



**Excelentíssimo Senhor Juiz de Direito da \_\_\_ Vara Cível da Comarca de Belo Horizonte/MG**

O **Ministério Público do Estado de Minas Gerais**, por intermédio de seu representante *in fine* assinado, vem, respeitosamente, perante Vossa Excelência, com fulcro na Lei 8.078/90 e nas demais normais aplicáveis às relações de consumo, propor a presente

**Ação Civil Coletiva**  
**Com pedido de antecipação de tutela**

em face de **Banco Itaucard S/A**, empresa responsável pela emissão e administração de cartões de crédito, inscrita no CNPJ sob o nº 17.192.451/0001-70, com sede na Alameda Pedro Calil, nº 43, CEP 08557-105, Poá/SP, pelas razões de fato e de direito que passa a expor:

**I – Dos fatos**



O presente Procedimento Preparatório foi instaurado, em 15/09/14, com o objetivo de se apurar a possível cobrança indevida de anuidade dos consumidores que contrataram o cartão de crédito do Réu com a promessa de anuidade grátis para sempre, conforme reclamação que nos foi apresentada pelo Sr. Alexander de Assis Souza (fls. 05/06 do PP).

Após algumas diligências e a instrução do feito com a juntada de diversas outras reclamações trazidas pelo Procon Assembleia (fls. 93/110 do PP), bem como com as que foram colhidas do site ReclameAqui (fls. 07/84 e 146/241 do PP), constatou-se que a prática abusiva perpetrada pelo Banco Itaucard iniciou-se por volta do ano de 2012 e perdura até os dias atuais, em total desrespeito aos seus clientes.

Em seguida, esta 14ª Promotoria de Justiça propôs Termo de Ajustamento de Conduta à referida instituição financeira (fls. 135/140 do PP) que, todavia, se declinou da proposta, sob o argumento de que a instituição tem observado a oferta feita aos consumidores, e que todas as cautelas para esse fim já foram adotadas com a investigação dos casos pontuais, o estorno dos valores cobrados indevidamente, e a readequação das informações nos sistemas internos do Banco para que os consumidores com a isenção permanente da anuidade do cartão não recebam novamente cobranças dessa natureza.

Todavia, o que se verificou foi que diversos consumidores, em todo o País, continuam reclamando contra o Banco Itaucard pela cobrança indevida da tarifa de anuidade de seus cartões de crédito, que foram contratados mediante a oferta de “anuidade grátis para sempre”.

Assim, considerando a existência de prática abusiva perpetrada pelo Banco Itaucard, em razão da cobrança indevida de anuidade dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito com a promessa de “anuidade grátis para sempre”, faz-se necessária à



propositura de Ação Civil Coletiva, haja vista o disposto nos artigos 6º, II, III, IV e VI; 7º, 30, 31, 39, V, VIII; 42, PU, 48, 51, IV, XIII, XV, 51, §1º, I, II e III, todos da Lei 8.078/90; art. 1º, I, II e III, da Resolução CMN 3.694/09; e art. 422 do Código Civil.

## **II – Dos Fundamentos Jurídicos**

### **2.1 – Do Descumprimento da oferta contratual – cartão de crédito com “anuidade grátis para sempre”**

O Réu é responsável pela emissão e administração de várias modalidades de cartão de crédito e celebrou contrato com aproximadamente 55 mil consumidores em todo o País, mediante a oferta de anuidade grátis para sempre.

A gratuidade da anuidade foi cumprida por alguns anos, mas por volta do ano de 2012 vários consumidores começaram a reclamar contra o Banco Itaucard pelo descumprimento da oferta contratual e, por conseguinte, pela cobrança indevida que estavam sofrendo, no tocante à tarifa de anuidade de seus cartões de crédito (titulares e adicionais), contratados sob a promessa de isenção permanente desse serviço.

O Sr. Alexsander de Assis Souza foi um dos consumidores que alegou ter aderido ao cartão de crédito do Banco sob a promessa de “Anuidade Grátis para Sempre”, conforme “Proposta de Associação Itaucard”, datada em 02/04/08, e acostada à fl. 122 do PP; além de também ter recebido anteriormente à adesão, “oferta especial” do Banco sobre a isenção permanente da anuidade do cartão que lhe foi oferecido à época, conforme documento juntado à fl. 123 do PP.

O consumidor afirmou que desde então nunca pagou anuidade de seu cartão, quando foi surpreendido com referida cobrança na fatura com vencimento para 01/07/14,



para ser paga em 03 parcelas de R\$111,00, conforme comprova o documento de fls. 124/125 do PP.

Disse ainda que ao fazer contato telefônico com o Banco para reclamar da referida cobrança, foi direcionado para o setor de negociação, quando a atendente lhe informou que poderia isentá-lo da cobrança somente naquele ano.

Para tanto, o Sr. Alexander também nos apresentou a cópia da fatura com vencimento para 01/08/14 (fls. 126/128 do PP) a fim de comprovar o estorno da cobrança indevida da anuidade, mas ressaltou que o cancelamento desse serviço somente fora alcançado após registrar diversas reclamações junto ao Ministério Público, ao Banco Central, no site ReclameAqui, junto ao Call Center e a Ouvidoria do Banco Itaucard, como consta à fl. 120 do PP.

Em análise ao documento de fl. 122 do PP (Proposta de Associação Itaucard) verifica-se que a gratuidade do serviço foi mencionada de forma clara e ostensiva pelo Banco Itaucard, da seguinte forma:

“Oferta: ANUIDADE GRÁTIS PARA SEMPRE”

“CONTRATAÇÃO COM ISENÇÃO PERMANENTE DA ANUIDADE DO CARTÃO: ESTE CARTÃO E OS ADICIONAIS CONTRATADOS NÃO TERÃO COBRANÇA DE ANUIDADE PARA SEMPRE”.

Outrossim, na oferta enviada por correspondência ao Sr. Alexander, o Banco também deixa claro que a isenção da cobrança de anuidade do cartão de crédito é para sempre (fl. 123 do PP):

“Oferta especial para você:



anuidade grátis para sempre”.

Redação semelhante também se encontra no doc. juntado à fl. 133 do PP, em que o Banco Itaucard oferece aos funcionários do Estado de Minas Gerais, que aderissem ao cartão a partir de 08/10/2007, a isenção da anuidade, nos seguintes termos:

“cartão de crédito PERMANENTEMENTE GRÁTIS, inclusive adicionais”.

É óbvio que a oferta massificada do cartão de crédito sob a promessa de isenção de cobrança de anuidade para sempre teve como objetivo principal aliciar, à época, novos clientes, haja vista o aumento desse meio de pagamento, por consumidores de todas as classes sociais.

Visando fomentar a comercialização de seus produtos e serviços, os fornecedores estão inovando e utilizando-se de novas técnicas e métodos comerciais mais arrojados, tais como marketing, liquidações, promoções, descontos, publicidade, dentre outros atrativos e/ou benefícios oferecidos, o que é saudável por aumentar a concorrência entre os fornecedores e trazer vantagens para os consumidores.

É inegável que a oferta de anuidade gratuita para sempre foi uma grande estratégia comercial utilizada pelo Banco para atrair mais consumidores e, certamente, foi isso que impulsionou esses consumidores a aderirem ao cartão de crédito do Réu, principalmente, se a isenção da anuidade recaía sobre um valor expressivo, considerando-se o tipo de cartão ofertado (Gold, Platinum, Black, etc.).

Pelas reclamações acostadas aos autos do PP que instrui a presente ação é possível perceber que os valores das anuidades que passaram a ser indevidamente cobradas pelo Réu compreendem valores consideráveis, conforme a espécie de cartão contratada,



cujos valores atuais variam entre R\$60,00 e R\$860,00, consoante se pode verificar pela tabela de tarifas acostada às fls. 243/244 do PP.

Como informado pelo Banco, às fls. 130/131 do PP, no caso da anuidade grátis para sempre, a oferta não ficou restrita a um grupo ou tipo de cartão de crédito e foi realizada pelo Banco segundo sua estratégia de venda e abordagem. Embora esse produto não seja mais ofertado, aproximadamente 55 mil consumidores possuem o produto com essa característica em todo o País, e destes cerca de 15 mil contrataram o referido cartão no âmbito do Estado de Minas Gerais.

Quem oferece mais benefícios e/ou realiza mais concessões, como a isenção do pagamento de anuidade por tempo indeterminado, consegue atrair mais consumidores. Porém, o não cumprimento da oferta anunciada pelo Banco, como no caso dos autos, é prática abusiva condenada pela legislação consumerista, eis que margeada de deslealdade e de extrema má-fé.

Vale ressaltar que as alegações apresentadas pelo Banco Itaucard, à fl. 131 dos autos do PP, de que as informações constantes dos sistemas internos da instituição foram readequadas, de modo que os consumidores que possuem o cartão de crédito com anuidade grátis para sempre não receberiam novamente a cobrança de anuidade, não são verídicas.

Somente neste ano de 2015 foram registrados no site ReclameAqui dezenas de reclamações de consumidores de todo o País (fls. 146/223 dos autos do PP) contra o Banco Itaucard sobre a cobrança indevida da tarifa de anuidade, em total descumprimento à oferta contratual de “anuidade grátis para sempre”, o que demonstra que a instituição insiste em locupletar-se ilicitamente com a cobrança desse serviço.



Citaremos a título exemplificativo, a reclamação da Sra. Lilian (São Paulo/SP, 19/10/15), acostada às fls. 154/159 dos autos do PP.

A consumidora alegou ter aderido a dois cartões de crédito do Unibanco com a promessa de anuidade grátis para sempre. Quando houve a fusão com o Itaú recebeu a confirmação de que o benefício seria mantido, o que ocorreu até o ano passado, quando o Banco passou a lhe cobrar a anuidade de ambos os cartões de crédito.

Afirmou, ainda, que em 2014, após contatar o Banco, o problema foi resolvido. Todavia, nesse ano de 2015, nova cobrança de anuidade foi feita pelo Banco, e este está lhe exigindo o envio da documentação que comprova a gratuidade da anuidade de seus cartões.

Como a consumidora disse não possuir tal documentação, haja vista que os cartões foram contratados em 2002, solicitou o cancelamento dos mesmos para não ter que pagar pela anuidade.

Outro caso semelhante é a reclamação do Sr. Tarcílio (Paulínia/SP, 11/08/15), acostada às fls. 165/167 do PP.

O consumidor alegou ter recebido, em 2007, uma carta do Banco com a oferta de cartão de crédito com anuidade grátis para sempre (titular e adicionais).

Relatou, também, que em 2014 o Banco lhe cobrou, pela primeira vez, a tarifa de anuidade de seu cartão. Após contatar o Banco e explicar que tinha a isenção da anuidade, a cobrança foi cancelada e houve o estorno das parcelas pagas.

Em 2015, o consumidor afirmou que a cobrança da anuidade pelo Banco se repetiu, mas este está lhe exigindo que a apresentação da prova da concessão desse benefício.



No entanto, o consumidor aduziu que, mesmo tendo enviado a cópia da carta com a oferta de isenção vitalícia da anuidade, o Banco não efetuou o seu cancelamento, agora sob o argumento de que o mesmo deverá lhe apresentar a cópia do contrato estabelecido nessas condições.

Mais um caso ilustrativo é o do Sr. Antenor (Brasília/DF, 01/07/15), acostada às fls. 179/181 do PP:

O consumidor alegou ter recebido a proposta de cartão de crédito com anuidade grátis para sempre, em 2008. Entretanto, afirmou que o Banco está tentando, em três anos consecutivos, lhe cobrar pela anuidade de seu cartão.

Relatou que na primeira vez ligou no Banco e a cobrança foi cancelada. Na segunda vez, exigiram-lhe que enviasse a cópia do contrato para comprovar a isenção, o que foi providenciado; e agora, em 2015, voltaram a lhe cobrar pela tarifa de anuidade e a exigir-lhe a apresentação de documento que comprove que seu cartão está isento da cobrança de anuidade para sempre.

Em sua consideração final, o consumidor informou que *o Banco estornou e cancelou as parcelas da anuidade, mas teve que enviar documento comprovando a situação para dois e-mails diferentes.*

Para não citarmos todas as reclamações que evidenciam o descumprimento da oferta contratual por parte do Banco Itaucard, ressaltamos novamente que todas as reclamações trazidas pelo Procon Assembleia (fls. 93/110 do PP), bem como com as que foram colhidas do site ReclameAqui (fls. 07/84 e 146/241 do PP), confirmam a prática abusiva perpetrada pelo Banco Itaucard, que se iniciou por volta de 2012 e perdura até os dias atuais.



Vejam que o Réu vem tentando cobrar a tarifa de anuidade desses consumidores que aderiram ao cartão com a promessa de anuidade grátis para sempre desde 2012, e a agora está exigindo que os mesmos, que durante anos não pagaram pelo serviço oferecido gratuitamente, apresentem a prova dessa isenção, sob pena de serem obrigados a pagar por esse serviço indevido.

É inconcebível admitirmos que o Réu imponha ao consumidor o ônus de provar que não poderá ser cobrado por um serviço que lhe foi oferecido gratuita e permanentemente, e cumprido durante vários anos, em virtude da oferta contratual pretérita feita pelo próprio Réu, sob pena de pagar por essa cobrança, que se mostra totalmente indevida e descabida, eis que decorrente do descumprimento contratual provocado ardilosa e intencionalmente pelo Réu.

Ora, a oferta relativa ao cartão de crédito com a promessa de “ANUIDADE GRÁTIS PARA SEMPRE”, “CARTÃO PERMANENTEMENTE GRÁTIS”, ou com a utilização de qualquer outra expressão semelhante, criou legítima e inquestionável expectativa aos consumidores-aderentes.

Não podemos deixar que o Réu continue se desvencilhando de seus compromissos contratuais, e ainda se locuplete illicitamente com a cobrança indevida desse serviço sobre esses consumidores.

O Código de Defesa do Consumidor dispõe, em seu art. 30, *que toda informação ou publicidade, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, desde que suficientemente precisa e efetivamente conhecida pelos consumidores a que é destinada, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar, bem como integra o contrato que vier a ser celebrado.*



Se o Réu, através da oferta amplamente divulgada, por correspondência escrita, pessoalmente na agência, ou por telefone, garantiu aos consumidores a isenção do pagamento de anuidade do cartão de crédito, deve se submeter ao cumprimento do contrato, nos exatos termos da oferta apresentada.

Sobre o tema, leciona Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin (*in* Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, Rio de Janeiro, Ed. Forense Universitária, 2007, pp. 269-270):

**“A vinculação atua de duas maneiras. Primeiro, obrigando o fornecedor, mesmo que se negue a contratar. Segundo, introduzindo-se (e prevalecendo) em contrato eventualmente celebrado, inclusive quando seu texto o diga de modo diverso, pretendendo afastar o caráter vinculante.**

(...)

Dois pressupostos básicos devem estar presentes para que o princípio da vinculação atue: veiculação e precisão da informação.

(...) Em primeiro lugar, não operará a força obrigatória se não houver veiculação da informação. Uma proposta que, embora colocada no papel, deixe de chegar ao conhecimento do consumidor não vincula o fornecedor.

É a vinculação que enseja a “exposição” do consumidor, nos termos do art. 29 do CDC, abrindo a malha protetória da lei especial.

(...) Em segundo lugar, a oferta (informação ou publicidade) deve ser suficientemente precisa, isto é, o simples exagero (*puffing*) não obriga o fornecedor.” *Destaque nosso.*

Nesse sentido, temos o seguinte julgado:



“PROCESSO CIVIL, CIVIL E CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. PUBLICIDADE ENGANOSA. PROPAGANDA VEICULADA NA MÍDIA. PRINCÍPIO DA VINCULAÇÃO. APLICAÇÃO DOS ARTIGOS 30 E 35 DO CDC.

**Em uma relação jurídica, os contratantes devem pautar-se em certo padrão ético de confiança e lealdade, em atenção ao princípio da boa-fé, que orienta as atuais relações negociais pela probidade, moralidade e honradez.**

2. Aliada a tais premissas, tem-se a expressa vedação à publicidade enganosa, tratada de modo especial no Código de Defesa do Consumidor, de tal sorte que toda publicidade deve ser suficientemente precisa, em qualquer meio de comunicação, com relação aos serviços oferecidos, pois obriga o fornecedor, seja pelo princípio da boa-fé, seja pelo princípio da vinculação, na melhor exegese do artigo 30 do CDC.

3. **Segundo se extrai do artigo 35 e seus incisos também do CDC, cuidou o legislador de estabelecer, com nitidez, que as propostas feitas ao consumidor serão informadas pelo princípio da vinculação, possuindo, destarte, caráter de obrigatoriedade, podendo o consumidor, no caso de recusa do cumprimento, pedir inclusive a sua execução forçada, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade.**

4. Em eventual dúvida, o contrato deve ser interpretado de forma favorável ao consumidor, de acordo com as aspirações despertadas no próprio público consumerista.

5. Apelo não provido. Sentença mantida.”

*(Apelação Cível nº 20070111346974, Relator Desembargador FLAVIO ROSTIROLA, julgado em 30/9/2009, DJ-e de 26/10/2009). Destaque nosso.*



O art. 48 do CDC também reafirma a boa-fé pré-contratual, como o princípio da transparência e a conseqüente harmonia que deve reger as relações de consumo, pois, ainda que o documento originalmente entregue ao consumidor não se constitua contrato que vincularia as partes, as declarações ali prestadas atrelam o fornecedor aos termos dispostos, ou seja, as declarações de vontade constantes dos escritos particulares relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor e o consumidor e devem ser cumpridas.

A boa-fé objetiva que deve nortear às relações de consumo pode ser entendida como regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir com honestidade e lealdade, visando o equilíbrio contratual.

Note-se que a conduta do Réu não resguarda a efetiva harmonia que deve prevalecer entre os interesses dos contratantes, eis que desprovida de probidade adequada e em total descompasso com o princípio da boa-fé objetiva.

Preleciona Cláudia Lima Marques, em artigo constante da Revista de Direito do Consumidor, nº 20, p. 71, que:

"Boa-fé significa uma atuação refletida, atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, seus direitos, respeitando os fins do contrato, agindo com lealdade, sem abuso da posição contratual, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, com cuidado para com a pessoa e o patrimônio do parceiro, cooperando para atingir o fim das obrigações, isto é, o cumprimento do objetivo contratual e a realização dos interesses legítimos de ambos os parceiros. Trata-se de uma boa-fé objetiva, um paradigma de conduta leal, e não apenas da boa-fé subjetiva, conhecida regra de conduta subjetiva do art.



1444 do CCB. **Boa-fé objetiva é um standart de comportamento leal, com base na confiança despertada na outra parte contratante, respeitando suas expectativas legítimas e contribuindo para a segurança das relações negociais".** (Destaque nosso).

No mesmo sentido o entendimento de Cláudio Bonatto e Paulo Valério Dal Pai Moraes, para os quais o princípio da boa-fé objetiva:

"traduz a necessidade de que as condutas sociais estejam adequadas a padrões aceitáveis de procedimento que não induzam a qualquer resultado danoso para o indivíduo, não sendo perquirido da existência de culpa ou de dolo, pois o relevante na abordagem do tema **é a absoluta ausência de artifícios, atitudes comissivas ou omissivas, que possam alterar a justa e perfeita manifestação de vontade dos envolvidos em um negócio jurídico ou dos que sofram reflexos advindos de uma relação de consumo.**" (in Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor, p. 37/38, 1999) *(Destaque nosso)*.

É indiscutível que o instrumento promocional utilizado pelo Réu influenciou diretamente na decisão dos consumidores que receberam a oferta e aceitaram aderir ao cartão de crédito oferecido. As expectativas criadas, em razão do atrativo utilizado (anuidade grátis para sempre) são legítimas e precisam ser protegidas. Do contrário, estar-se-ia negando existência aos Princípios da confiança, da transparência e da boa-fé objetiva que, frise-se, devem permear todas as relações de consumo.

## 2.2 – Do direito à repetição em dobro do indébito pago



Em razão das cobranças indevidas realizadas pelo Réu, no tocante à tarifa de anuidade que deveria ser gratuita para sempre, aplica-se o disposto no artigo 42, parágrafo único, do CDC que garante aos consumidores a repetição do indébito, por valor igual ao dobro daquilo que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo nos casos de erro justificável.

Reza o parágrafo único do art. 42 da Lei 8.078/90:

“Art. 42 (...)

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.”

No caso em epígrafe verifica-se que a cobrança indevida da anuidade do cartão de crédito dos consumidores que aderiram ao produto sob a promessa de isenção permanente não corresponde a um equívoco do Réu, mas a uma prática que vem sendo perpetrada reiteradamente, contra milhares de consumidores, o que evidencia a sua má-fé.

Leciona CLÁUDIA LIMA MARQUES *in* Contratos no Código de Defesa do Consumidor – 4ª edição, pág. 1050/1052:

“Tratando-se, portanto, de contratos entre consumidor e fornecedor, duas hipóteses podem ser pensadas. **Se ocorre a cobrança de quantia indevida, o fornecedor não só fica obrigado a restituir o que cobrou em demais**, como seria normal através da aplicação do art. 964 do Código Civil, **como também fica obrigado legalmente a restituir o dobro, corrigido monetariamente, para evitar qualquer dano ao consumidor e, em última análise, para evitar a negligência**



**no cálculo do valor a ser cobrado do consumidor. A restituição em dobro, serve assim, como uma espécie de multa, de sanção legal.** Mas pode ser ilidida se o fornecedor provar que o engano é justificável. (...) A causa do enriquecimento é a própria lei tutelar, o art. 42 do CDC, pois há ilicitude no descumprimento dos deveres de conduta leal e correta perante os consumidores, que frise-se, são uma coletividade, sendo assim, aquele consumidor representa todos e a devolução em dobro para ele é como uma 'gota de água em um oceano de lucro', este sim 'sem causa' ou com causa ilícita, por pequenos erros de cobrança. (...) A devolução simples deve ser reservada para o caso de relações comerciais, como expressamente permite o art. 51, I, *in fine*." (grifos nossos).

Cabe ainda explicar que o engano justificável não decorre de dolo ou culpa do fornecedor, não obstante todas as cautelas razoáveis exercidas pelo mesmo, o que não é o caso dos autos, visto que o Réu insiste reiteradamente em cobrar de seus clientes por um serviço isento de pagamento, em razão da oferta contratual, aproveitando-se da vulnerabilidade desses consumidores (hipossuficientes) e colocando-os em desvantagem exagerada.

Em abono, pertinentes são as lições de ANTÔNIO HERMAN DE VASCONCELLOS E BENJAMIN, *in* "Código Brasileiro de Defesa do Consumidor", comentado pelos autores do anteprojeto", 7ª ed., pag. 349:

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



A prova da *justificabilidade* do engano, na medida em que é matéria de defesa, compete ao fornecedor. O consumidor, ao cobrar o que pagou a mais e o valor da sanção, prova apenas que o seu pagamento foi indevido e teve por base uma cobrança desacertada do credor.”

Segundo o artigo 6º, IV e VI do Código de Defesa do Consumidor são direitos básicos do consumidor a proteção contra as práticas abusivas, bem como a efetiva prevenção e reparação dos danos sofridos pelos consumidores.

É evidente que o Réu deve ser compelido a responder pelos prejuízos causados aos seus clientes, em virtude da prática abusiva por ele perpetrada, como também adotar conduta diversa da atualmente praticada, de modo que o contrato seja restabelecido ao seu *statu quo ante bellum*, o que se espera e requer na presente Ação Civil Coletiva.

### III – Do Dano Moral Coletivo

A conduta do demandado, ao perpetrar práticas abusivas contra diversos usuários de cartão de crédito ofende o direito dos consumidores, o que, por si só, caracteriza a existência de danos morais a serem reparados. No caso dos autos, aplicam-se os danos morais coletivos, tal como admitido pela Lei nº 7.347/85:

"Art. 1º. Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados:

II – ao consumidor"

No mesmo sentido, o Código de Defesa do Consumidor:

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



(...)

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.

VII – o acesso aos órgãos do judiciário e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.”

No caso dos autos, o Réu impõe a cobrança de tarifa de anuidade a inúmeros consumidores que receberam a oferta e contrataram o cartão de crédito, sob a promessa de que a anuidade seria GRÁTIS PARA SEMPRE.

Não bastasse, o Réu agora exige que esses consumidores apresentem a prova contratual de que foram beneficiados com essa isenção, exclusivamente com o fito de impedir, dificultar e postergar o cancelamento dessa cobrança indevida, trazendo ainda mais transtornos e prejuízos financeiros aos consumidores.

Não se trata de se afirmar que cada consumidor tenha experimentado dor íntima, vexame, constrangimento ou qualquer outro sentimento de diminuição pessoal, como aceito por considerável parcela da doutrina e jurisprudência. Certo é que a coletividade também possui valores morais que devem ser preservados. Sua violação caracteriza ofensa à própria coletividade, no seu sentimento (coletivo) de justiça e respeito às leis. Assim, tal como previsto na legislação, o ofensor pode, e deve, ser condenado à reparação ou amenização, assumindo tal medida o relevante caráter repressivo a condutas semelhantes.

Ao considerarmos o nosso Estado, como sendo Democrático de Direito, temos, entre outros aspectos de crucial importância (direitos e garantias fundamentais), o respeito às leis como dogma inafastável da convivência pacífica em sociedade. Nesse particular,



ganha relevo o fato de que o direito do consumidor possui duplo status constitucional, ao se revestir de direito fundamental, na forma do art. 5º, XXXII, e, também, de princípio norteador e conformador da atividade econômica, assim disposto no art. 170, V, da CR/88. Logo, as ilicitudes cometidas em detrimento da comunidade de consumidores são passíveis de gerar, no corpo social (coletividade) um dano moral, uma sensação de desconforto e descrença nas leis e instituições, capaz de colocar em risco a própria paz social.

Para verificação dos fundamentos que dão sustentação à tese de existência de dano moral coletivo, há dois argumentos, a saber: previsão legal e um sentimento coletivo que pode ser objeto de ofensa em decorrência de dano causado a bens de natureza transindividual.

Neste sentido, cumpre destacar o auspicioso entendimento doutrinário abaixo, *in verbis*:

**"No dano moral coletivo não se cogita de compensação ou satisfação de alguma dor ou de algum sofrimento de um sujeito individualizado, como resultado de ofensa a algum direito subjetivo extrapatrimonial.** Como observa André de Carvalho Ramos: 'O ponto-chave para a aceitação do chamado dano moral coletivo está na ampliação de seu conceito, deixando de ser o dano moral um equivalente da dor psíquica, que seria exclusividade de pessoas físicas'. **Sobressai a finalidade dissuasória ou exemplar do montante indenizatório, que atua como fator de desestímulo de comportamentos lesivos semelhantes por parte do réu ou de terceiros"** (ANDRADE, André Gustavo Corrêa de. *Dano Moral e indenização Punitiva*, Rio de Janeiro, Forenses, 2006, p.66). (destaque nosso).



Assim é que o valor a ser arbitrado a título de danos morais tem finalidade intimidativa, a fim de inibir a prática de outros atos abusivos por parte do demandado, assim como, tem finalidade repressiva com intuito de penalizar o Réu pelos vários anos que abusou da boa-fé do consumidor, enriquecendo-se ilicitamente às suas custas.

É imperioso que a Justiça dê ao fornecedor a resposta eficaz ao ilícito praticado, sob pena de se chancelar e estimular o comportamento infringente.

A respeito desse tópico, vale trazer à colação os apontamentos de Carlos Alberto Bittar, *in verbis*:

"Com efeito, a reparação de danos morais exerce função diversa daquela dos danos materiais. Enquanto estes se voltam para recomposição do patrimônio ofendido, através da aplicação da fórmula danos emergentes e lucros cessantes, aqueles procuram oferecer compensação ao lesado, para atenuação do sofrimento havido. De outra parte, quanto ao lesante, objetiva a reparação impingir-lhe sanção, a fim de que não volte a praticar atos lesivos a outras pessoas. É que interessa ao direito e à sociedade que o relacionamento entre os entes que contracenam no orbe jurídico se mantenha dentro dos padrões normais de equilíbrio e respeito mútuo. Assim, em hipóteses de lesionamento, cabe ao agente suportar as conseqüências de sua atuação, desestimulando-se – com a atribuição de pesadas indenizações – atos ilícitos tendentes a afetar as pessoas. (...) Essa diretriz vem, de há muito tempo, sendo adotada na jurisprudência norte americana, em que cifras vultuosas têm sido impostas aos infratores, como indutoras de comportamentos adequados, sob os prismas moral e jurídico, nas interações sociais e jurídicas. **Nesse sentido é que a tendência manifestada, a propósito**



**pela jurisprudência pátria, de fixação de valor de desestímulo como fator de inibição a novas práticas lesivas. Trata-se, portanto, de valor que, sentido no patrimônio do lesante, o possa conscientizar-se de que não deve persistir na conduta reprimida, ou então, deve afastar-se da vereda indevida por ele assumida, ou, de outra parte, deixa-se para a coletividade, exemplo expressivo da reação que a ordem jurídica reserva para infratores nesse campo, e em elemento que, em nosso tempo, se tem mostrado muito sensível para as pessoas, ou seja, o respectivo acervo patrimonial". (Destaque nosso).**

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro também vem adotando esta teoria, conforme provimento da apelação interposta pelo Ministério Público daquele Estado. Vejamos:

0059087-40.2004.8.19.0001 – APELAÇÃO DES. JOSE GERALDO ANTONIO – Julgamento: 16/02/2011 – SETIMA CAMARA CIVEL AÇÃO CIVIL PÚBLICA – PRELIMINARES DE ILEGITIMIDADE PASSIVA E CERCEAMENTO DE DEFESA REJEITADAS – ADULTERAÇÃO DE COMBUSTÍVEL PARTICIPAÇÃO DA SEGUNDA APELANTE NÃO COMPROVADA DANO MATERIAL A SER APURADO EM LIQUIDAÇÃO DE SENTENÇA – DANO MORAL COLETIVO – POSSIBILIDADE FIXAÇÃO – RAZOABILIDADE - PROPORCIONALIDADE - PRECEDENTES JURISPRUDENCIAIS. O Juiz é o destinatário da prova, incumbindo-lhe avaliar e decidir sobre a necessidade ou não da sua produção, nos termos dos Art. 130 e 131 do CPC. Os estabelecimentos que comercializam combustíveis adulterados possuem legitimidade para figurar no pólo passivo da ação civil pública. **É dever dos fornecedores do produto disponibilizar no mercado produtos que**



**observem as normas estabelecidas pelo órgão regulador. A Lei nº 7347/85 prevê a possibilidade de ação civil pública de responsabilidade por danos morais e materiais, sendo admissível seu ressarcimento coletivo.** Desprovimento do primeiro e terceiro recursos e provimento do segundo. *(Destaque nosso).*

Neste sentido, também é o entendimento do E. Superior Tribunal de Justiça:

“RECURSO ESPECIAL - **DANO MORAL COLETIVO** - CABIMENTO - ARTIGO 6º, VI, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - REQUISITOS – RAZOÁVEL SIGNIFICÂNCIA E REPULSA SOCIAL - OCORRÊNCIA, NA ESPÉCIE - CONSUMIDORES COM DIFICULDADE DE LOCOMOÇÃO - EXIGÊNCIA DE SUBIR LANCES DE ESCADAS PARA ATENDIMENTO - MEDIDA DESPROPORCIONAL E DESGASTANTE - INDENIZAÇÃO - FIXAÇÃO PROPORCIONAL – DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL - AUSÊNCIA DE DEMONSTRAÇÃO - RECURSO ESPECIAL IMPROVIDO.

**I - A dicção do artigo 6º, VI, do Código de Defesa do Consumidor é clara ao possibilitar o cabimento de indenização por danos morais aos consumidores, tanto de ordem individual quanto coletivamente.**

II - Todavia, não é qualquer atentado aos interesses dos consumidores que pode acarretar dano moral difuso. É preciso que o fato transgressor seja de razoável significância e desborde os limites da tolerabilidade. Ele deve ser grave o suficiente para produzir verdadeiros sofrimentos, inquietude social e alterações relevantes na ordem extrapatrimonial coletiva. Ocorrência, na espécie.



III - Não é razoável submeter aqueles que já possuem dificuldades de locomoção, seja pela idade, seja por deficiência física, ou por causa transitória, à situação desgastante de subir lances de escadas, exatos 23 degraus, em agência bancária que possui plena capacidade e condições de propiciar melhor forma de atendimento a tais consumidores.

IV - Indenização moral coletiva fixada de forma proporcional e razoável ao dano, no importe de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

V - Impõe-se reconhecer que não se admite recurso especial pela alínea "c" quando ausente a demonstração, pelo recorrente, das circunstâncias que identifiquem os casos confrontados.

VI - Recurso especial improvido.”

*(REsp 1221756 / RJ - DJe 10/02/2012)*

“ADMINISTRATIVO. PROCESSUAL CIVIL. TELEFONIA. CONSUMIDOR. SERVIÇOS NÃO SOLICITADOS. ALEGADA VIOLAÇÃO DO ART. 535, II, DO CPC. INEXISTÊNCIA. AUSÊNCIA DE PREQUESTIONAMENTO. SÚMULA 211/STJ. DECISÃO ULTRA PETITA. NÃO OCORRÊNCIA. LEGITIMIDADE DO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL CABÍVEL. DECADÊNCIA NO DIREITO DE RECLAMAR. ART. 26 DO CDC. INAPLICÁVEL. DANO MORAL COLETIVO. REVISÃO DO VALOR. SÚMULA 07/STJ. DEMAIS PENALIDADES. AUSÊNCIA DE PREQUESTIONAMENTO.

1. Cuida-se de recurso especial no qual se busca reformar acórdão que, em síntese, ampliou os termos da sentença que condenou em parte a empresa de telecomunicações. **A condenação original consistiu-se, basicamente, na obrigação de não fazer, referente à coibição de cobrança de qualquer serviço acessório do denominado "pacote inteligente", sem a anuência prévia dos usuários, sob pena**



**de multa, bem como determinou o pagamento de indenização por dano coletivo, a ser fixada na execução. O acórdão recorrido incluiu a fixação de um valor ao dano moral coletivo, consistente de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), bem como fixou a publicação da decisão judicial em três jornais de grande circulação.**

2. De plano, cabe notar que é inexistente a alegada violação do art. 535, II, do Código de Processo Civil, porquanto a prestação jurisdicional foi dada na medida da pretensão deduzida, como se depreende da análise do acórdão recorrido.

3. Da análise detida dos autos, observa-se ainda que a Corte de origem não analisou, sequer implicitamente, os artigos 6º, 128, 267, inciso VI, 293 e 460, todos do Código de Processo Civil; 884 do Código Civil, e o artigo 94 do Código de Defesa do Consumidor, no que deve ser aplicada a Súmula 211/STJ.

4. Não pode prosperar a alegação de que o acórdão consignou decisão que ultrapassa os limites da lide, como é facilmente contrastável pelo cotejo entre a petição inicial, a sentença e o acórdão.

**5. O Ministério Público está legitimado a promover ação civil pública ou coletiva, não apenas em defesa de direitos difusos ou coletivos de consumidores, mas também de seus direitos individuais homogêneos.** Precedentes.

6. A decadência prevista no art. 26 do Código de Defesa do Consumidor é inaplicável ao caso concreto, já que a demanda versa sobre serviços cobrados e ausentes de solicitação, e não sobre vícios detectáveis, como no diploma legal. O raciocínio analógico permite o paralelo com as cobranças indevidas dos serviços bancários, como consignado pela Segunda Seção: REsp 1.117.614/PR, Rel. Ministra Maria Isabel Gallotti, DJe 10.10.2011.



**7. A atribuição do valor da multa por dano moral coletivo foi devidamente justificada e fundamentada pelo Tribunal de origem, e não se apresenta como exorbitante, tampouco irrisória; logo, a revisão de tal valor está vedada pelo teor da Súmula 07/STJ. (REsp 1203573 / RS - DJe 19/12/2011).**

“DANO MORAL COLETIVO. PASSE LIVRE. IDOSO. A concessionária do serviço de transporte público (recorrida) pretendia condicionar a utilização do benefício do acesso gratuito ao transporte coletivo (passe livre) ao prévio cadastramento dos idosos junto a ela, apesar de o art. 38 do Estatuto do Idoso ser expresso ao exigir apenas a apresentação de documento de identidade. Vem daí a ação civil pública que, entre outros pedidos, pleiteava a indenização do dano moral coletivo decorrente desse fato. Quanto ao tema, é certo que este Superior Tribunal tem precedentes no sentido de afastar a possibilidade de configurar-se tal dano à coletividade, ao restringi-lo às pessoas físicas individualmente consideradas, que seriam as únicas capazes de sofrer a dor e o abalo moral necessários à caracterização daquele dano. **Porém, essa posição não pode mais ser aceita, pois o dano extrapatrimonial coletivo prescinde da prova da dor, sentimento ou abalo psicológico sofridos pelos indivíduos. Como transindividual, manifesta-se no prejuízo à imagem e moral coletivas e sua averiguação deve pautar-se nas características próprias aos interesses difusos e coletivos. Dessarte, o dano moral coletivo pode ser examinado e mensurado. Diante disso, a Turma deu parcial provimento ao recurso do MP estadual.”** (REsp 1.057.274-RS, Rel. Min. Eliana Calmon, julgado em 1º/12/2009). (grifos nossos).



A consciência coletiva, no dizer de Rodolfo de Camargo Mancuso seria uma *"nova 'ordem coletiva' emergente (que) aparece como o tertium genus desse processo, porque representa um ponto intermédio entre o Estado e o indivíduo: menos do que aquele; mais do que este"*<sup>1</sup> (op. cit. p. 35).

Carlos Alberto Bittar Filho, nas conclusões de precursor artigo sobre o tema, afirma: *"seja protegendo as esferas psíquica e moral da personalidade, seja defendendo a moralidade pública, a teoria do dano moral, em ambas as dimensões (individual e coletiva), tem prestado e prestará sempre inestimáveis serviços ao que há de mais sagrado no mundo: o próprio homem, fonte de todos os valores"*<sup>2</sup> (op. cit. p. 60).

A possibilidade de condenação por danos morais coletivos poderá vir a ser um importante e eficaz instrumento para coibir as ações dos grandes fornecedores de produtos e serviços que, diariamente, agridem e afrontam os interesses dos consumidores, seja com a veiculação de publicidades enganosas, descumprimento de ofertas, inserção de cláusulas leoninas em contratos de adesão, enfim, medidas que implicam em fraude ou lesão aos interesses transindividuais. Não se pode negar que diversas atitudes provindas dos fornecedores podem vir a caracterizar o dano moral coletivo, ensejador de indenização que deverá ser aplicada, considerando-se o grau de culpa do ofensor e o bem lesado, de tal sorte que não seja nem tão grande que signifique a ruína do infrator, nem tão pequena que avilte a sociedade.

O dano moral coletivo decorre de uma responsabilidade objetiva, em que não é necessária a concorrência de dolo ou culpa (imperícia, imprudência ou negligência), a prova do dano moral coletivo também se dá pela simples demonstração da ocorrência do ato ilícito por parte do agressor, e do nexos de causalidade entre o ato e o dano, para que se tenha como certo o dever de indenizar.

<sup>1</sup> MANCUSO, Rodolfo de Camargo. Interesses difusos, 5a. edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

<sup>2</sup> BITTAR FILHO, Carlos Alberto. Dano Moral Coletivo. Revista de Direito do Consumidor nº 12. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 44-62, out.-dez. 1994.



Desta feita, não há que se falar em prova do dano, ou demonstração inequívoca do prejuízo sofrido pela coletividade de cidadãos. Mas só o fato de configuração da conduta ilícita já é motivo suficiente do dever de ressarcimento por parte do agente causador do dano.

Assim, aplica-se a teoria da responsabilidade civil conhecida por “*damnum in re ipsa*”, que abrange o dano evidente e notório, bastando apenas a sua presunção de ocorrência, já que ainda quando límpido e cristalino o dano, a sua prova não é de fácil produção.

Logo, nas palavras acima transcritas, temos a certeza de que o dano moral coletivo é presumido quando da ocorrência do ato ilícito – *ipso facto*, não sendo necessária a sua prova, já que muitas vezes impossível essa comprovação, sendo que qualquer teoria em contrário levaria o instituto à inocuidade.

Na presente demanda, o Réu apropriou-se de valores indevidos no tocante à cobrança de tarifa de anuidade dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito prescindido da oferta de ANUIDADE GRÁTIS PARA SEMPRE. Ademais, está impedindo, dificultando e postergando o cancelamento dessa cobrança, ao exigir que esses consumidores provem documentalmente que fazem jus a essa benesse. Tais métodos são abusivos, desleais e contrários às normas consumeristas.

Portanto, os danos morais causados à coletividade no caso concreto restam evidentes, devendo, assim, ser emitido provimento jurisdicional à altura da repercussão social alcançada pelo teor depreciativo da conduta empreendida pelo demandado, sendo o que se espera e se requer.



#### **IV – Da Tutela de Urgência**

É flagrante a fumaça do bom direito que emana da tese ora sustentada, não só à luz dos preceitos constitucionais que conferem ao consumidor o direito a receber especial proteção do Estado, mas também do Código de Defesa do Consumidor que erige o direito básico do consumidor à proteção contra práticas e cláusulas abusivas impostas no fornecimento de produtos e serviços.

A matéria de fato, outrossim, não se presta a controvérsias, visto que há prova inequívoca da verossimilhança da alegação de que o Réu, ao arrepio das normas legais aplicáveis ao caso, está cobrando indevidamente anuidade dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito oferecido com a promessa de “anuidade grátis para sempre”.

Verifica-se, assim, que a demora de um provimento jurisdicional definitivo acerca da matéria em exame implica perigo de dano irreversível ao consumidor, pois, se subsistir vigente a exigência do pagamento indevido da tarifa de anuidade por esses consumidores, até o término desta querela, o Réu estará se enriquecendo ilicitamente às suas custas, cuja reparação restará dificultada.

Os prejuízos que vêm sendo causados aos consumidores são irreparáveis ou de difícil reparação, vez que podem afetar o planejamento financeiro do consumidor, haja vista que a maioria dos valores das anuidades que estão sendo cobradas é consideravelmente vultuosa.

Finalmente, destaque-se que havendo determinação judicial que impeça o Réu de exigir a cobrança da anuidade dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito com a promessa de anuidade grátis para sempre, em nada o prejudicará caso possa vir a empregá-la, novamente, caso a tutela antecipada seja a qualquer tempo revogada ou modificada, o



que descaracteriza, desde logo, qualquer alegação de *periculum in mora in reversum* de que se pudesse lançar mão para atacá-la.

#### V) DOS PEDIDOS:

Pelo exposto, requer o Ministério Público que esse r. Juízo conceda:

**5.1) a ANTECIPAÇÃO DE TUTELA, *inaldita altera pars*, em ÂMBITO NACIONAL,** determinando:

**5.1.1) a notificação do Réu, na pessoa de seu representante legal, para que, em 48 (quarenta e oito) horas, a partir do recebimento do respectivo mandado e até a decisão final nesta demanda:**

**5.1.1.1) abstenha-se de cobrar tarifa de anuidade dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, do titular e cartões adicionais;**

**5.1.1.2) abstenha-se de exigir dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito, mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, que apresentem qualquer documento comprobatório sobre a concessão desse benefício, oferecido pelo Banco à época da contratação, como condição para que haja o restabelecimento ou a continuidade dos serviços com a isenção do pagamento da anuidade do titular e cartões adicionais;**



**5.1.2)** divulgue, no prazo de 30 dias, na página inicial de seu sítio eletrônico, a publicação do provimento liminar, como desdobramento do direito à informação pelos consumidores lesados, para conferir publicidade e efetividade à decisão;

**5.1.3)** a cominação de astreintes, no valor de R\$50.000,00 (cinquenta mil reais) ao dia, se houver descumprimento das obrigações de fazer e não fazer indicadas acima, sujeita à atualização monetária, pelos índices oficiais, desde a distribuição da petição inicial até o efetivo adimplemento, valor que será destinado ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do art. 3º, inciso II, da Lei Complementar Estadual nº 66, de 22/01/03;

**5.2)** a **TUTELA DEFINITIVA**, julgando procedente a pretensão deduzida na presente ação, **EM ÂMBITO NACIONAL**, para que:

**5.2.1)** seja **declarada abusiva e indevida a cobrança** da TARIFA DE ANUIDADE dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, do titular e cartões adicionais;

**5.2.2)** a condenação do Réu em **obrigação de não fazer** para que, **EM ÂMBITO NACIONAL**:

**5.2.2.1)** **abstenha-se de cobrar** tarifa de anuidade dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, do titular e cartões adicionais;

**5.2.2.2)** **abstenha-se de exigir** dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito, mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, que apresentem qualquer documento comprobatório sobre a concessão desse benefício,



oferecido pelo Banco à época da contratação, como condição para que haja o restabelecimento ou a continuidade dos serviços com a isenção do pagamento da anuidade do titular e cartões adicionais;

**5.2.3)** a cominação de astreintes, sugestionada no valor de R\$100.000,00 (cem mil reais) ao dia, se houver descumprimento de quaisquer das obrigações de não fazer indicadas acima, acrescida de correção monetária e juros de mora até o efetivo adimplemento, cujo valor será destinado ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do art. 3º, inciso II, da Lei Complementar Estadual nº 66, de 22/01/03; sem prejuízo das demais medidas previstas no art. 461 do CPC.

**5.2.4)** a condenação do Réu em obrigação de fazer para que, **EM ÂMBITO NACIONAL:**

**5.2.4.1)** cumpra à oferta contratual feita aos consumidores que aderiram ao cartão de crédito, mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, isentando-os permanentemente do pagamento da referida tarifa (titular e cartões adicionais);

**5.2.4.2)** informe, por escrito, de forma clara e ostensiva, na fatura do cartão de crédito do titular, aos consumidores que contrataram os serviços de cartões de crédito, mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, sobre a manutenção de isenção permanente do pagamento da referida tarifa (titular e cartões adicionais);

**5.2.5)** divulgue, no prazo de 30 dias, na página inicial de seu sítio eletrônico, a publicação da sentença, como desdobramento do direito de informação aos consumidores interessados, para conferir publicidade e efetividade à decisão;



**5.2.6)** pague multa diária, sugestionada no valor de R\$100.000,00 (cem mil reais) se, ao término do prazo fixado judicialmente, houver descumprimento das obrigações de fazer indicadas acima, acrescida de correção monetária e juros de mora até o efetivo adimplemento, cujo valor será destinado ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do art. 3º, inciso II, da Lei Complementar Estadual nº 66, de 22/01/03; sem prejuízo das demais medidas previstas no art. 461 do CPC.

**5.2.7)** a condenação do Réu para que, também:

**5.2.7.1)** indenize os consumidores, individualmente considerados, pelos danos materiais e morais sofridos, como estabelecido no art. 6º, VI, do CDC;

**5.2.7.2)** restitua em dobro os valores cobrados indevidamente, no tocante à TARIFA DE ANUIDADE (do titular e cartões adicionais), dos consumidores que aderiram ao cartão de crédito mediante a oferta de anuidade grátis para sempre, ou com outra expressão similar, nos últimos cinco anos, na forma do parágrafo único do art. 42 do CDC, a serem apurados, individualmente, em liquidação de sentença, nos termos do art. 95 e seguintes do CDC;

**5.2.7.3)** pague, a título de dano moral coletivo (pelo período que cobrou, indevidamente, de todos os seus clientes, a TARIFA DE ANUIDADE dos consumidores que receberam a oferta de ANUIDADE GRÁTIS PARA SEMPRE, ou com outra expressão similar e, em razão dessa oferta contrataram o cartão de crédito), o valor de R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais), devidamente corrigidos e acrescidos de juros legais, que será revertido ao Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do art. 3º, inciso II, da Lei Complementar Estadual nº 66, de 22/01/03;

**5.2.7.4)** efetue o pagamento de todos os ônus de sucumbência;



## VI - DOS REQUERIMENTOS:

O Ministério Público requer, ademais:

**6.1)** a citação do Réu para, querendo, contestar a presente ação, sob pena de revelia, sendo presumidos como verdadeiros os fatos ora deduzidos;

**6.2)** seja determinada à Secretaria deste juízo que publique o edital a que se refere o art. 94 do CDC, sob pena de eventual nulidade do processo;

**6.3)** que as intimações de todos os atos processuais sejam procedidas, na forma do disposto no art. 236, § 2º do CPC, junto a esta 14ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor, no endereço indicado no rodapé dessa inicial.

**6.4)** a inversão do ônus da prova, previsto no art. 6º, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor.

Protesta, ainda, o Ministério Público, nos termos do artigo 322 do Código de Processo Civil, pela produção de todas as provas em direito admissíveis, notadamente a pericial, a documental, testemunhal bem como depoimento pessoal do Réu, sob pena de confissão.

Atribui-se à causa, o valor de R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais).

Belo Horizonte, 24 de novembro de 2015.

Lindolfo Barbosa Lima



Promotor de Justiça

**OBS.:** A inicial está instruída com o **Procedimento Preparatório nº MPMG-0024.14.007701-7**, que é composto de 01 volume contendo 252 folhas numeradas e rubricadas pela Secretaria desta 14ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor, o qual deverá integrar os autos da Ação Civil Coletiva, ora proposta.