

	<p><b>Estado de Mato Grosso</b> Assembleia Legislativa</p>
<p><b>Despacho</b></p>	<p>NP: qd5lj495 <b>SECRETARIA DE SERVIÇOS LEGISLATIVOS</b> 27/03/2019 Projeto de lei nº 349/2019 Protocolo nº 1456/2019 Processo nº 589/2019</p>
<p><b>Autor:</b> Dep. Paulo Araújo</p>	

**Proíbe as instituições financeiras, no âmbito do Estado de Mato Grosso, de ofertar e celebrar contratos de empréstimos de qualquer natureza, com aposentados e pensionistas, por ligação telefônica.**

A **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO**, tendo em vista o que dispõe o Art. 42 da Constituição Estadual, aprova e o Governador do Estado sanciona a seguinte lei:

Art. 1º. É vedado às instituições financeiras, no âmbito do Estado de Mato Grosso, ofertar e celebrar contratos de empréstimos de qualquer natureza, com aposentados e pensionistas, por ligação telefônica.

Art.2º. Em caso de descumprimento ao disposto nesta Lei, a instituição financeira será multada no valor de 5.000 UPF/MT (Unidade Padrão Fiscal do Estado de Mato Grosso).

Parágrafo Único. A multa, em caso de reincidência, será acrescida de 100% (cem por cento) do seu valor definido no caput deste artigo.

Art. 3º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICATIVA

O crescimento rápido do número de pessoas idosas no Brasil nas últimas décadas e, com isso, a disponibilidade de rendas regulares e estáveis, mesmo pequenas, tornou os idosos interessantes para a economia.

Em dezembro de 2015, o Ministério da Previdência Social pagava mais que 27 bilhões (R\$ 27.128.497.403) de reais para mais que 26 milhões (26.133.763) de aposentados e pensionistas<sup>1</sup>, fato que resulta em uma média de um pouco mais que R\$ 1.000,00 por aposentadoria ou pensão.

Diante disso, foi inaugurado o crédito consignado, com uma sequência de construções normativas iniciada em dezembro de 2003, com a Lei 10.820 e precedida, em 26.12.2001, pela Ação direta de Inconstitucionalidade (Adin) proposta pelos bancos, visando excluir as atividades de natureza bancária,

financeira, de crédito e securitária da aplicação do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

A situação jurídica dos idosos no Brasil encontra um divisor de águas, em 2006, com o Voto-Vista do Ministro Eros Grau na Ação Direta de Inconstitucionalidade 2.591-1 proposta em 2003, no sentido da proteção do consumidor com o reconhecimento da relação de consumo, primeiro passo para a aplicação do microssistema do Código de Defesa do Consumidor às instituições financeiras, cuja Ementa do Acórdão segue abaixo colecionada, a saber:

“CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR”. ART. 5º, XXXII, DA CB/88. ART. 170, V, DA CB/88. INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS. SUJEIÇÃO DELAS AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, EXCLUÍDAS DE SUA ABRANGÊNCIA A DEFINIÇÃO DO CUSTO DAS OPERAÇÕES ATIVAS E A REMUNERAÇÃO DAS OPERAÇÕES PASSIVAS PRATICADAS NA EXPLORAÇÃO DA INTERMEDIÇÃO DE DINHEIRO NA ECONOMIA [ART. 3º, § 2º, DO CDC]. MOEDA E TAXA DE JUROS. DEVER-PODER DO BANCO CENTRAL DO BRASIL. SUJEIÇÃO AO CÓDIGO CIVIL. 1. As instituições financeiras estão todas elas, alcançadas pela incidência das normas veiculadas pelo Código de Defesa do Consumidor. 2. "Consumidor", para os efeitos do Código de Defesa do Consumidor, é toda pessoa física ou jurídica que utiliza, como destinatário final, atividade bancária, financeira e de crédito. 3. O preceito veiculado pelo art. 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor deve ser interpretado em coerência com a Constituição, o que importa em que o custo das operações ativas e a remuneração das operações passivas praticadas por instituições financeiras na exploração da intermediação de dinheiro na economia estejam excluídas da sua abrangência. 4. Ao Conselho Monetário Nacional incumbe a fixação, desde a perspectiva macroeconômica, da taxa base de juros praticável no mercado financeiro. 5. O Banco Central do Brasil está vinculado pelo dever-poder de fiscalizar as instituições financeiras, em especial na estipulação contratual das taxas de juros por elas praticadas no desempenho da intermediação de dinheiro na economia. 6. Ação direta julgada improcedente, afastando-se a exegese que submete às normas do Código de Defesa do Consumidor [Lei n. 8.078/90] a definição do custo das operações ativas e da remuneração das operações passivas praticadas por instituições financeiras no desempenho da intermediação de dinheiro na economia, sem prejuízo do controle, pelo Banco Central do Brasil, e do controle e revisão, pelo Poder Judiciário, nos termos do disposto no Código Civil, em cada caso, de eventual abusividade, onerosidade excessiva ou outras distorções na composição contratual da taxa de juros. ART. 192, DA CB/88. NORMA-OBJETIVO. EXIGÊNCIA DE LEI COMPLEMENTAR EXCLUSIVAMENTE PARA A REGULAMENTAÇÃO DO SISTEMA FINANCEIRO. 7. O preceito veiculado pelo art. 192 da Constituição do Brasil consubstancia norma-objetivo que estabelece os fins a serem perseguidos pelo sistema financeiro nacional, a promoção do desenvolvimento equilibrado do País e a realização dos interesses da coletividade. 8. A exigência de lei complementar veiculada pelo art. 192 da Constituição abrange exclusivamente a regulamentação da estrutura do sistema financeiro. CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL. ART. 4º, VIII, DA LEI N. 4.595/64. CAPACIDADE NORMATIVA ATINENTE À CONSTITUIÇÃO, FUNCIONAMENTO E FISCALIZAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS. ILEGALIDADE DE RESOLUÇÕES QUE EXCEDEM ESSA MATÉRIA. 9. O Conselho Monetário Nacional é titular de capacidade normativa --- a chamada capacidade normativa de conjuntura --- no exercício da qual lhe incumbe regular, além da constituição e fiscalização, o funcionamento das instituições financeiras, isto é, o desempenho de suas atividades no plano do sistema financeiro. 10. Tudo o quanto exceda esse desempenho não pode ser objeto de regulação por ato normativo produzido pelo Conselho Monetário Nacional. 11. “A produção de atos normativos pelo Conselho Monetário Nacional, quando não respeitem ao funcionamento das instituições financeiras, é abusiva, consubstanciando afronta à legalidade”. (ADI 2591, Relator (a): Min. CARLOS VELLOSO, Relator (a) p/ Acórdão: Min. EROS GRAU, Tribunal Pleno, julgado em 07/06/2006, DJ 29-09-2006 PP-00031 EMENT VOL-02249-02 PP-00142 RTJ VOL- 00199-02 PP-00481)

Quando o crédito consignado foi implantado, esperava-se que os bancos cumprissem a promessa da redução dos juros e, obviamente, garantir o crédito responsável, tendo em vista que seria uma forma de crédito praticamente sem risco para os bancos.

Destaca-se, que o crédito consignado teve um sucesso enorme, estimulado, também, por uma campanha bastante agressiva de publicidade pelos bancos. Além da publicidade normal, foram empregados cliques na televisão onde bem conhecidos atores, também já em idade avançada, aconselharam este “crédito amigo” aos aposentados.

Nessas campanhas, foram usadas várias técnicas para vender o produto. Por um lado, tirou-se o limite entre a esfera privada e o interesse econômico, o “crédito amigo” lembra muito mais um amigo emprestando um dinheiro, do que um contrato econômico profissional. Também trabalhou-se com medos específicos de pessoas idosas (solidão, saúde) e, finalmente, usou-se da autoridade de pessoas famosas reconhecidas. A tendência de exagerar aspectos positivos e esconder problemas do crédito levou a alguns processos jurídicos.

Além da campanha massiva de publicidade trabalhou-se, também, muito com contatos diretos. Intermediários, chamados de “pastinhas” fazem contato com pessoas idosas para que estes contratem um crédito. Durante muito tempo, era praticamente impossível para pessoas idosas passarem na frente de um banco sem serem abordadas para fazer um crédito consignado.

A situação dos aposentados e pensionistas, as vantagens do novo crédito e o marketing agressivo mostraram resultados: o “crédito consignado” teve um sucesso enorme. Nos primeiros 7 meses, os bancos emprestaram, neste formato, mais que 11,5 bilhões de reais em um total de 6,8 milhões de contratos. De 2004 a 2007 foram contratados 30,6 bilhões de reais em 23,6 milhões de contratos. De fato, a tendência continua forte. Somente em maio de 2012 foram emprestados 2,9 bilhões de reais em 876.326 contratos. Com os dados, fica evidente de que se trata, geralmente, de somas pequenas. Na média, empresta-se um valor em torno de R\$ 1.500,00 a ser pago em 33 prestações. Percebemos, também, que maioria dos contratantes possui uma renda de até um salário mínimo.

Mas o grande sucesso do crédito consignado não pode esconder os problemas que surgiram deste o início. Assim, o INSS teve que mudar as regras, principalmente na fase inicial, para proteger os aposentados e pensionistas, regulamentando as práticas dos bancos para impedir crimes contra os idosos. Entre janeiro 2005 e janeiro 2008, as normas e regras foram alteradas oito vezes. A maioria das mudanças se refere às práticas dos bancos para proteger os consumidores. Algumas demonstraram a tendência dos bancos em abusar da situação dos consumidores, por exemplo, em relação a não entregar cópias dos contratos, além de imprimi-los em letras muito pequenas. Para conseguir um maior número de clientes, os bancos facilitaram a contratação, tanto que abriram espaço para muitos abusos contra os consumidores. Como exemplo, serve a prática de fazer um contrato via telefone. Apesar de, nas normas, estar previsto somente a contratação de forma escrita ou eletrônica, aconteceu em muitos casos, que os contratos foram feitos via telefone. Com isso se abriu um espaço enorme para fraudes através de pessoas que conseguiram, geralmente de modo fácil, os dados de pessoas idosas e fizeram um contrato em seu nome.

Outro ponto crítico é a utilização do cartão de crédito com reserva de margem consignável (RMC). Em julho de 2005 foi aberta a possibilidade de usar o crédito consignado para financiar um cartão de crédito especial. Neste momento, era possível comprometer no máximo 10% da renda com o cartão. Mas, já em novembro do mesmo ano, foi retirada essa possibilidade com o argumento de que isso facilitaria um superendividamento dos consumidores idosos. Um grupo de trabalho foi constituído para analisar o tema e, em janeiro de 2008, o uso de cartão de crédito foi de novo autorizado, com regras específicas em relação aos juros e a emissão do cartão.

Em relação aos Cartões de Crédito com Reserva de Margem Consignável (RMC) adverte a Coordenação Nacional de Aposentados, Pensionista e Idoso, do Instituto Social, Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, in verbis:

“A Coordenação Nacional de Aposentados, Pensionista e Idoso, do Instituto Social, Ambiental e Desenvolvimento Sustentável para combater ilegalidades e reparar danos a aposentados e pensionistas que contrataram cartões de crédito com reserva de margem consignável (RMC) acreditando terem celebrado um empréstimo consignado.

O equívoco gerou sérios prejuízos financeiros ao consumidor.

E o que é essa tal de reserva de margem consignável, o chamado RMC? Ocorre que muitas vezes, em uma necessidade, o beneficiário vai ao banco ou em empresa conveniada contratar o referido empréstimo e surpreende-se com a notícia que não pode utilizar os 30% que a lei lhe permite, apenas 20%, pois 10% estão reservados para a tal “Reserva de Margem Consignável”, e poucos sabem explicar o que de fato é isso!

Funciona assim: Se alguma vez o aposentado/pensionista fez um empréstimo, mesmo que há 10 anos, ele assina um contrato e quase sempre consta lá, escondido, uma cláusula mencionando que 10% da margem ficará restrita para possível contratação de cartão de crédito, ou seja, para pagamento da fatura! Não contentes a empresa ainda envia o cartão para sua casa, ou pior: vem “escondido” no cartão de débito do beneficiário (aquele que ele usa apenas para sacar o benefício).

Inicialmente, foram registradas reclamações de consumidores relatando haver realizado um empréstimo consignado e que, apesar de longos anos de pagamento, as parcelas não cessavam.

Ao buscar respostas o Instituto ISADS tomou conhecimento de que em verdade os reclamantes não haviam celebrado um empréstimo consignado, mas um cartão de crédito com reserva de margem consignável.

Embora, em ambos os tipos de contrato, seja possível a obtenção de empréstimo, no caso do consignado a taxa de juros é, normalmente, a metade da aplicada no cartão de crédito com reserva de margem.

As diferenças, porém, não esbarram aí. No consignado, o cliente efetua o empréstimo já com data certa para início e término das parcelas; ao passo que no cartão de crédito com reserva de margem não há data limite para o término do pagamento e os juros duas vezes maiores.

Além disso, o fato de os descontos em razão da obtenção de empréstimo por meio do cartão, ser efetuados diretamente no contracheque do consumidor o induz a acreditar que fez um consignado como outro qualquer. Como as parcelas são baixas (o desconto somente alcança 10% da remuneração do servidor, aposentado ou pensionista), ele somente se dará conta do mal negócio que fez quando perceber, após longos anos, que já pagou três ou quatro vezes o valor solicitado e não há previsão para o término das parcelas.

Entenda como funciona a prática:

O cliente busca o representante do banco com a finalidade de obtenção de empréstimo consignado e a instituição financeira, nitidamente, ludibriando o consumidor, realiza outra operação: a contratação de cartão de crédito com RMC.

Na sua folha de pagamento será descontado apenas o correspondente a 6% do valor obtido por empréstimo e o restante desse valor e mais os acréscimos é enviado para pagamento sob a forma de fatura que chega mensalmente à casa do consumidor.

Se este pagar integralmente o valor da fatura, que é o próprio valor do empréstimo, estará quitada a dívida; se, entretanto, como ocorre em quase todos os casos, o pagamento se restringir ao desconto consignado no contracheque (6% apenas do total devido), sobre a diferença não paga, isto é, 94% do valor devido, incidirão juros que são duas vezes mais caros que no empréstimo consignado normal.

“Na prática, todos os meses em que a fatura não é paga em sua integralidade ocorre novo empréstimo e incidem juros sobre juros”.

Denota-se que a constante mudança de normas é obviamente problemática. Por um lado, pode-se argumentar que o INSS possuiu uma alta sensibilidade para o desafio de introduzir um crédito para aposentados e pensionistas pouco acostumados com práticas bancárias. Sustenta este argumento o fato de que o INSS, nos primeiros anos, manteve informações atualizadas, também com relatórios de fraudes e problemas, no seu site, por uma equipe de jornalistas que recolheram informações das mais variadas fontes.

Por outro lado, estas mudanças constantes criam também insegurança. Apesar de ser possível acessar as últimas regras no site do Ministério de Previdência Social, este caminho não está à disposição da grande maioria das pessoas idosas que, em função das rendas baixas e da pouca escolaridade, dificilmente são usuários da Internet.

Assim, resta a impressão de que um instrumento importante da inclusão social de pessoas idosas, através de um acesso seguro e normatizado a créditos, foi introduzido de forma precipitada. Esta impressão é reforçada pelo fato de que somente em julho de 2005, então mais de um ano depois da implementação oficial do crédito consignado, a população foi informada, através de uma campanha nacional de televisão e

rádio sobre a existência e as regras do crédito consignado.

Ressalta-se, que o consumidor idoso é um consumidor “disputado” e de “vulnerabilidade potencializada”, cuja vulnerabilidade especial está ligada a sua “idade” e “condição social”, como especifica o CDC, que torna alguns serviços (serviços de saúde) ou produtos (remédios) essenciais à manutenção da vida.

É importante destacar que a presente proposição tem por desiderato proteger esse grupo de consumidores vulneráveis, obstando as instituições financeiras no Estado de Mato Grosso de oferecer e contratar empréstimos de qualquer natureza, com aposentados e pensionistas, por ligação telefônica.

Estes tipos de contratações desrespeitam os princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor e do Estatuto do Idoso.

Salienta-se, que os contratos de fornecimento de crédito oferecidos por instituições financeiras são inegavelmente de consumo e, por tal razão, devem sujeitar-se às normas previstas no Código de Defesa do Consumidor, porquanto os consumidores se enquadram na definição de destinatário final e a instituição financeira, de fornecedora, a teor do disposto nos artigos 2º, 3º, do CDC, sendo que, a partir dessa premissa, é que apresento a proposição em foco.

Como dito, não há dúvida de que os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor se aplicam aos contratos bancários, porquanto assim explicitam a Súmula 297 do C. Superior Tribunal de Justiça.

Assim, emerge a competência concorrente do Estado para legislar sobre a matéria em apreço, forte no disposto do art. 24, inc. IV, da Constituição Federal, verbis:

“Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: (...).

V - produção e consumo”;

Corroborando desse entendimento, preleciona a jurista Cláudia Lima Marques:

"Apesar das posições contrárias iniciais, e com o apoio doutrinário, as operações bancárias como um todo, foram consideradas pela jurisprudência brasileira, como submetidas às normas e ao novo espírito do CDC de boa-fé obrigatória e equilíbrio contratual" (Artigo Júris Síntese/02).

Vários órgãos de imprensa do Estado e do País noticiam as fraudes e golpes nos casos de contratação de empréstimo pessoal e de cartão de crédito (RMC) praticados por algumas instituições financeiras em desfavor de aposentados ou pensionistas.

A oferta por telefone não vincula de forma clara todos os ônus contratuais, tanto que já é entendimento, em alguns Estados, proibir estes tipos de contratações por via telefônica.

O Código Consumerista consagra o princípio da transparência como corolário das relações de consumo, devendo tal regramento ser observado para garantir a higidez da relação.

E a transparência invocada pelo sistema significa “informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo”.

A informação correta e precisa acerca do produto oferecido é condição imprescindível ao respeito à transparência da relação contratual.

Frisa-se que a abusividade da publicidade reside na sua capacidade de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Dispõe o artigo 37, do CDC, que “é proibida toda publicidade enganosa ou abusiva”. O parágrafo 2º do citado dispositivo acrescenta que “é abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e

experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”

O art. 37, §2º do CDC, como se pode perceber, é constituído por conceitos jurídicos indeterminados. Logo, a verificação da abusividade de uma publicidade deverá considerar os parâmetros indicados no dispositivo transcrito, que inegavelmente estão “carregados” com valores constitucionais ligados à pessoa humana e aos elementos do caso concreto:

“O artigo 37, § 2º, elenca, em lista exemplificativa, algumas modalidades de publicidade abusiva. Em todas elas observa-se ofensa a valores da sociedade: o respeito à criança, ao meio ambiente, aos deficientes de informação (conceito que não se confunde com deficiência mental), à segurança e à sensibilidade do consumidor.

No CDC, ressaltamos antes, a abusividade foi tratada pelo legislador como ‘conceito jurídico indeterminado, que deve ser preenchido na construção do caso concreto’. Leva em conta, nomeadamente, os valores constitucionais básicos da vida republicana. Entre eles, estão os valores da dignidade da pessoa humana, do trabalho, do pluralismo político, da solidariedade, do repúdio à violência e a qualquer comportamento discriminatório de origem, raça, sexo, cor, idade, da intimidade, privacidade, honra e imagem das pessoas, da valorização da família, da proteção ampla à criança, ao adolescente e ao idoso, da tutela enérgica da saúde, do meio ambiente, do patrimônio histórico e cultural”. (BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. São Paulo: Forense Universitária, pp. 339/341)

Vale esclarecer que a abusividade da publicidade independe da intenção do fornecedor e da ocorrência efetiva de danos, basta que haja perigo de dano, ou seja, que a publicidade seja capaz de resultar em um mal:

“Aqui também é importante frisar que para a caracterização da natureza abusiva de um anúncio não é necessário que ocorra de fato um dano ao consumidor concreto ou uma ofensa concreta”. Basta que haja perigo; que exista a possibilidade de ocorrer o dano, uma violação ou ofensa. “A abusividade, aliás, deve ser avaliada sempre tendo em vista a potencialidade do anúncio em causar um mal”. (RIZZATO NUNES, Luiz Antônio. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Saraiva 2009, p. 478)

Considerando que “o anúncio não pode” “estimular o uso perigoso do produto ou serviço”<sup>6</sup> e que as propagandas veiculadas apenas ressaltam a facilidade de aquisição do produto, sem alertar acerca dos riscos de superendividamento dos consumidores. Ainda que o contido no anúncio seja verdadeiro, por faltar-lhe dado essencial, a publicidade torna-se enganosa por omissão, por constar apenas as facilidades para aquisição e utilização, sem, contudo, advertir sobre os riscos inerentes.

Tal prática é abusiva, conforme prevê o art. 39 do CDC, verbis: “é vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas”. O inciso IV do mencionado dispositivo adiciona que “prevaler-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”.

No que tange à forma da pactuação, entendo que os contratos oferecidos pelas instituições financeiras, tratando-se de prestação de serviço que envolva concessão de crédito e financiamento, devem estar em consonância com o princípio da informação prévia e adequada ao consumidor, concretizado nas regras do art. 52 da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), in verbis:

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

- Preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- Montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros; III - acréscimos legalmente previstos;
- Número e periodicidade das prestações;
- Soma total a pagar, com e sem financiamento. (“...”).

Outrossim, não há dúvidas de que os contratos de empréstimos de qualquer natureza realizados por telefone são legítimos contratos de adesão, sendo que, ao consumidor, escolhido a instituição financeira de sua preferência, resta apenas a escolha do valor pretendido e o número de parcelas com as quais pretende pagar o débito, cabendo ao banco informar ao seu cliente as cláusulas contratuais que impliquem restrição ou limitação de direitos, redigindo-as com o destaque suficiente a permitir a sua fácil e imediata compreensão.

Daí conclui-se que, na oferta e na contratação destas espécies de negócios jurídicos (crédito consignável, cartão de crédito RMC, entre outros) perfectibilizados por intermédio de ligação telefônica é impossível a instituição financeira cumprir todos os requisitos previstos no CDC, o que conduz à invalidade dos contratos firmados por este meio.

Com efeito, dispõe o art. 3º, inciso III, da Instrução Normativa do INSS nº 28/2008, alterada pela Instrução Normativa do INSS nº 39/2009 que os titulares de benefícios de aposentadoria ou pensão por morte poderão autorizar descontos a título de Reserva de Margem Consignável (RMC), desde que tal autorização se dê de forma expressa, por escrito ou por meio eletrônico, verbis:

“Art. 1º A Instrução Normativa nº 28/INSS/PRES, de 16 de maio de 2008, passa a vigorar com as seguintes alterações e reordenamentos em seus arts. 3º e 17:

...

“Art.” 3º Os titulares de benefícios de aposentadoria e pensão por morte, pagos pela Previdência Social, poderão autorizar o desconto no respectivo benefício dos valores referentes ao pagamento de empréstimo pessoal e cartão de crédito concedido por instituições financeiras, desde que:

- o empréstimo seja realizado com instituição financeira que tenha celebrado convênio com o INSS/Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência Social - Dataprev, para esse fim;

- I. - mediante contrato firmado e assinado com apresentação do documento de identidade e/ou Carteira Nacional de Habilitação - CNH, e Cadastro de Pessoa Física - CPF, junto com a autorização de consignação assinada, prevista no convênio; e
- II. - a autorização seja dada de forma expressa, por escrito ou por meio eletrônico e em caráter irrevogável e irretratável, não sendo aceita autorização dada por telefone e nem a gravação de voz reconhecida como meio de prova de ocorrência.

§ 1º Os descontos de que tratam o caput não poderão exceder o limite de 30% (trinta por cento) do valor da renda mensal do benefício, considerando que o somatório dos descontos e/ou retenções não exceda no momento da contratação, após a dedução das consignações obrigatórias e voluntárias:

a) até 20% (por cento) para as operações de pessoal; e

b) até 10% (dez por cento) para as operações de cartão de crédito.

§ 2º Caso o beneficiário opte por contratar a modalidade de cartão de crédito, ficará reservada sua margem consignável no montante fixo de 10% (dez por cento), observado o disposto no parágrafo anterior.

§ 3º Observado o disposto no § 1º, quando o beneficiário não contratar cartão de crédito, isto implicará em ampliação do percentual da margem consignável para empréstimo pessoal até o limite de 30% (trinta por cento).

§ 4º A autorização, por escrito ou por meio eletrônico, para a efetivação da consignação, retenção ou constituição de Reserva de Margem Consignável - RMC, valerá enquanto subscrita pelo titular do benefício, não persistindo, por sucessão, em relação aos respectivos pensionistas e dependentes.

§ 5º No caso de redução da renda do titular do benefício durante a vigência do contrato, aplica-se o limite previsto no § 1º para as novas averbações.

§ 6º “É proibida a consignação das modalidades de crédito financiamento e arrendamento mercantil”.

Cumpra assinalar, ainda, que a contratação destes empréstimos são condicionadas por instituições financeiras, na sua maioria, como pré-requisito ao acesso ao crédito, a chamada “venda casada”7- 8, fato vedado pelo art. 39, do CDC, verbis:

“Art. 39”. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

(...)

“IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”;

Nesse sentido:

“AÇÃO DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO C.C. REPETIÇÃO DE

INDÉBITO E INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS – Empréstimo realizado via cartão de crédito com reserva de margem consignável (RMC)– Autor que não reconhece os descontos havidos em seu benefício previdenciário a esse título – Impossibilidade de se provar a regularidade da contratação e autorização para desconto por meio de mídia digital (via telefone) – Inteligência do art. 3º, inciso III, da Instrução Normativa do INSS nº 28/2008, alterada pela Instrução Normativa do INSS nº 39/2009 – Débito que deve ser declarado inexigível – Cabimento do pedido de devolução dos valores descontados do benefício previdenciário do requerente, todavia de forma simples, ante a ausência de comprovada má-fé da instituição financeira – Instituição financeira que deve, igualmente, cessar o lançamento de valores a tal título no benefício do requerente e promover a liberação de sua margem consignável – Dano moral in re ipsa caracterizado – Indenização fixada, nesta oportunidade, em R\$ 10.000,00, valor proporcional ao dano, e que bem atende aos requisitos de sanção da conduta do agente e concessão de lenitivo à vítima - Necessidade, contudo, de devolução da quantia creditada pelo banco em conta-corrente do autor, a fim de se restituírem as partes ao status quo ante – Sentença de improcedência reformada – Recurso provido em parte”. (TJSP; Apelação Cível 1003326-40.2017.8.26.0297; Relator (a): Paulo Pastore Filho; Órgão Julgador: 17ª Câmara de Direito Privado; Foro de Jales - 1ª Vara; Data do Julgamento: 04/12/2018; Data de Registro: 04/12/2018).

“APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO CIVIL COLETIVA - OFERECIMENTO DE CARTÃO DE CRÉDITO A PENSIONISTAS E APOSENTADOS - CONDIÇÕES FACILITADAS - PROPAGANDA ABUSIVA E ENGANOSA - VIOLAÇÃO DO DEVER DE INFORMAÇÃO - CONTRATAÇÃO VIA TELEFONE - IMPOSSIBILIDADE - DEVER DE CONTRAPROPAGANDA - CONFIGURAÇÃO - MÁ-FÉ - AUSÊNCIA DE COMPROVAÇÃO - HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS -- INTELIGÊNCIA DO ARTIGO 20, § 3º e 4º DO CPC - MAJORAÇÃO - SENTENÇA REFORMADA EM PARTE. A

Característica principal da publicidade enganosa, segundo o CDC, é ser suscetível de induzir o consumidor a erro, mesmo por suas omissões. Restando caracterizada a publicidade enganosa, cabível a imposição de contrapropaganda para desfazer ou minimizar seus efeitos (arts. 56 XII, e 60 do CDC). A contratação de empréstimo consignado via telefone, afronta direitos básicos do consumidor, sobretudo, o direito à informação clara e adequada a respeito dos termos do contrato, previsto no artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa Consumidor. Os honorários sucumbenciais devem ser arbitrados de acordo com o art. 20, do CPC, remunerando condignamente o trabalho apresentado pelo patrono da parte vencedora. “A aplicação da pena por litigância de má fé só é possível quando se verifica que a parte incorreu em alguma das condutas previstas no art. 17 do CPC e exige a sua comprovação”. (TJMG - Apelação Cível 1.0024.06.255350- 8/007, Relator(a): Des.(a) Wanderley Paiva, 11ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 16/07/2014, publicação da súmula em 25/07/2014)

Apesar da citada Instrução Normativa do INSS proibir a contratação de empréstimo de qualquer natureza pelos idosos e pensionistas por meio telefônico, as instituições financeiras continuam a ofertar e celebrar



contratos desta natureza, o que deve ser repellido pelo Poder Público, forte nas regras insertas no CDC e nos preceitos do Estatuto do Idoso.

Ante o exposto, solicitamos a aprovação do presente Projeto de Lei levando em consideração o interesse público contido na iniciativa, ou seja, fazer valer os direitos dos consumidores, em especial à proteção dos aposentados e pensionistas.

Plenário das Deliberações “Deputado Renê Barbour” em 26 de Março de 2019

**Paulo Araújo**  
Deputado Estadual