consumerista.

II.7- DA INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

No que tange ao ônus da prova, há que prevalecer, *in casu*, as disposições contidas no Código de Defesa do Consumidor, por se tratar de relação de consumo existente entre os consumidores substituídos pela Autora e o Réu, sendo aqueles a parte mais fraca da relação – hipossuficiente, que permite a inversão do ônus da prova em favor do consumidor, sempre que for ou hipossuficiente ou verossímil sua alegação.

Trata-se de aplicação do princípio constitucional da isonomia, pois o consumidor, como parte reconhecidamente mais fraca e vulnerável na relação de consumo, tem de ser tratado de forma diferente, a fim de que seja alcançada a igualdade real entre os participantes da relação de consumo.

Os requisitos legais para a incidência do novel instituto encontram-se presentes, senão vejamos:

Verossimilhança, vetusto conceito já conhecido de todos no meio jurídico, nos ensinamentos de HUMBERTO THEODORO JÚNIOR, é juízo de probabilidade extraído de material probatório de feito indiciário, do qual se consegue formar opinião de ser provavelmente verdadeira a versão do consumidor.³

Esse juízo de verossimilhança, elaborado “segundo as regras ordinárias da experiência” (art. 6º, VIII), parte de dados concretos que, como indícios, demonstram a veracidade da versão do consumidor.⁴

A verossimilhança das alegações da Autora pode ser facilmente comprovada através das reportagens e CD em anexo, que demonstram a abusividade da propaganda veiculada pelo Réu, na qual oferece o cartão de crédito aos aposentados e pensionistas do país, em flagrante desrespeito aos princípios da dignidade humana, da informação clara e precisa, da boa-fé, equidade, etc.

Do que comumente acontece, nestes casos, os Magistrados por certo já são experts. Somando-se aos documentos apresentados com a exordial, não fica difícil a elaboração do juízo de probabilidade em favor dos consumidores.

Primeiramente, cabe ressaltar que, nos casos como o presente, o problema é o desequilíbrio flagrante de forças dos contratantes. Uma das partes é vulnerável, hipossuficiente.

CLÁUDIA LIMA MARQUES, em precisa colocação, demonstra que a hipossuficiência do consumidor está diretamente relacionada com o princípio da vulnerabilidade.

³ JÚNIOR, Humberto Theodoro. *In* Direitos do Consumidor. Ed. Forense. 2000, pág. 135.

⁴ JÚNIOR, Humberto Theodoro. *In* Direitos do Consumidor. Ed. Forense. 2000, pág. 135.

13 Associação Nacional dos Consumidores de Crédito Entidade Integrante de Sistema Nacional de Defesa do Consumidores
Av. Prudente de Moraes, 135 Cj.115 Cidade Jardim 30.380-000 Belo Horizonte-MG – DDD 31 3297.2112 fax 3297.0813 * andec@andec.org.br -
www.andec.org.br

O consumidor é vulnerável porque não dispõe dos conhecimentos técnicos necessários para a elaboração dos produtos ou para a prestação dos serviços no mercado. Por essa razão, o consumidor não está em condições de avaliar, corretamente, o grau de perfeição dos produtos e serviços.

E aqueles que possuem afinidade com o Direito do Consumidor sabem que existem três tipos de vulnerabilidade: a técnica (falta de conhecimentos sobre o produto que se adquire e que é presumida para o consumidor não profissional no sistema do CDC⁵), a vulnerabilidade jurídica ou científica (falta de conhecimentos legais, de contabilidade e de economia, e que também se presume ao consumidor não-profissional⁶) e a vulnerabilidade fática ou sócio-econômica (superioridade imposta pelo fornecedor ante a importância do serviço que presta⁷).

Presentes qualquer uma destas características, configura-se a hipossuficiência do consumidor.

E não é exagero afirmar que os serviços prestados pela instituição financeira Ré dão causa às três vulnerabilidades supramencionadas, pois a vulnerabilidade dos consumidores aposentados é patente e drástica, pois além de serem vulnerados de forma técnica e científica, há a vulnerabilidade fática, em decorrência da idade e da falta de discernimento para compreenderem o contrato de cartão de crédito e as consequências pela má utilização do mesmo.

A hipossuficiência dos consumidores é notória diante de todo o aparato a que tem ao seu dispor a instituição financeira Ré, empresa que atua no âmbito nacional.

Deve-se atentar para o fato de que o conceito de hipossuficiente é abrangente, de forma que, tanto pode ser hipossuficiente aquele que não possui habilidades técnicas, de conhecimento específico sobre o objeto do contrato, quanto aquele em desvantagem em decorrência de situação fática ou sócio-econômica.

Foi precisamente em razão dessas situações, enquadradas no conceito amplo de hipossuficiência, que o legislador estabeleceu a inversão do ônus da prova para facilitar a tutela jurisdicional do consumidor.

Novamente, KAZUO WATANABE:

*"Ocorrendo, assim, situação de manifesta posição de superioridade do fornecedor em relação ao consumidor, de que decorra a conclusão de que é muito mais fácil ao fornecedor provar a sua alegação, poderá o juiz proceder à inversão do ônus da prova."*⁸

⁵ MARQUES, Cláudia Lima. *In* Contratos no Código de Defesa do Consumidor. Ed. RT: 1999, pág. 148.

⁶ MARQUES, Cláudia Lima. *In* Contratos no Código de Defesa do Consumidor. Ed. RT: 1999, pág. 148.

⁷ MARQUES, Cláudia Lima. *In* Contratos no Código de Defesa do Consumidor. Ed. RT: 1999, pág. 149.

⁸ WATANABE, Kazuo, e outros. *In* Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 6ª edição. Ed. Forense Universitária. 1999, pág. 714.

14 Associação Nacional dos Consumidores de Crédito Entidade Integrante de Sistema Nacional de Defesa do Consumidores
Av. Prudente de Moraes, 135 Cj.115 Cidade Jardim 30.380-000 Belo Horizonte-MG - DDD 31 3297.2112 fax 3297.0813 * andec@andec.org.br -
www.andec.org.br

Não há como cravar interpretação contra a própria letra da lei, afirmando que devem concorrer a hipossuficiência e a verossimilhança das alegações.

A ilustre doutrinadora Cecília Matos, na sua dissertação de mestrado apresentada à faculdade de Direito da USP, defendida com brilho, assim trata do tema:

“Pretendeu o código de defesa do Consumidor tutelar tanto aquele que apresente alegações verossímeis como aqueles outros que, apesar de não verossímeis suas alegações, sejam hipossuficientes e vulneráveis, segundo assim entenda o julgador com base em suas regras de experiência.”⁹

Como bem elucida RIZZATTO, a inversão

“(...) se dará pela decisão entre duas alternativas: verossimilhança das alegações ou hipossuficiência. Presente uma das duas, ESTÁ O MAGISTRADO OBRIGADO A INVERTER O ÔNUS DA PROVA.”¹⁰

Desta forma, estando presentes os requisitos acima mencionados, se faz premente a inversão do ônus da prova, por se tratar de um direito do consumidor, consagrado no art. 6º, VIII do CDC.

III- DA TUTELA ANTECIPADA

A previsão de medidas liminares, para tutela de direitos ameaçados de dano irreparável ou de difícil reparação, não é mera faculdade do legislador, mas decorrência necessária da garantia constitucional de ação. Do contrário, submeter tais direitos ao procedimento previsto para as demais ações seria, portanto, obstar sua efetiva defesa em juízo.

Há que se ressaltar, que está implícita na garantia constitucional de acesso ao Judiciário, a tutela efetiva do direito violado ou ameaçado, com as medidas necessárias à realização dessa tutela, a serem tomadas em tempo razoável.

No tocante à tutela antecipada ora pleiteada, há que se levar em consideração que trata-se de questão decorrente de relação de consumo, cuja instrumentalidade utilizada decorre dos dispositivos previstos na Lei nº 8078/90 - Código de Defesa do Consumidor.

⁹ *Apud*, WATANABE, Kazuo. e outros . *In* Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 6ª edição. Ed. Forense Universitária. 1999. pág. 714.

¹⁰ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *In* Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. Ed. Saraiva, 2.000, pág. 122.

Assim, os requisitos específicos da tutela antecipada deverão ser analisados através da interpretação conjunta e homogênea do diploma legal supra e, subsidiariamente, do Código de Processo Civil, quando for o caso.

O CDC, em seu art. 84, traz a seguinte norma:

“Art.84- Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

(...)

§ 3º- Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo o justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao Juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

§ 4º- O Juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito”.

No que se refere a matéria regida pela Lei nº 8.078/90, envolvendo, portanto, relação de consumo, a antecipação de tutela será cabível nas hipóteses da legislação especial, no caso, aquelas contidas no art. 84 do Código de Defesa do Consumidor.

Abstrai-se esse entendimento de expressões previstas no art. 90 do CDC, sendo que, conjugados os dispositivos aplicáveis no tocante à teoria da antecipação dos efeitos da tutela, em Ação Civil Coletiva, podemos concluir que, para ser evitado o dano ao consumidor, é lícita a concessão de liminar, sem oitiva da parte contrária, para antecipação de todos ou alguns dos efeitos da tutela final pretendida, uma vez relevante o fundamento da demanda e presente o justificado receio de ineficácia do provimento final.

Neste sentido, a preciosa lição de Betina Rizato Lara, a qual merece ser transcrita, *in verbis*:

“A liminar, tanto na ação civil pública quanto no Código de Defesa do Consumidor, apresenta uma natureza eminentemente cautelar. Isto porque as duas espécies de ações já trazem em seu bojo a cautelaridade, na forma de proteção ao meio ambiente, bens de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico e ao consumidor, contra eventuais danos.....

dano, até porque o sucedâneo da reparação pecuniária não tem o condão de restituir o status quo ante.” (in Ação Civil Pública, pp. 11-112).

Nesse diapasão, a tutela antecipada deverá ser concedida, para que o Réu suspenda, imediatamente, em todos os veículos de comunicação, a veiculação da mensagem publicitária referente ao fornecimento do cartão de crédito BMG Master para aposentados e pensionistas, incluídos os comerciais inseridos na mídia (televisão, rádio, imprensa escrita e internet) e que seja proibido o fornecimento de novos cartões de crédito BMG Master, com desconto direto no benefício, aos aposentados e pensionistas, até o julgamento final do feito, com o fim de evitar prejuízos ainda maiores aos consumidores.

Conveniente destacar, que o caso sob exame, evidencia a garantia da reversibilidade do provimento antecipatório requerido.

Desta forma, ficou comprovado o perigo de dano irreparável aos consumidores, pois trata-se de uma situação na qual inúmeros aposentados estão tendo suas situações financeiras agravadas, em decorrência da má utilização do cartão de crédito, tendo ainda, suas aposentadorias retidas, com reflexo direto na impossibilidade de manutenção da sua subsistência e na de suas famílias, oriundos de uma prática ilegal e abusiva do Réu e tantos outros que ainda virão, caso não seja deferida a tutela antecipada.

Assim, a presente demanda também tem caráter preventivo, sendo que a Justiça e o Direito devem sempre buscar evitar o dano; a reparação do dano há que ser a exceção.

Ante o exposto, verifica-se a necessidade da antecipação da tutela, pois, caso contrário, o dano causado será irreparável ou de difícil reparação, já que a concessão da tutela antecipada acena no sentido de se evitarem danos aos consumidores que se encontrem na situação posta em exame.

IV- DO PEDIDO

Ex positis, requer:

A) A concessão da tutela antecipada, uma vez que é justo o receio de que a demora na concessão da mesma possa causar danos irreparáveis aos consumidores de todo o país para que:

I) seja o Réu condenado a não mais comercializar o produto “cartão de crédito BMG Master” com desconto diretamente no benefício, até o julgamento final da lide, sob pena de lhe ser cominada multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), em face do descumprimento da liminar, como reza o artigo 84, § 4º do CDC, reversível para o Fundo

Estadual de Proteção do Consumidor de Minas Gerais, de que trata o artigo 57 do CDC, sem prejuízo do disposto no artigo 84, § 5º do mesmo Diploma;

II) alternativamente:

II.1) seja o Réu condenado a não promover a contratação do produto via telefone, até o julgamento final da lide, sob pena de lhe ser cominada multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), em face do descumprimento da liminar, como reza o artigo 84, § 4º do CDC, reversível para o Fundo Estadual de Proteção do Consumidor de Minas Gerais, de que trata o artigo 57 do CDC, sem prejuízo do disposto no artigo 84, § 5º do mesmo Diploma;

II.2) seja o Réu condenado a não veicular publicidade em que transmita a idéia de idosos felizes, possuidores de boas condições financeiras e de obtenção de crédito fácil, vez que não retratam a realidade dos aposentados e pensionistas, alvos do produto ofertado e que não alerte os consumidores sobre o risco do superendividamento pela utilização do produto, até o julgamento final da lide, sob pena de lhe ser cominada multa diária de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), em face do descumprimento da liminar, como reza o artigo 84, § 4º do CDC, reversível para o Fundo Estadual de Proteção do Consumidor de Minas Gerais, de que trata o artigo 57 do CDC, sem prejuízo do disposto no artigo 84, § 5º do mesmo Diploma;

B) a isenção do pagamento das custas judiciais *latu sensu*, nos termos do art. 87 do CDC;

C) a intimação do r. do Ministério Público para acompanhar o feito na condição de *custos legis*;

D) seja publicado edital no órgão oficial, nos termos do artigo 94 do CDC, a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes;

E) seja citado o Réu, **via postal**, na pessoa de seu representante legal, no endereço constante no preâmbulo da exordial para, querendo, responder aos termos da presente ação, sob pena dos efeitos da revelia e confissão;

F) ao final, sejam confirmados e consolidados os efeitos da tutela antecipada deferida, julgando procedente o pedido, para condenar o Réu a não mais comercializar o produto "cartão de crédito BMG Master" com desconto diretamente no benefício e, alternativamente, condenar o Réu a não promover a contratação do produto via telefone e a não veicular publicidade em que transmita a idéia de idosos felizes, possuidores de boas condições financeiras e de obtenção de crédito fácil, vez que não retratam a realidade dos aposentados e pensionistas, alvos do produto ofertado e que não alerte os consumidores sobre o risco do superendividamento pela utilização do produto;

G) seja imposto ao Réu, a contrapropaganda para desfazer o malefício da publicidade enganosa e abusiva aos aposentados e pensionistas do país, nos termos do parágrafo primeiro do artigo 60 do CDC;

H) seja depositado no cofre desse D. Juízo, o disco de DVD em anexo, onde consta a mensagem publicitária objeto da presente ação;

I) seja aplicada a inversão do ônus probatório no caso em tela, considerando o disposto no artigo 6º, inciso VIII do CDC, vez que os consumidores finais e equiparados, ora substituídos pela Autora, mostram-se hipossuficientes a todo o aparato que tem ao seu dispor o Réu;

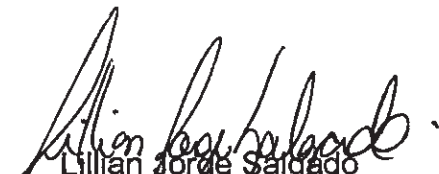
J) a condenação do Réu ao pagamento das custas processuais, honorários advocatícios à base de 20% sobre o valor da causa e demais cominações legais.

Protesta provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidos.

Dá-se à causa o valor de R\$ 1.000.000,00 (Hum milhão de reais).

Nestes termos,
Pede deferimento.

Belo Horizonte, 08 de novembro de 2006.


Lillian Jorge Salgado
OAB/MG 84.841


Ingrid Carvalho Salim
OAB/MG 67.407