

BANCO DE DADOS E CADASTROS DOS CONSUMIDORES

FIORI. MÔNICA DE OLIVEIRA SILVA¹
PEDRO. WILLIAN PETER²

RESUMO

No Brasil, após a promulgação de nossa Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, inciso XXXII, foi determinado que o estado promovesse em forma de lei a defesa do consumidor e, o artigo 48 no ato das disposições constitucionais transitórias, determinou que o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias após a promulgação da Constituição, elaborasse o Código de Defesa do Consumidor. Após convocação extraordinária do congresso no recesso de julho de 1990, o projeto recebeu novas emendas, sendo votado e enviado para sanção presidencial, o que foi sancionado e publicado em 12 de setembro de 1990, como lei de nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

O capítulo V, seção VI, trata dos bancos de dados e cadastros dos consumidores, os quais exercem um papel muito importante na sociedade e nas relações de consumo, visando o armazenamento de dados ligados à identidade do consumidor no mercado de consumo, havendo assim uma divisão de dois grupos, os habilitados para o recebimento do crédito e os inabilitados.

O direito a intimidade é previsto na Constituição Federal no art. 5º, V e X, pois o cidadão tem o direito de saber o que existe a seu respeito nos bancos de dados e cadastros, bem como de corrigir eventuais dados registrados incorretamente.

Palavras-Chave: Cadastros, Consumidor, Código de Defesa do Consumidor e Princípios básicos do CDC.

INTRODUÇÃO

A palavra cadastro tem seu princípio ligado à função de censo, de uma maneira especial é aquele relativo à direção das autoridades administrativas de registro de propriedade de terra e também na organização de cobrança de impostos, o que também já ocorria no Egito antigo, conforme preceitua Efig (2002, p. 20):

“Ao que tudo indica, a palavra cadastro tem origem ligada à função de censo, especialmente aquele relativo à orientação das autoridades administrativas no registro de proprietários de terra, e organização da cobrança de impostos deles, o que inclusive ocorria já no antigo Egito”.

Vinda do sistema Romano a palavra cadastro foi propagada e emprestada a todo o sistema de fichário organizado por estabelecimentos particulares ou públicos, referente a qualquer assunto de seu interesse, sendo administrativo ou até mesmo econômico, incluindo cadastro de consumidores e bancários, conforme conceitua Efig (2002, p. 20):

¹ Mestre em Direito das Relações Sociais pela PUC-SP. Especialista em Direito das Relações de Consumo pela PUC-SP. Professora do Centro Universitário Dr. Edmundo Ulson - UNAR e da Faculdades Anhanguera – Campus Leme - SP. monicafiori@ig.com.br

² Bacharelado em Direito no Centro Universitário Dr. Edmundo Ulson.

“Ao que consta criado pelos romanos com o intuito exposto, o termo cadastro se difundiu e foi emprestado a “todo sistema de fichário, organizado pelos estabelecimentos públicos ou particulares, referente a qualquer assunto de seu interesse, seja econômico ou mesmo administrativo, inclusive aos cadastros bancários e de consumidores”.

A escolha do tema foi fazer um estudo sobre banco de dados e cadastro, nas relações de consumo, quais as ferramentas e os meios de defesa para o consumidor quando houver violação dos princípios norteadores do código de defesa do consumidor.

Neste trabalho procurar-se-á fazer uma abordagem sobre os princípios os quais regem os bancos de dados e cadastros de consumidores, bem como dos dispositivos legais que tratam do tema, quais sejam, seção VI – Dos Banco de Dados e cadastros, art. 43 e seus parágrafos, 1º, 2º, 3º, 4º e 5º e art. 44 e parágrafos 1º e 2º.

1 – EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Desde a sua existência a humanidade até os dias de hoje, sempre foi dividida em várias espécies de sociedades, poder-se-á dizer que estas sociedades contribuíram para o desenvolvimento respeitando de certa forma o período de existência de cada uma delas, pois eram consideradas complexas.

Para entender, uma sociedade é um conjunto de pessoas que vivem em um mesmo lugar e se submetem as leis expostas a elas. Essas sociedades são consideradas complexas quando dentro deste grupo em que vivem há uma subdivisão em classes, e dentro destes, diferentes grupos defendem diferentes objetivos a serem atingidos, gerando desta forma um conflito interno dentro desta sociedade.

Nessas classes que mantinham diferentes objetivos dentro da sociedade, sempre havia uma classe mais forte que as demais, onde cada modelo de sociedade sempre era considerada opressora e a outra oprimida.

Durante a evolução da humanidade, em cada modelo de classes, as lutas internas entre essas classes existiram praticamente sem nenhuma interrupção, como descreve Rodrigues (s./d.):

“Para melhor entendermos tal situação, utilizaremos como exemplo as evoluções ocorridas em nossos modelos de sociedades no decorrer da história. A Sociedade Romana Antiga era dividida em diversas classes, tínhamos os patrícios, os cavaleiros, os plebeus e os escravos, onde cada uma dessas classes lutava na defesa de seus interesses maiores. Já na Idade Média, a sociedade da época também era dividida em classes, existiam os senhores feudais, os vassallos, os chefes de corporação, os assalariados, os aprendizes e os servos. Por fim, mais recentemente nasce a Sociedade Burguesa Moderna, que não aboliu os antagonismos existentes entre as classes, apenas estabeleceu a existência de novas classes, de novas condições de opressão, podemos dizer que nesta época surge uma divisão simplificada de classe: burguesia e proletariado. Em cada modelo de sociedade existente durante a evolução da humanidade, as lutas internas entre classes existiram praticamente sem nenhuma interrupção. Ao final das duradouras disputas sempre ocorria uma revolucionária transformação ou a ruína das classes em disputa, classes estas de diversos níveis sociais”. (Disponível em: <<http://bonilhaeruella.com/artigos/124-evolucao-historica-do-direito-do-consumidor.html>>. Acesso em: 12.out.2013).

Em nossa história o direito de alguma maneira, já se demonstrava de forma aleatória, e que em nossos dias atuais poder-se-á considerar como sendo uma norma protetiva ao consumidor, por volta de 2.300 anos a.C, já existia normas para a regularização do comércio da época, demonstrando assim a preocupação com os lucros abusivos praticados pelos comerciantes, essas normas eram encontradas no código de Hammurabi, qual descreve Filomeno (2008, p. 04):

“Há quem veja, já no “Código de Hammurabi”, escrito há mais de quatro mil anos, uma preocupação, ainda que latente, com a proteção daqueles que procuravam os serviços de terceiros, profissionais e experimentavam graves danos”.

Após o período do código de Hammurabi, até os dias atuais houve uma evolução considerável das sociedades e o direito também não ficou para trás, o qual vem se evoluindo com os modelos de sociedades, como descreve Rodrigues (s./d.):

“Desde o período de Hammurabi, até os dias atuais houve uma considerável evolução nos diversos tipos de sociedade que fizeram parte desta história. Nosso direito também não ficou para trás, e vem evoluindo juntamente com os modelos de sociedades”. (Disponível em: <<http://bonilhaeruela.com/artigos/124-evolucao-historica-do-direito-do-consumidor.html>>. Acesso em: 12.out.2013).

Já no século XVIII a.C., no Egito antigo, Mesopotâmia e Índia, através do código de Massú, lei 697 e 698 que dizia que "incorre em pena de multa e punição, além de ressarcimento de danos, aos que adulterarem gêneros ou entregassem coisa de espécie inferior à acertada ou, ainda, vendesse bens de igual natureza por preços diferentes", conforme descreve Filomeno (2008, p. 05):

“Na Índia, no século VIII a.C., o sagrado “Código de Manu” previa multa e punição corporal, além de ressarcimento dos danos causados aos consumidores, àqueles que adulterassem gêneros alimentícios (“lei n 697), ou então entregassem coisa de espécie diferente ou qualidade inferior àquela acertada, ou ainda vendessem bens de natureza semelhante por preços diferenciados (“Lei n.º 698”)”.

Desde a época mais antiga já havia o interesse do estado soberano na proteção às pessoas que adquirissem determinados produtos ou serviços, intervindo diretamente na ordem econômica quando os comerciantes tinham lucros abusivos, ou seja, criando normas que assegurassem aos compradores o direito de troca ou a devolução da quantia paga, no caso do produto vendido apresentasse algum vício ou não possuísse as qualidades prometidas pelo vendedor, embora nessa época não se pensasse em direito do consumidor, percebe-se algo acerca do tema.

1.1 - SURGIMENTO DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Desde os tempos antigos existe a defesa das classes menos favorecidas ante aos produtores, fabricantes e prestadores de serviços, havendo indícios desta proteção no código de Hammurabi, o qual detinha certas regras, como descreve Filomeno (2008, p. 04):

“A lei rezava que o arquiteto viesse a construir uma casa cujas paredes se revelassem deficientes teria a obrigação de reconstruí-las às suas próprias expensas. Extremas, outrossim, eram as consequências de desabamentos com vítimas fatais: o empreiteiro da obra, além de ser obrigado a reparar cabalmente os danos causados ao empreitador, sofria

punição (morte), caso houvesse o mencionado desabamento vitimando o chefe da família; caso morresse o filho do dono da obra, pena de morte para o respectivo parente da família do empreiteiro, e assim por diante”.

Durante o império Romano, o mesmo possuía um controle de abastecimento de produtos, que após a conquista de novas terras, a primeira medida do império era o congelamento dos preços, a fim de que o governo fizesse o controle destes, em virtude da alta inflação que sofria o império, conforme descreve Filomeno (2008, p. 06):

“Destacam-se, ainda durante o Império Romano, as práticas de controle de abastecimento de produtos, principalmente nas regiões conquistadas, bem como a decretação de “congelamento dos preços”, no período fez-se sentir grave processo inflacionário, gerando em grande parte pelo déficit do tesouro imperial, decorrente da manutenção das hostes de ocupação nos extensos territórios conquistados”.

Já na idade média, com o desenvolvimento do comércio, as entidades de artesões criaram um sistema de fiscalização e controle de seus próprios produtos, havendo ainda vigilância na cidade para que não houvesse abusos, conforme diz Simões (s./d.):

“Na Idade Média com o desenvolvimento do comércio, as entidades de artesões criaram um sistema rígido de fiscalização e controle dos seus produtos, havendo ainda a vigilância das cidades para que não houvesse abusos”. (Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

A partir dos anos 50 e 60, como a produção dos países desenvolvidos aumentou de forma significativa, o comércio mundial decorrente da produção em massa, começa então a ser garantido ao consumidor quatro direitos básicos: segurança, informação, direito de escolha e o direito de ser ouvido e consultado, descreve Simões (s./d.):

"A partir dos anos 50 e 60, a produção dos países desenvolvidos aumentou substancialmente, bem como o comércio mundial, decorrente da produção em massa, o direito do consumidor traz então quatro direitos básicos: segurança, informação, direito de escolha e o direito de ser ouvido e consultado”. (Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

A primeira norma para defesa do consumidor surgiu nos Estados Unidos em 1872, onde eram reprimidos os atos fraudulentos de comerciantes; em 1887, foi criada a comissão do comércio entre os estados tendo a função de fiscalizar e regular o comércio nas estradas de ferro, conforme conceitua Simões (s./d.):

“As primeiras normas para a defesa do consumidor surgiram nos Estados Unidos em 1872, onde reprimia atos fraudulentos dos comerciantes. Posteriormente em 1887 foi criada a Comissão do Comércio entre os estados com a função de regular e fiscalizar o comércio em estradas de ferro”. (Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

Em 1890 nos Estados Unidos, surge a lei de proteção do consumidor denominada “leis Sherman”, mais somente em 1960, com o surgimento das associações dos consumidores a lei de defesa do consumidor ganhou maior fôlego nos Estados Unidos. Ou seja, o verdadeiro movimento consumerista, após metade do século XX, começou para valer esse movimento, conforme menciona Nunes (2013, p. 42):

“Nos Estados Unidos, que hodiernamente é o país que domina o planeta do ponto de vista do capitalismo contemporâneo, que capitaneia o controle econômico mundial (cujo o modelo de controle tem agora o nome de globalização), a proteção ao consumidor havia começado em 1890 com a Lei Sherman, que é a lei antitruste americana”.

Mas no século XIX, já existia uma preocupação sobre a questão do mercado de consumo no país mais poderoso do mundo, conforme descreve Nunes (2013, p. 42): “Mas é importante atentarmos para essa preocupação existente já no século XIX com a questão do mercado de consumo, no país mais poderoso do mundo”.

Foi criada em 1914 a federal *Trade Commission*, a qual era uma legislação que regulamentava a proteção aos consumidores, já em 1916, a jurisprudência Americana, garantia a inversão do ônus da prova, conforme descreve Simões (s./d.):

“Em 1914, foi criada a Federal Trade Commission, que era uma legislação antitruste e garantia a proteção aos consumidores. A Jurisprudência americana desde 1916, garante o dever geral de diligência do vendedor e a inversão do ônus da prova”. (Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

Na França, em 1905 é criada a lei sobre fraudes e controle da falsificação de mercadorias, em 1951, foi criada a lei que limitava a venda com prêmios, já em 1963 a repressão à publicidade enganosa, em 1973 a orientação para o comércio e do artesanato, em 1978 criou-se a regulamentação para o crédito de consumo e o controle das cláusulas abusivas, conforme preceitua Simões (s./d.):

“Na França, em 1905 surgiu a lei sobre fraudes e controle da falsificação de mercadorias; em 1951 leis que delimitam as vendas com prêmios; em 1963 a repressão à publicidade enganosa; em 1973 a orientação do comércio e do artesanato; em 1978 a regulamentação sobre o crédito de consumo e o controle das cláusulas abusivas, surgem também às associações particulares de defesa e a instituição do juízo arbitral a “Associativo França de Ortonormalizais (AFNOR)” e a “Associativo França Por e ' Etiqueta d' Informativos (ARFEI)” para coordenação de marcas e análise da apresentação dos produtos”. (Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

Na Alemanha foi criada em 1909, a lei que tratava da concorrência desleal, após é criado o juízo de associações aos consumidores em 1965, em 1976 é criada a lei de defesa contra as cláusulas abusivas, conforme descreve Simões (s./d.):

“Na Alemanha, as primeiras leis datam de 1909, que tratam da concorrência desleal; em 1965 é criado o juízo de associações aos consumidores; em 1976 surgem leis para a defesa

contra clausulas abusivas e, em 1977 leis que regulam as condições gerais de contratação".(Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

Na Inglaterra a primeira lei foi criada em 1893, que dispõem o reconhecimento de particularidades dos contratos de compra e venda de bens, qual segundo Simões (s./d.) diz:

“Na Inglaterra as primeiras leis são de 1893, que dispõem sobre o reconhecimento das particularidades dos contratos de venda e compra de bens corpóreos; em 1932 surgem as primeiras Jurisprudências reconhecendo a inversão do ônus da prova; em 1987 surge a “ConsumerProtectionAct” e várias leis de controle administrativo e repressão penal para abusos em vendas de produtos de alimentação, farmacêuticos e medicinais, e também doutrina sobre direito contratual comum”. ”.(Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

O primeiro país a garantir a proteção do consumidor na Constituição Federal, foi a Espanha em 1978, a qual se baseou na carta do conselho da Europa sobre a proteção do consumidor de 1973, conforme descreve Simões (s./d.):

A Espanha foi o primeiro país a garantir a proteção do consumidor na Constituição Federal de 1978, tendo por base a Carta do Conselho da Europa sobre a proteção do consumidor de 1973".(Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

Em 1957, é criado em Portugal a lei a qual tratava de alguns direitos para defesa do consumidor, a qual trata sobre as infrações antieconômicas e contra a saúde pública, em 1972, é criada a lei a qual tratava sobre os alimentos. Já em 1977, foi criada a lei que tratava sobre produtos encomendados, em 1979, o controle de vendas a prestações, em 1981, é criada a lei de defesa do consumidor, a qual através desta criou-se o instituto nacional de defesa do consumidor, que regulamentou as associações de consumidores, e também garantia alguns direitos básicos tais como: proibição de bens ou serviços perigosos e a comunicação clara sobre os riscos dos produtos e serviços, conforme Simões (s./d.) preceitua:

“Em Portugal às primeiras leis para a defesa do consumidor é de 1957, que dispõe sobre as infrações antieconômicas e contra a saúde pública; as leis de alimentos em 1972; leis sobre produtos encomendados em 1977; o controle de vendas a prestações em 1979; a lei para defesa do consumidor em 1981, onde se criou o Instituto Nacional de Defesa do Consumidor, o qual regulamentou as associações dos consumidores, onde foram instituídos os direitos básicos como: proibição de bens ou serviços perigosos e a comunicação clara sobre os riscos dos produtos e serviços”. (Disponível em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>. Acesso em: 12.out.2013).

No Brasil antes mesmo da promulgação da Constituição Federal de 1988, o Dr. Flavio F. C. Bierrenbach formou uma comissão, com o objetivo de apresentar um anteprojeto sobre o

Código de Defesa do Consumidor, o qual veio a ser publicado no diário oficial de 04 de janeiro de 1989, após a publicação deste anteprojeto surgiram novas sugestões inclusive da própria comissão, como descreve Grinover e Benjamin (1991, p.1):

“Antes mesmo da promulgação da Constituição de 1988, o então presidente do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, Dr. Flávio Flores da Cunha Bierrenbach, constituiu comissão, no âmbito do referido conselho com o objetivo de apresentar Anteprojeto de Código de defesa do consumidor”.

“Que veio a ser publicado no DO de 4 de janeiro de 1989, acompanhado do parecer da comissão, justificando o acolhimento ou a rejeição das propostas recebidas”.

A comissão ouviu sugestões de juristas Brasileiros e estrangeiros reunidos no I Congresso Internacional de Direito do Consumidor, que foi realizado na cidade de São Paulo de 29 de maio a 02 de junho de 1989, conforme menciona Grinover e Benjamin (1991, p. 2):

“A comissão de juristas do CNDC prestou especial atenção às proposições e sugestões dos juristas brasileiros e estrangeiros reunidos no I Congresso Internacional de Direito do Consumidor, realizado em São Paulo, de 29 de maio a 2 de junho de 1989”.

Após esse longo trabalho de elaboração o qual envolveu pessoas físicas e jurídicas, associações e representantes de consumidores e de fornecedores de produtos e serviços, resultou em um código, como preceitua Grinover e Benjamin (1991, p. 3):

“Assim foi que esse longo e democrático trabalho de gestação, que envolveu pessoas físicas e jurídicas, entes e associações, representantes dos consumidores de produtos e serviços, tendo como fonte e raiz o trabalho da comissão, foi por esta acompanhado em todas as suas etapas, resultando finalmente num Código que é encontro, equilíbrio e consenso e que representa a síntese de um esforço coletivo”.

Após a promulgação da Constituição Federal de 88, em seu artigo 5º, inciso XXXII, estabelece que “o Estado promoverá em forma de lei a defesa do consumidor”, entendendo assim o legislador que isso só não bastaria no artigo 48 da Constituição Federal no ato das disposições constitucionais transitórias, determinou que o congresso nacional, dentro de cento e vinte dias após a promulgação da Constituição, deveria elaborar o Código de Defesa do Consumidor, conforme descreve Grinover e Benjamin (1991, p. 8):

“De fato, a Constituição, ao cuidar dos Direitos e Garantias Fundamentais, estabelece, no inciso XXXII do art. 5º, que “o estado promoverá, na forma de lei, a defesa do consumidor”. O legislador maior, entretanto, entendeu que tal não bastava. Assim, mais adiante, no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, determina que o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará Código de Defesa do Consumidor”.

Para levantar os pontos polêmicos do código e para apresentar sugestões, foi realizada pela comissão audiência pública colhendo sugestões da sociedade, indústrias, comércios, prestadores de serviços, governo, consumidores e cidadãos, a intenção do relator da comissão era criar um clima de acordo, em que pudesse chegar um bom senso que atendiam a todos os interessados, qual segundo Grinover e Benjamin (1991, p. 4) diz:

“Para debate dos pontos polêmicos do Código e apresentação de sugestões, a comissão Mista realizou ampla audiência pública, colhendo o depoimento e as sugestões de representantes dos mais variados segmentos da sociedade: indústria, comércio, serviços,

governo, consumidores, cidadãos. A absoluta transparência e a isenção do relator da Comissão Mista criaram um clima de conciliação, em que se pôde chegar ao consenso, adotando-se posições intermediárias, que atendiam a todos os interessados”.

O projeto da comissão foi publicado em 4 de dezembro de 1989, o qual recebeu novas emendas o qual foi aprovado pela própria comissão, após convocação extraordinária do congresso no recesso de julho de 1990, e após problemas procedimentais superados pelo plenário, o projeto foi enviado para sanção presidencial, o qual acabou sendo sancionado e publicado em 12 de setembro de 1990, como lei de nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990, assim o código foi votado e transformado, conforme descreve Grinover e Benjamin (1991, p. 4):

“Finalmente, o Projeto da Comissão Mista, publicado a 4 de dezembro de 1989, recebeu novas emendas, até ser aprovado pela própria comissão e, a seguir – superados alguns problemas procedimentais -, pelo Plenário, durante a convocação extraordinária do congresso, no recesso de julho de 1990. Enviado à sanção presidencial, o projeto acabou sendo sancionado, com vetos parciais, e publicado a 12 de setembro de 1990, como lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990”.

1.2 – A REVOLUÇÃO INDUSTRIAL E O DIREITO DO CONSUMIDOR

A partir do período pós-revolução industrial com o crescimento populacional e das cidades gerava um grande aumento de demanda e com isso gerando um aumento da oferta, a indústria passou a produzir mais para vender para mais pessoas, passa-se então a se pensar em algo que possa produzir mais para assim atender um maior número de pessoas, como menciona Nunes (2013, p. 43):

“Vamos partir do período pós-Revolução Industrial. Com o crescimento populacional nas metrópoles, que gerava aumento de demanda e, portanto uma possibilidade de aumento da oferta, a indústria em geral passou a querer produzir mais, para vender mais pessoas”.

A partir da primeira guerra mundial houve um desenvolvimento na produção a qual se estabeleceu e cresceu a níveis extraordinários, após a segunda guerra mundial com o surgimento da tecnologia de ponta e fortalecimento da informática e telecomunicações, esse sistema passa a avançar sobre todos os países, de modo que nos últimos anos pudesse alimentar a ideia de globalização, conforme preceitua Nunes (2013, p. 43):

“A partir da Primeira Guerra Mundial houve um incremento na produção, que se solidificou e cresceu em níveis extraordinários a partir da Segunda Guerra mundial com o surgimento da tecnologia de ponta, do fortalecimento da informática, do incremento das telecomunicações etc. A partir da metade do século XX, esse sistema passa a avançar sobre todo o globo terrestre, de tal modo que permitiu que nos últimos anos se pudesse implementar a ideia de globalização”.

Tem-se assim, a sociedade de massa, com várias características para produção de um produto, qual a produção é planejada pelo fabricante em seu escritório, isto é o fabricante planeja e decide produzir uma larga oferta de produtos e serviços, para que assim possa ser adquirido por um maior número possível de pessoas.

A intenção é ter um custo inicial para fabricação de um único produto e depois reproduzi-lo em série.

Quando o fabricante produz um único modelo ele vai ter custo X e depois passa a reproduzir milhares de vezes, o que acaba abaixando o custo final de cada produto, possibilitando assim um preço mais baixo para um maior número de consumidores, conforme descreve Nunes (2013, p. 44):

“Temos assim, a sociedade de massa. Dentre as várias características desse modelo destaca-se uma que interessa: nele a produção é planejada unilateralmente pelo fabricante no seu gabinete, isto é, o produtor pensa e decide fazer uma larga oferta de produtos e serviços para serem adquiridos pelo maior número possível de pessoas. A ideia é ter um custo inicial para fabricar um único produto, e depois reproduzi-lo em série. Quando a montadora resolve produzir um automóvel, gasta uma quantia X de dinheiro na criação de um único modelo, e depois o reproduz milhares de vezes, o que baixa o custo final de cada veículo, permitindo que o preço de varejo possa ser acessível a um maior número de pessoas”.

Com esse aumento na produção começou-se a perder o toque pessoal, pois as empresas buscavam cada vez mais métodos para aumentar a sua produção, época essa que o capitalismo começava a nascer em nossa sociedade, a maior preocupação das indústrias era produzir mais para assim atender um maior número de consumidores, pois quanto mais produtos fabricados maior seria o seu lucro, não se preocupando assim com a qualidade do produto ou do serviço.

Desta forma para evitar essa busca sem limites pelos fabricantes pelo lucro excessivo, é que surge a necessidade da criação de mecanismos de proteção para as relações de consumo, garantindo assim a segurança e qualidade na aquisição de produtos e serviços colocados no mercado de consumo, como Rodrigues (s./d.) diz:

“A preocupação principal dos fornecedores passou a ser com relação à quantidade de produtos produzidos, não dando importância para sua qualidade, pois quanto mais produtos eram colocados a disposição do consumidor no mercado de consumo, teoricamente, maior seria o faturamento da empresa. Para evitar esta busca desenfreada pelo lucro em detrimento dos consumidores é que surge a necessidade de criarmos mecanismos de proteção à relação de consumo, garantindo o mínimo de segurança e qualidade na aquisição de serviços e produtos colocados no mercado de consumo”. (Disponível em: <<http://bonilhaeruela.com/artigos/124-evolucao-historica-do-direito-do-consumidor.html>>. Acesso em: 12.out.2013).

1.3 – RELAÇÃO DE CONSUMO

É toda relação jurídica o qual liga um consumidor a um fornecedor tendo como principal o fornecimento de um produto ou serviço.

É a relação existente entre o fornecedor e o consumidor na compra e venda de um produto ou serviço como descreve Chamone (2007):

“Por relação de consumo é de se entender toda relação jurídico-obrigacional que liga um consumidor a um fornecedor, tendo como objeto o fornecimento de um produto ou da prestação de um serviço”. (Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/10069/a-relacao-juridica-de-consumo#ixzz2m28mP5dE>>. Acesso em: 19.out.2013).

Portanto na relação de consumo tem-se que considerar a preocupação de atender as necessidades básicas dos consumidores, tais como respeito a sua dignidade, saúde, segurança e também ao seu interesse econômico, buscando assim uma melhor qualidade de vida.

Atendidos aos requisitos ter-se-á uma boa relação comercial, a livre concorrência, a proteção das marcas e patentes, processos e inventos industriais, qualidade do produto, tendo o maior respeito possível entre fornecedor e o consumidor, conforme descreve Filomeno (1991, p. 60):

"Visa exatamente à harmonia das sobreditas "relações de consumo", porquanto, se por um lado efetivamente se preocupa com atendimento das necessidades básicas dos consumidores (isto é, respeito à sua dignidade, saúde, segurança e aos seus interesses econômicos, almejando-se a melhoria de sua qualidade de vida), por outro visa igualmente à paz daqueles, para tanto atendidos certos requisitos, como serão analisados a seguir, dentre os quais se destacam as boas relações comerciais, a proteção da livre concorrência, do livre mercado, da tutela das marcas e patentes, inventos e processos industriais, programas de qualidade e produtividade, enfim, uma política que diz respeito ao mais perfeito possível relacionamento entre consumidores - todos nós em última análise, em menor ou maior grau - e fornecedores".

O consumidor é a parte mais fraca da relação, pois é aquele que não tem o controle dos bens que são fabricados, e por consequência acaba por se submeter ao mais forte da relação que é o fornecedor.

É por isso que o consumidor tem como um dos seus direitos básicos previstos no Código de Defesa do Consumidor a facilitação de seu acesso aos instrumentos de defesa, como por exemplo, a inversão do ônus da prova, como descreve Filomeno (1991, p. 62):

"Tal preocupação visa estabelecer o equilíbrio necessário a qualquer harmonia econômica no relacionamento "consumidor-fornecedor". E exatamente por isso é que, dentre os direitos básicos do consumidor, está a facilitação de seu acesso aos instrumentos de defesa, notadamente no âmbito coletivo, com o estabelecimento da responsabilidade objetiva, aliada à inversão do ônus da prova".

Quando o consumidor se dispõe em defender um direito individual ou coletivo, tentará resolver de maneira que custe menos em seu bolso, mas tendo por outro lado o empresário e este tendo maior poder econômico, acaba ficando mais bem amparado e treinado para resolver estas questões.

Assim tem-se o princípio da fraqueza do consumidor no mercado para conferir ao consumidor os meios para melhor poder se defender, como conceitua Filomeno (1991, p. 62):

"Resta mais do que evidente que o consumidor, sobretudo quando se dispõe não exatamente a defender um interesse ou direito seu (por exemplo, um grave defeito de fabricação de um produto, ou então um medicamento com fator de risco maior do que o seu fator benefício), procurava resolver a pendência pelos meios menos custosos e, por que não dizer, menos traumáticos, mas, quando frustrados, muitas das vezes se queda inerte, não apenas pelos custos da justiça comum, e sua notória e irritante morosidade, como também em face do que irá enfrentar, ou seja, o poder econômico, incontestavelmente mais bem aparelhado e treinado para referidas questões. Daí por que se parte do princípio da fraqueza manifesta do consumidor no mercado para conferir certos instrumentos para melhor defender-se".

1.4 - CONCEITO DE CONSUMIDOR

Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que compra ou utiliza tanto um produto ou serviço como destinatário final do mesmo.

É um vínculo jurídico entre duas ou mais pessoas caracterizando como sujeito ativo e passivo da relação. Esse vínculo pode decorrer de contrato ou lei, o primeiro pode exigir do segundo o cumprimento de uma prestação de fazer ou não fazer. Havendo a incidência do Código de Defesa do Consumidor na relação, isto é, se uma das partes se enquadrar no conceito de consumidor e a outra de fornecedor, estaremos diante de uma relação de consumo, como conceitua Nunes (2009, p. 72):

"Consumidor é a pessoa física, a pessoa natural e também a pessoa jurídica. Quanto a essa última, como a norma não faz distinção, trata-se de toda e qualquer pessoa jurídica, quer seja microempresa quer seja multinacional, pessoa jurídica civil ou comercial, associação, fundação etc."

Poder-se-á concluir que a relação de consumo é um vínculo jurídico por meio do qual uma pessoa física ou jurídica denominada consumidor adquire ou utiliza produto ou serviço de outra denominada fornecedor.

É interessante observar que o código não restringe a qualidade de consumidor à pessoa física, estendendo também à pessoa jurídica ampliando assim o rol de favorecidos, pela legislação, conforme descreve Filomeno (2008, p. 26):

"Já a pessoa jurídica, assim entendida uma entidade fictícia criada pelo direito, a congrega pessoas físicas, com ou sem a constituição de um patrimônio social, mas sempre com um fim definido em seus atos constitutivos, de cunho lucrativo ou não, também pode ser considerada consumidora, desde que, assim como a pessoa física, seja destinatária final de determinado produto e serviço".

O requisito imposto pelo Código de Defesa do Consumidor para que alguém seja considerado como consumidor é que este seja o destinatário final do produto ou serviço.

O Código de Defesa do Consumidor considera como consumidor não somente o adquirente de determinado produto ou serviço mas também àquele que se utiliza, embora não tenha o adquirido. São os chamados consumidores por equiparação.

Também são considerados consumidores a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, havendo intervindo nas relações de consumo, como previsto no parágrafo único do artigo 2º, do Código de Defesa do Consumidor.

No artigo 17, equiparam-se a consumidor "todas as vítimas do evento danoso", ocorridas no mercado de consumo, em seu artigo 29, quando inicia-se o capítulo V, qual trata das práticas comerciais, se equipararam a consumidor, ainda todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nela previstas.

Consumidor não é apenas quem adquire produto ou serviço, é também aquele que o utiliza, mesmo não tendo o comprado, assim, por exemplo, uma pessoa compra refrigerantes para

oferecer a seus amigos em uma reunião, todas as pessoas que consumirem esse refrigerante são consideradas consumidores.

Tem que se observar o preceito do artigo 2º em que fala “destinatário final”.

Percebe-se que o consumidor não está restrito somente aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço, mais também a uma proteção ao terceiro que sofreu algum efeito da relação de consumo, mesmo que este não foi envolvido diretamente na relação, sendo este classificado como consumidor equiparado.

É considerado consumidor equipado todas as pessoas quais foram vítimas do evento de produtos ou serviços defeituosos, mesmo que estes consumidores não tenham realizados nenhum tipo relação contratual com o fornecedor, mas que foram prejudicados de alguma forma pela má qualidade do produto e da prestação do serviço contratado do fornecedor. Dando direito a esses consumidores à indenização por danos morais e ou materiais.

O artigo 17 estabelece como consumidor equiparado às pessoas as quais sofreram algum tipo de dano, ocasionado por defeito em produtos ou serviços, os quais não se preocuparam em garantir a segurança necessária para assim evitar um acidente, como descreve Nunes (2013, p. 133):

"Com efeito, a dicção do art. 17 deixa patente a equiparação do consumidor às vítimas do acidente de consumo que, mesmo não tendo sido ainda consumidoras diretas, foram atingidas pelo evento danoso. Exatamente a seção na qual o art. 17 está inserido é a que cuida da responsabilidade civil objetiva, pelo fato do produto ou do serviço causador do acidente de consumo. Assim, por exemplo, na queda de uma avião, todos os passageiros (consumidores do serviço) são atingidos pelo evento danoso (acidente de consumo) originado no fato do serviço da prestação do transporte aéreo. Se o avião cai em área residencial, atingindo a integridade física ou patrimônio de outras pessoas que não tinham participado da relação de consumo), estas são, então, equiparadas ao consumidor, recebendo todas as garantias legais instituídas no CDC".

Estabelece o artigo 29 que equiparam-se a consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Vê se a preocupação do legislador em proteger todas as pessoas as quais estejam expostas as práticas comerciais, isso é proteger toda a coletividade de pessoas, protegendo contra as práticas abusivas, publicidade, cobrança de dívidas, banco de dados e cadastro de consumidores e protegendo as relações contratuais.

O Código de Defesa do Consumidor permite demandar individualmente contra o fornecedor, como também pode ser ajuizada uma única ação defendendo o interesse coletivo, sendo que após a condenação será individualizado para cada consumidor segundo o seu prejuízo, conforme menciona Nunes (2013, p. 134):

"A leitura adequada do art. 29 permite, inclusive, uma afirmação muito simples e clara: não se trata de equiparação eventual a consumidor das pessoas que foram expostas às práticas. É mais do que isso. O que a lei diz é que, uma vez existindo qualquer prática comercial, toda a coletividade de pessoas já está exposta a ela, ainda que em nenhum momento se possa identificar um único consumidor real que pretenda insurgir-se contra tal prática".

1.5 – FORNECEDOR

O Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 3º define o fornecedor como 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.

Os conceitos estabelecidos a respeito de fornecedor são: todo estabelecimento ou comerciante que fornece ou abastece habitualmente um estabelecimento ou uma residência com mercadorias necessárias para o seu consumo.

Será considerado como fornecedor, toda a pessoa física ou jurídica que desenvolve atividade mediante remuneração e de forma habitual, sendo ela privada ou pública, nacional ou estrangeira.

Fornecedor pode ser qualquer pessoa física, ou seja, que desempenhe atividade periódica e de forma habitual, oferecendo ao mercado produtos ou serviços, sendo da mesma forma para a pessoa jurídica.

A pessoa física para ser considerada como fornecedor deve desenvolver sua atividade de forma rotineira com a venda de produtos ou serviços, isso sem até mesmo ter se estabelecido como pessoa jurídica.

O poder público também é considerado como fornecedor, por suas empresas que desenvolvem atividade de produção e as concessionárias de serviços públicos, conforme descreve Nunes (2013, p. 135):

"O conceito de fornecedor está definido no caput do art. 3º do CDC. A leitura pura e simples desse caput já é capaz de nos dar um panorama da extensão das pessoas enumeradas como fornecedoras. Na realidade são todas pessoas capazes, físicas ou jurídicas, além dos entes desprovidos de personalidade. Não há exclusão alguma do tipo de pessoa jurídica, já que o CDC é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São fornecedoras as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades e economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc."

Podem ser fornecedores as indústrias, empresas prestadoras de serviços diversos e o comércio em geral.

O critério para caracterizar o fornecedor é que este desenvolve atividades tipicamente profissionais, como a produção, importação, comercialização, tendo habitualidade.

Também abrange o artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor como fornecedor os estrangeiros os quais exportam produtos ou serviços para o nosso País, tendo esse à responsabilidade caso apresente algum defeito ou vício.

O conceito usado pelo Código de Defesa do Consumidor para fornecedor é gênero pelo qual o fabricante, produtor, construtor, importador e o comerciante são espécies, quando o código para caracterizar que todos sejam responsáveis usa se o termo “fornecedor”, quando designar alguém específico usará o termo fabricante, produtor comerciante etc., conforme conceitua Nunes (2013, p. 139):

"Mas que diz respeito ao conceito de fornecedor. Este é gênero do qual o fabricante, o produtor, o construtor, o importador e o comerciante são espécies. Ver-se-á que, quando a lei consumerista quer todos sejam responsabilizados, usa o termo "fornecedor". Quando quer designar algum ente específico, utiliza-se de termo designativo particular: fabricante, produtor, comerciante etc."

1.6 – PRODUTO E SERVIÇO

Produto é o elemento objetivo da relação de consumo é o objeto sobre o qual recai a relação jurídica a qual é denominada pelo Código de Defesa do Consumidor de produto.

Nunes (2013, p. 140), ensina que o produto pode ser móvel ou imóvel, material ou imaterial, corpóreo ou incorpóreo e o serviço consiste no trabalho prestado pelo fornecedor e que tenha valor econômico destinado a satisfazer a necessidade do consumidor.

O artigo 3º, em seu parágrafo 2º, do Código de Defesa do Consumidor, define como serviço qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração.

A expressão remuneração deve ser entendida de maneira mais abrangente, uma vez que pode ser esta direta ou indireta pelo consumidor, devido ser oferecido ao consumidor um serviço ou produto gratuitamente, mas o custo está embutido em outros pagamentos efetuados pelo consumidor.

É o caso, por exemplo, da compra pelo consumidor de rádio automotivo e o serviço de instalação deste ser oferecido de forma gratuita. Neste caso sem dúvidas há incidência das regras contidas no Código de Defesa do Consumidor, apesar de ser uma remuneração indireta, qual segundo Bastos (s./d.) menciona:

"A remuneração indireta é a forma de pagamento onde o fornecedor recebe outras vantagens, diversas do pagamento direto através da entrega de um bem, como a realização futura de um negócio, a angariação de novos clientes, ou a divulgação de um produto ou marca". (Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=253>. Acesso em: 19.out.2013).

O código conceitua produto material ou imaterial, a preocupação do legislador é garantir que toda e qualquer relação de consumo estaria assegurada, desta forma abrangeu preceitos mais claros possíveis, qual descreve Nunes (2009, p. 91):

"A preocupação da lei é garantir que a relação jurídica de consumo esteja assegurada para toda e qualquer compra e venda realizada. Por isso fixou conceitos os mais genéricos possíveis ("produto é qualquer bem, móvel, material ou imaterial"). Isso é que é importante. A pretensão é que nada se lhe escape".

Outra garantia que a lei garante é quanto à durabilidade, essa garantia está regulada no artigo 26, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor.

Os produtos duráveis e não duráveis e serviços são discriminados pela durabilidade dos mesmos, conforme o tempo de seu consumo, os serviços e produtos duráveis podem ser serviços de carpintaria, eletrodomésticos, etc., e os não duráveis são flores, produtos alimentícios, etc.

Produtos duráveis são aqueles que não se extinguem pelo seu uso, leva um tempo para poder se desgastar, mas necessário destacar que nenhum produto é eterno, todos tendem a um fim material, citando, por exemplo, que um imóvel que após anos de uso o mesmo se desgasta, tem-se uma exceção qual é o terreno sendo que sua durabilidade está na disposição do planeta.

Desta forma é normal que qualquer produto durável acabe com o tempo se desgastando pelo seu uso, perdendo assim a sua função a que se destina ou tendo diminuída a sua capacidade de funcionamento.

O desgaste natural de um produto não pode se confundir com vício no produto, não há proteção legal contra o desgaste, a não ser que o fabricante tenha assumido certo prazo para o seu funcionamento, qual segundo Nunes (2013, p. 141) conceitua:

"Produto durável é aquele que, como o próprio nome diz, não se extingue com o uso. Ele dura, leva tempo para se desgastar. Pode-e deve-ser utilizado muitas vezes. Contudo, é preciso chamar a atenção para o aspecto de "durabilidade" do bem durável. Nenhum produto é eterno. Todos tendem a um fim material. Até mesmo um imóvel construído se desgasta (o terreno é uma exceção, uma vez que dura na própria disposição do planeta). A duração de um imóvel, enquanto tal, comporta arrumações, reformas, reconstruções etc.; com idêntica razão, então, é claro que um terno se desgaste, uma geladeira de desgaste, um automóvel se desgaste etc."

Usa-se atualmente a expressão de “produto descartável”, não podendo ser confundido com produto não durável, pois tem características diversas de um termo e outro.

Produto descartável é aquele que tem baixa durabilidade ou que somente pode ser utilizado uma única vez, como por exemplo, o uso de um copo descartável, que após o uso se joga-se fora.

Por sua vez o produto não durável são aqueles que se acaba com o seu uso, ou após usado ele se acaba ou se vai se acabando com o seu uso, citando como exemplo os cosméticos, remédios, alimentos etc., tem-se o caso da extinção imediata com o consumo de um refrigerante, pela ingestão ou pela diminuição conforme o seu uso, como por exemplo o sabonete, esse vai se acabando conforme o seu uso, qual segundo Nunes (2013, p. 142) conceitua:

"O produto "não durável", por sua vez, é aquele que se acaba com o uso. Como o próprio nome também diz, não tem qualquer durabilidade. Usado, ele se extingue ou, pelo menos, vai se extinguindo. Então nessa condição os alimentos, os remédios, os cosméticos etc. Nota-se que se fala em extinção imediata, como é o caso de uma bebida, pela ingestão ou extinção consumativa sequencial, como é o caso do sabonete: este se vai extinguindo enquanto é usado".

Temos também os produtos *in natura*, que são aqueles produtos que vão do sítio, do local de pesca, das produções agrícola, pecuárias, hortas, pomares e etc.

A sua não durabilidade vai decorrer como os demais produtos alimentícios embalados, engarrafados etc. O fato do produto não se acabar de uma só vez, não tira a condição de não durável, o que determina a sua qualificação, é a maneira de extinção quando é utilizado, o produto não durável, perde sua existência com o seu uso ou vai se perdendo com a sua utilização, qual descreve Nunes (2013, p. 143):

"O produto in natura, assim, é aquele que vai ao mercado consumidor diretamente do sítio ou fazenda, local de pesca, produção agrícola ou pecuária, em suas hortas, pomares, pastos, granjas etc. São os produtos hortigranjeiros, os grãos, cereais, vegetais em geral, legumes, verduras, carnes, aves, peixes etc. A não durabilidade vai ocorrer também com os demais produtos alimentícios embalados, enlatados, engarrafados etc. O fato de todo o produto não se extinguir de uma só vez não lhe tira a condição de "não durável". O que caracteriza essa qualificação é a sua maneira de extinção "enquanto" é utilizado".

O Código de Defesa do Consumidor em seu parágrafo segundo do artigo 3º - define: Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Serviço é qualquer atividade no mercado de consumo. A norma também traz especificamente os serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, tal nomeação não é por que o legislador tivesse alguma dúvida a respeito dos serviços desta natureza, mas demonstra que ele teve a preocupação com essas instituições, visando impedir que de alguma forma pudessem escapar do âmbito de aplicação do código.

Pois é evidenciado que as atividades desempenhadas pelas instituições financeiras, quer seja na prestação de serviço aos clientes ou fornecimento de empréstimos para aquisição de bens, estão no conceito de serviços, qual segundo Nunes (2013, p. 144) conceitua:

"A norma faz uma enumeração específica, que tem razão de ser. Coloca expressamente os serviços de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, antecidos do advérbio "inclusive". Tal designação não significa que existia alguma dúvida a respeito da natureza dos serviços do tipo. Antes demonstra que o legislador foi precavido, em especial, no caso, preocupado com que os bancos, financeiras e empresas de seguro conseguissem de alguma forma, escapar do âmbito de aplicação do CDC".

Os serviços não duráveis são aqueles que se completam com uma prestação, como por exemplo, o serviço de transporte público.

Já o serviço durável é aquele que é prestado de forma contínua tendo como decorrência de uma prestação contratual, como por exemplo, os serviços de plano de saúde, etc.

Nunes (2013, p. 149), conceitua que é importante ressaltar que a prestação de serviço pode vir ou não acompanhada de um produto, mas quando o fornecedor vende um produto, esse sempre acompanha a prestação do serviço, sendo o exemplo a venda de sinal de televisão a cabo, além da venda do pacote de programação o fornecedor vai fazer a instalação.

O Código de Defesa do Consumidor trata como serviço atividade fornecida mediante remuneração.

Ensina Nunes (2009, p. 101), vale ressaltar que nada é de forma gratuita no mercado de consumo, por vezes o produto e o serviço está incluído no valor de outro produto ou serviço que o consumidor deverá adquirir, é o chamado pagamento indireto, esse serviço tem que ser considerado como efetuado mediante pagamento, pois o consumidor já pagou indiretamente pelo serviço.

Neste sentido, quando a lei menciona remuneração, não está de forma obrigatória se referindo a preço cobrado, deve-se atentar no sentido de qualquer cobrança ou repasse direto ou indireto.

Também as pessoas jurídicas de direito público, nos termos do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, pode figurar no pólo passivo da relação de consumo, como fornecedor de serviços.

O artigo 22, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor, conceitua como serviços privados e públicos, tendo por consequência, todos aqueles em nome dela direta ou indiretamente que é fornecida no mercado de consumo, excluindo aqueles serviços sem remuneração.

Os órgãos públicos através de si ou empresas concessionárias ou qualquer forma de empreendimento, isso é qualquer empresa pública ou privada que tenham contrato com a administração pública, forneça serviços públicos, o que caracteriza a pessoa jurídica responsável na relação de consumo é o serviço público que ela está oferecendo ou prestando, qual descreve Nunes (2013, p. 151):

"O CDC, no art. 3º, como dito, incluiu no rol de fornecedores a pessoa jurídica pública (e, claro, por via de consequência, todos aqueles que em nome dela - direta ou indiretamente - prestam serviços públicos), bem como, ao definir "serviço" no § 2º do mesmo artigo, dispôs que é qualquer atividade fornecida ao mercado de consumo, excetuando apenas os serviços sem remuneração ou custo e os decorrentes das relações de caráter trabalhista. No art. 22, a lei consumerista regrou especificamente os serviços públicos essenciais e sua existência, por si só, foi de fundamental importância para impedir que os prestadores de serviços públicos pudessem construir "teorias" para tentar dizer que não estariam submetidos às normas do CDC".

Pode-se concluir que havendo relação de consumo, a pessoa jurídica de direito público também pode configurar o polo passivo como fornecedor de serviços.

CAPÍTULO 2 – PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS E COLETIVOS

Em nossa Constituição Federal, no título I, trata dos princípios fundamentais e estabelece que a República Federativa do Brasil é formada pela união indissolúvel dos Estados, Municípios e do Distrito Federal, e estabelece o Estado Democrático de Direito garantindo assim cinco princípios fundamentais sendo eles a soberania, a cidadania, a dignidade da pessoa humana, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa e o pluralismo político, tais princípios são os fundamentos do Estado Democrático de Direito da República Federativa do Brasil, conforme descreve Mafra (s./d.):

"O título I da Constituição brasileira é denominado "Dos Princípios Fundamentais" e estabelece que a República Federativa do Brasil é formada pela união indissolúvel dos Estados, Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em um Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos cinco princípios. São eles a soberania, a cidadania, a dignidade da pessoa humana, os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa e o pluralismo político. Estes princípios são os fundamentos do Estado Democrático de Direito que é a República Federativa do Brasil". (Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796>. Acesso em: 10.dez.2013).

Esses princípios constituem base para o sistema, devendo a interpretação das normas jurídicas ser sempre baseada neles, são esses princípios os mais importantes por isso receberam a qualificação de fundamentais, conforme conceitua Mafra (s./d.):

“Os princípios constituem as vigas mestras do sistema, devendo vincular o intérprete. São eles os princípios mais importantes, daí receberem a qualificação de fundamentais”. (Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796). Acesso em: 10.dez.2013).

Os princípios fundamentais se encontram no início de nossa Constituição Federal, permitindo assim que ao fazer a leitura, sua interpretação seja de acordo com os objetivos e formas de convívio de nosso país.

O Brasil é um Estado Democrático de Direito, isto é, em nosso país usa-se o sistema democrático pelo qual o povo elege os seus representantes políticos, inclusive podendo participar das ações governamentais diretamente. Nesse sentido significa dizer que o poder público deve fazer somente o que está previsto em lei e cumprindo o que por ela é determinado, conforme preceitua Mafra (s./d.):

“A colocação dos princípios fundamentais no início da Constituição expressa o objetivo de permitir ao intérprete fazer uma leitura adequada do texto constitucional de acordo com os objetivos, fundamentos e formas de convívio internacional do Estado brasileiro. O fato de o Brasil ser um Estado Democrático de Direito significa que o país acolhe o sistema democrático pelo qual o povo elege seus representantes políticos, podendo, inclusive, participar das ações governamentais diretamente. Também significa que o Poder Público deve cumprir a lei antes de tudo, só podendo fazer o permitido e tendo que fazer o que por ela é determinado”. (Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796). Acesso em: 10.dez.2013).

Assim à dignidade da pessoa humana deve se dar um conceito mais abrangente como, por exemplo, honra e respeito, sendo um dos direitos importantes e fundamentais do ser humano, pois a sociedade é composta por diversas pessoas, conforme descreve Mafra (s./d.):

“A dignidade da pessoa humana deve passar por conceitos fluidos como honra e outros. Em virtude de sermos racionais e fazermos partes de uma sociedade composta por muitas pessoas humanas, entende-se por dignidade o respeito ao ser humano nos seus direitos mais importantes e fundamentais”. (Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796). Acesso em: 10.dez.2013).

Desta forma, a livre iniciativa e os valores sociais do trabalho podem ser entendidos como uma síntese, tendo uma preocupação social com os que trabalham e o capitalismo, evitando assim que sejam praticados certos abusos como acontecidos na época onde reinava o livre capital, onde as pessoas trabalhavam como empregados sem qualquer direitos e sujeitos a jornadas excessivas de trabalho, sem mesmo haver uma intervenção do estado na atividade econômica, conforme Mafra (s./d.) diz:

“Os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa podem ser compreendidos como uma síntese entre o capitalismo (livre iniciativa) e a preocupação social com os que trabalham. Busca-se evitar que sejam cometidos abusos como os da época reinante do livre capital em

que os seres humanos trabalhavam como empregados sem qualquer direito básico e sujeitos, por exemplo, a jornadas de mais de quatorze horas de trabalho, sem, contudo, o Estado dificultar a atividade econômica por meio de suas intervenções.” (Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796>. Acesso em: 10.dez.2013).

Em nossa Constituição os objetivos fundamentais são o de construir uma sociedade livre, justa e solidária, garantir o desenvolvimento nacional, erradicar a pobreza, marginalização, reduzir as desigualdades sociais e por último promover o bem estar de todos sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e qualquer outra forma de discriminação, conforme conceitua Mafra (s./d.):

“Os objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil são o de construir uma sociedade livre, justa e solidária; garantir o desenvolvimento nacional; erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e, por último, promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”. (Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796>. Acesso em: 10.dez.2013).

2.1 - DIREITOS DOS CIDADÃOS - INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Em nossa Constituição Federal em seu artigo 129, inciso III, faz menção dos direitos difusos e coletivos, porém não os define. Com a lei nº. 8.078/90, em seu artigo 81 que vem expor os parâmetros definidores de direito difuso e coletivo, qual segundo Nunes (2013, p. 798) conceitua:

"A Constituição Federal faz referência aos direitos difusos e coletivos (inciso III do art. 129), mas não os define. Foi a Lei n. 8.078/90 que tratou de apresentar os parâmetros definidores de direito difuso e direito coletivo, e o fez no art. 81".

O Código de Defesa do Consumidor rege uma série de direitos subjetivos individuais para os consumidores, também nota se sua preocupação com a proteção coletiva, conforme descreve Nunes (2011):

"Um dos mais marcantes aspectos do Código de Defesa do Consumidor (CDC), apesar de reger uma série de direitos subjetivos individuais dos consumidores, é o de sua preocupação especial com a proteção coletiva, isto é, de toda a coletividade de consumidores". (Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/ABCdoCDC/92,MI128109,31047-As+acoes+coletivas+e+as+definicoes+de+direitos+difusos+coletivos+e>>. Acesso em: 14.dez.2013).

O Código de Defesa do Consumidor autoriza a proteção dos consumidores em grande escala, mediante ações civis públicas e ações coletivas, é através delas que o consumidor poderá ser protegido, sendo assim é possível notar a importância das ações propostas pelo Ministério Público ou pelas Associações de Defesa do Consumidor. Porém seria necessário que existissem muitas ações coletivas, pois uma de suas bases fundamentais na questão fundamental é controlar como um todo os atos praticados pelos fornecedores, conforme preceitua Nunes (2011):

"O CDC permite a proteção dos consumidores em larga escala, mediante ações coletivas e ações civis públicas. É por elas que o consumidor poderá ser protegido. E, o que se verifica é que, aos poucos, começa-se a descobrir a importância desse tipo de ação nos ajuizamentos feitos pelo Ministério Público ou pelas associações de defesa do consumidor. Mas, a lei consumerista, digamos assim, "quer mais", ela "gostaria" que existissem muitas ações coletivas, pois um de seus alicerces fundamentais na questão processual é exatamente este de controlar como um todo os atos dos fornecedores". (Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/ABCdoCDC/92,MI128109,31047-As+acoes+coletivas+e+as+definicoes+de+direitos+difusos+coletivos+e>>. Acesso em: 14.dez.2013).

É importante lembrar que as ações coletivas são as únicas capazes de fazer sanar aquilo chamado de abuso de varejo, sendo esta única forma que os empresários usam para aceitar pequenas perdas a muitos consumidores simultaneamente, conforme descreve Nunes (2011):

"Além disso, é importante lembrar que as ações coletivas são, talvez, as únicas capazes de fazer cessar aquilo que eu chamo de "abusos de varejo": uma tática empresarial dolosa de impingir pequenas perdas a centenas ou milhares de consumidores simultaneamente". (Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/ABCdoCDC/92,MI128109,31047-As+acoes+coletivas+e+as+definicoes+de+direitos+difusos+coletivos+e>>. Acesso em: 14.dez.2013).

Os direitos difusos são aqueles os quais seus titulares não são determináveis, isso é os detentores do direito subjetivo o qual tem a intenção de protegê-los sendo esses indeterminados e indetermináveis.

Desta forma isso não quer dizer que alguém em particular não esteja sofrendo alguma ameaça ou o dano de modo concreto falando, mas somente que se trata de uma espécie de direito, que além de atingir alguém em particular, merece uma especial atenção, pois atinge simultaneamente a todos, citando, por exemplo, uma propaganda de televisão o qual o fornecedor a veicula uma publicidade enganosa, aqui encontrando-se um direito difuso, pois esse anúncio sujeita a todos a ele submetido, de uma forma indiscriminada e geral, todas as pessoas são atingidas pelo anúncio enganoso, qual segundo Nunes (2013, p. 800) conceitua:

"Os chamados "direitos difusos" são aqueles cujos os titulares não são determináveis. Isso é, os detentores do direito subjetivo que se pretende regradar e proteger são indeterminados e indetermináveis. Isso não quer dizer que alguma pessoa em particular não esteja sofrendo a ameaça ou o dano concretamente falando, mas apenas e tão somente que se trata de uma espécie de direito que, apesar de atingir alguém em particular, merece especial guarida porque atinge simultaneamente a todos. Por exemplo, se um fornecedor veicula uma publicidade enganosa na televisão, o caso é típico de direito difuso, pois o anúncio sujeita toda a população a ele submetido. De forma indiscriminada e geral, todas as pessoas são atingidas pelo anúncio enganoso".

Um consumidor em particular pode ser atingido e enganado pelo anúncio, qual, por exemplo, ao ir a uma drogaria se depara com uma propaganda de um medicamento "milagroso" o qual promete que ao seu usuário um emagrecimento de 5 kg por dia tomando apenas um comprimido, sem causar nenhum dano a sua saúde, o consumidor adquire o comprimido e não emagrece.

O consumidor em particular nesse caso tem um direito individual próprio, o qual também naturalmente está protegido, essa pessoa é titular do direito subjetivo, podendo exercer todos

os direitos garantidos pelo Código de Defesa do Consumidor, como por exemplo, ingressar com ação de indenização por danos materiais e morais, qual segundo Nunes (2013, p. 800) diz:

“Agora é claro que uma pessoa em particular pode ser atingida e enganada pelo anúncio: ela vai a farmácia, adquire o medicamento, ingere o comprimido e não emagrece. Ou pior, toma o comprimido e fica intoxicada. Nesse caso, esse consumidor em particular tem um direito individual próprio, que também, obviamente, está protegido. Ele, com titular de um direito subjetivo, poderá exercer todos aqueles direitos garantidos na Lei n. 8.078/90. Poderá, por exemplo, ingressar com ação de indenização por danos materiais e morais”.

O sujeito passivo no direito difuso são todos aqueles que produzem, comercializam e distribuem direta ou indiretamente produtos e serviços, qual sua explicação está no artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, isso significa são todos os fornecedores, qual segundo Nunes (2013, p. 800) conceitua:

“Os obrigados a respeitarem os direitos difusos são todos aqueles que direta ou indiretamente vendem, produzem, distribuem, comercializam etc. produtos e serviços, isto é, são todos os fornecedores, cuja definição está estabelecida no art. 3º do CDC”.

Já nos direitos coletivos os seus titulares são também indeterminados, mas aqueles determináveis, para verificar a existência de um direito coletivo não há obrigação de se apontar de modo concreto uma pessoa específica, mas esse titular é facilmente determinado, a partir da verificação do direito em questão, qual menciona Nunes (2013, p. 802):

“Nos chamados “direitos coletivos” os titulares do direito são também indeterminados, mas determináveis. Isto é, para a verificação da existência de um direito coletivo não há necessidade de se apontar concretamente um titular específico e real. Todavia, esse titular é facilmente determinado, a partir da verificação do direito em jogo”.

No direito coletivo sujeito passivo são aqueles fornecedores envolvidos na relação jurídica com um consumidor ou grupos de consumidores os quais formam uma relação jurídica entre si, como por exemplo, a qualidade de ensino oferecido por uma escola é um direito coletivo, a qualidade é direito de todos os alunos, mas neste caso afeta cada aluno em particular, qual descreve Nunes (2013, p. 803):

“Os obrigados a respeitarem os direitos coletivos são os fornecedores envolvidos na relação jurídica base ou aqueles que se relacionam com o grupo de consumidores que formam uma relação jurídica base entre si.”

2.2 - DIREITO À VIDA

Um dos princípios constitucionais do ser humano é o da garantia do direito a vida, esse princípio está previsto no artigo 5º, *caput* ela é uma *clausula pétrea* e possui limites claros e outras regras contra sua violação, também o inciso XLVII, do artigo 5º, proíbe a pena de morte salvo em caso de guerra declarada nos termos do artigo 84, inciso XIX, quando a constituição menciona garantia da vida, ela fala em vida digna, qual segundo Nunes (2013, p. 80) conceitua:

“Outro princípio constitucional é o da garantia do direito á vida. Essa garantia é cláusula pétrea do caput do art. 5º, já transcrito, e possui limites expressos em outras regras contra sua violação. Assim, o inciso XLVII, a, (“não haverá penas: a) de morte, salvo em caso de guerra declarada, nos termos do art. 84, XIX”). Quando fala em garantia da vida, deve-se entender que a Constituição está falando em vida digna.”

O fundamento mais importante é a dignidade, sendo como primeira e última garantia das pessoas e o inciso III do artigo 5º, igualmente proíbe a tortura e o tratamento desumano ou degradante, qual descreve Nunes (2013, p. 81):

“a dignidade é o fundamento mais importante, como primeira e última garantia das pessoas. E o inciso III do art. 5º também proíbe a tortura e o tratamento desumano ou degradante (“ninguém será submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante”).”

Outra garantia constitucional é a saúde, qual está estabelecida no artigo 225 da Constituição Federal, *caput* qual garante que todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e a coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

Mas há muito que fazer para que essa garantia da sadia qualidade de vida, impondo-se a respeito ao poder público e por toda a sua coletividade, citando, por exemplo, a proibição de fumar em ambientes fechados como restaurantes, para poder notar o desconhecimento e desrespeito que há.

Porém o ar que se respira em um local público é característica questão de meio ambiente o qual tem a possibilidade de afetar a saúde dos frequentadores destes lugares, sendo que a intervenção do poder público proibindo que fumantes fumem em ambientes fechados como restaurante o mesmo está cumprindo o que diz o texto constitucional o qual determina que o poder público quanto à coletividade ambos devem buscar uma sadia qualidade de vida, qual segundo Nunes (2013, p. 81) menciona:

“A saúde é outra das garantias constitucionais. É o que estabelece o caput do art.225: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder público e à coletividade o dever de defende-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações”. Queremos desde já ressaltar que essa garantia da sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e por toda coletividade, não é pouco. Há muito o que fazer para amplitude de sua compreensão e sua efetiva aplicação. Basta lembrar o estranho debate sobre a proibição de fumar em recintos fechados, como restaurantes, para verificar o quanto o desrespeito e desconhecimento há. O ar que se respira num local público é típica questão de meio ambiente, que implica a possibilidade de afetar a saúde dos indivíduos. A proibição de fumar em restaurantes é obviamente legal, e está de acordo com o texto constitucional, que determina que tanto o Poder Público quanto a própria coletividade lutem pela preservação da sadia qualidade de vida”.

2.3 - DIREITO À LIBERDADE

Os direitos fundamentais garantidos na Constituição Federal garantem a esfera de liberdade da pessoa contra intervenção injusta do poder público sendo elas do executivo,

legislativo ou judiciário, caso haja uma violação deste princípio dispõe para a pessoa o direito de pretensão o qual tem por fundamento a pretensão de abstenção, pretensão de revogação, pretensão de anulação, pretensão de consideração a qual determina ao estado o dever de levar em consideração a situação da pessoa afetada fazendo as devidas avaliações e por último a pretensão de defesa ou de proteção a qual determina ao estado em casos urgentes o dever de agir contra terceiros, conforme descreve Mendes (1999):

“Enquanto direitos de defesa, os direitos fundamentais asseguram a esfera de liberdade individual contra interferências ilegítimas do Poder Público, provenham elas do Executivo, do Legislativo ou, mesmo, do Judiciário. Se o Estado viola esse princípio, dispõe o indivíduo da correspondente pretensão que pode consistir, fundamentalmente, em uma: pretensão de abstenção; pretensão de revogação, ou, ainda, em uma; pretensão de anulação. Os direitos de defesa ou de liberdade legitimam ainda duas outras pretensões adicionais: pretensão de consideração, que impõe ao Estado o dever de levar em conta a situação do eventual afetado, fazendo as devidas ponderações; e pretensão de defesa ou de proteção, que impõe ao Estado, nos casos extremos, o dever de agir contra terceiros”. (Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_14/direitos_fund.htm>. Acesso em: 19.dez.2013).

Na concepção de matriz liberal burguesa os direitos fundamentais declara que os referidos direitos em primeiro lugar está a defesa da pessoa contra intervenção do estado em sua liberdade pessoal e propriedade, sendo que esta tem por objetivo limitar o poder estatal afim de assegurar a pessoa dando a ela uma condição de liberdade, para tanto a concessão a pessoa de um direito subjetivo não autorizando intervenções no âmbito de proteção do direito fundamental até mesmo desaparecendo as agressões que esteja sofrendo, conforme conceitua Mendes (1999):

“A clássica concepção de matriz liberal-burguesa dos direitos fundamentais informa que tais direitos constituem, em primeiro plano, direitos de defesa do indivíduo contra ingerências do Estado em sua liberdade pessoal e propriedade. Esta concepção de direitos fundamentais – apesar de ser pacífico na doutrina o reconhecimento de diversas outras – ainda continua ocupando um lugar de destaque na aplicação dos direitos fundamentais. Esta concepção, sobretudo, objetiva a limitação do poder estatal a fim de assegurar ao indivíduo uma esfera de liberdade. Para tanto, outorga ao indivíduo um direito subjetivo que permite evitar interferências indevidas no âmbito de proteção do direito fundamental ou mesmo a eliminação de agressões que esteja sofrendo em sua esfera de autonomia pessoal”. (Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_14/direitos_fund.htm>. Acesso em: 19.dez.2013).

Examinando as situações jurídicas dando os referidos fundamentos os quais integram o direito de defesa dando importância que não se limitam às liberdades e igualdades compreendendo os mais diversos posicionamentos jurídicos os quais os direitos fundamentais possa proteger contra as intervenções do poder público e contra os abusos das entidades particulares garantindo assim as a livre manifestação da pessoa garantindo a decisão da pessoa, conforme descreve Mendes (1999):

“Analisando as posições jurídicas fundamentais que integram os direitos de defesa, importa consignar que estes não se limitam às liberdades e igualdades (direito geral de liberdade e igualdade, bem como suas concretizações), abrangendo, ainda, as mais diversas posições jurídicas que os direitos fundamentais intentam proteger contra ingerências dos poderes

públicos e também contra abusos de entidades particulares, de forma que se cuida de garantir a livre manifestação da personalidade, assegurando uma esfera de auto-determinação do indivíduo".(Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_14/direitos_fund.htm>.Acesso em: 19.dez.2013).

A garantia constitucional dos direitos fundamentais em relação ao direito de defesa contra uma intervenção indevida do estado e contra os seus meios legais podem restringir o direito de liberdade, mas não é suficiente para garantir o completo exercício da liberdade, nota se que apenas a não existência da lei, mas a sua falta podem mostrar uma afronta aos direitos fundamentais, conforme preceitua Mendes (1999):

“A garantia dos direitos fundamentais enquanto direitos de defesa contra intervenção indevida do Estado e contra medidas legais restritivas dos direitos de liberdade não se afigura suficiente para assegurar o pleno exercício da liberdade. Observe-se que não apenas a existência de lei, mas também a sua falta podem revelar-se afrontosas aos direitos fundamentais”. (Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_14/direitos_fund.htm>.Acesso em: 19.dez.2013).

2.4 - DIREITO À IGUALDADE

No artigo 5º *caput*, da Constituição Federal nos garante que todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo assim aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, sendo que a igualdade ou isonomia é um princípio que conduz ao aplicado e legislador.

A interpretação a esse princípio é forma de tratamento aos consumidores tratando os conforme as suas desigualdades essa interpretação é tão antiga que Aristóteles, esclarecia que o resultado se sucede da seguinte fórmula, dando tratamento igual aos iguais e desigual aos desiguais, conforme sua desigualdade, qual segundo Nunes (2013, p. 73) conceitua:

“Continuando a análise, é preciso colocar agora a questão da igualdade de todos perante a lei, a partir da norma do caput do art. 5º da Constituição federal. Com efeito, dispõe o art. 5º, caput: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:”. É fato conhecido que: a) o princípio da igualdade ou isonomia é dirigido ao legislador e ao aplicador; b) a interpretação adequada de tal princípio é tão antiga quanto Aristóteles, que já explicava que seu resultado adequado advinha da fórmula: dar tratamento igual aos desiguais e desigual aos desiguais, na medida dessa desigualdade”.

Em regra é muito difícil de ser aplicada no caso concreto, pois a desigualdade não surge tão facilmente, porém mesmo assim é uma determinação obrigatória para a pessoa que aplica e faz a leitura da lei, a qual deve buscar todos os seus esforços possíveis para assim obter a igualdade.

Desta forma tratar a pessoa com desigualdade seria discriminar, não tratando de forma igual, mas não é de forma tão simples assim identificar quando está ocorrendo ou não uma discriminação, qual segundo Nunes (2013, p. 74) diz:

"essa fórmula, que em abstrato é bastante adequada, é muito difícil de ser aplicada concretamente: a medida da desigualdade não surge tão facilmente. Mas, ainda assim, é determinação obrigatória ao intérprete e ao aplicador, que devem seguir todos os esforços possíveis a fim de obter a igualdade como resultado prático de seu mister. Tratar com desigualdade seria discriminar, não manter uma igualização. Mas, como dito, não é tão simples definir quando há e quando não há discriminação".

Uma das funções da lei é diferenciar as situações e desta forma não fere o princípio da igualdade, desta forma é plenamente constitucional a lei referir que para maior idade penal começa-se aos dezoito anos, por isso nenhum menor de dezoito anos pode dizer que foi discriminado, sendo que é desta forma que trata a lei, qual segundo Nunes (2013, p. 74) descreve:

"uma das funções da lei é discriminar situações, e isso não fere, por si só, o princípio da igualdade. Assim, é plenamente constitucional a lei dizer que a maior idade penal inicia-se aos 18 anos. Nenhum menor pode dizer que foi discriminado, uma vez que se trata de uma das funções da lei".

A verificação se esta havendo uma discriminação logo não é capaz para poder definir se o princípio constitucional de isonomia está sendo respeitado, pois em determinadas situações a discriminação está de acordo com o princípio constitucional, sendo ao contrário a confirmação da discriminação é de onde nasce o princípio, qual segundo Nunes (2013, p. 74) conceitua:

"A constatação da existência de discriminações, portanto, não é suficiente para definir se o princípio constitucional de isonomia está ou não sendo respeitado, pois, como visto, em determinadas situações a discriminação empreendida está em consonância com o preceito constitucional. Ao contrário, é exatamente da discriminação que nasce o princípio".

Em relação ao consumidor uma prática a qual fere o princípio constitucional foi em relação ao filme "Titanic", qual durante semanas no seu lançamento, levaram muitas pessoas para os cinemas, a procura era tão grande que o tempo de espera nas filas chegava até três horas era um grande sacrifício, mas ao que tudo nos mostra os consumidores não se importavam, porém os responsáveis pela exibição do filme firmaram um contrato com a operadora de cartões de créditos Diners Club, o qual permitia que os consumidores que tivessem o referido cartão podiam comprar os ingressos para ver o filme sem ter que pegar filas, tais consumidores passaram a gozar de um direito não oferecido aos demais, sendo que somente podiam comprar os ingressos através do telefone os portadores do referido cartão, tais usuários eram mais iguais do que os outros iguais, não há sombra de dúvidas que essa prática utilizada pelos responsáveis pelo filme e a operadora do cartão de crédito fere o princípio da isonomia previsto em nossa Constituição Federal. Descreve neste aspecto, Nunes (2013, p. 75):

"Na questão do consumidor existem várias práticas que violam o princípio constitucional. Veja-se, por exemplo, um caso típico de discriminação ao consumidor: o sucesso do filme "Titanic", ganhador de vários Oscars, levou, durante semanas, milhares de pessoas (consumidores do serviço de diversão) às salas de cinema. A procura era tamanha que o público tinha de chegar mais de três horas antes do início de cada sessão (sendo que o próprio filme tem mais de três horas de exibição). Era um enorme esforço. Mas, ao que tudo indica, os consumidores não se importavam. Acontece que os exibidores firmaram um contrato com os administradores do cartão de crédito Diners Club, que permitia que seus

usuários pudessem adquirir os ingressos para assistir ao filme sem pegar fila. Foi um verdadeiro "fura fila". Esses consumidores privilegiados passaram a gozar de um direito não oferecido aos demais. Isso porque somente podiam comprar pelo telefone os portadores do indigitado cartão de crédito. Bem ao estilo de George Orwell, esses usuários do cartão eram "mais iguais que os outros iguais". Não resta dúvida de que aquela prática era ilegal, na medida em que feria o princípio de isonomia previsto na Carta Magna".

Pode-se concluir que em toda relação de consumo os consumidores devem ser tratados de forma igual.

CAPÍTULO 3 - PRINCÍPIOS BÁSICOS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Conforme prevê o artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor as relações de consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia nas relações de consumo.

3.1 - PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Esse princípio trata-se de que em uma relação de consumo o consumidor é a parte mais vulnerável desta relação não dispondo de controle sobre bens de produção tanto que se submete aos empresários.

Desta forma o consumidor é aquele que se sujeita ao poder dos seus titulares os empresários os quais possuem suas linhas de produção, qual segundo Filomeno (1991, p. 61) conceitua:

“O consumidor é o elo mais fraco da economia; e nenhuma corrente pode ser mais forte que seu elo mais fraco”. O autor desta frase, ao contrário do que possa parecer, não é qualquer consumerista exacerbado. Ao contrário, é o “pai da produção em série”, ninguém menos que o célebre magnata da indústria automobilística Henry Ford, conforme nos dá conta Paulo Rónai. Como já acentuado noutra ocasião, socorrendo-nos das ponderações do prof. Fábio Konder Comparato, o consumidor certamente é aquele que não dispõe de controle sobre os bens de produção e, por conseguinte, deve se submeter ao poder dos titulares destes, concluindo que, por conseguinte, consumidor é, de modo geral, aquele que se submete ao poder de controle dos titulares de bens de produção, isto é, os empresários”.

Considerando que o consumidor é a parte mais fraca, levando em consideração que os empresários são os detentores dos meios de produção e por consequência o controle do mercado definindo assim o que produzir e como produzir, isso sem até mesmo mencionar em sua lucratividade, qual descreve Filomeno (1991, p. 62).

Esse reconhecimento foi uma primeira providência para garantir a realização da isonomia garantida em nossa Constituição Federal, isso que dizer que o consumidor é a parte mais fraca de uma relação jurídica de consumo essa fragilidade é concreta e decorre de duas formas uma de ordem técnica e a outra de ordem econômica, qual conceitua Nunes (2013, p. 178):

“Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte da relação jurídica de

consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico”.

O primeiro está relacionando aos meios de produção qual o conhecimento é o monopólio do fornecedor, quando se houve dizer em meios de produção não está se referindo apenas aos aspectos técnicos e administrativos para fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços, mas que o fornecedor detém um elemento fundamental da decisão, sendo que este é quem escolhe de que forma produzir, sendo que o consumidor fica sujeito daquilo que é produzido, qual segundo Nunes (2013, p. 178) descreve:

“O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está a mercê daquilo que é produzido”.

Isso visa estabelecer um equilíbrio essencial para a boa disposição no relacionamento entre consumidor e fornecedor, qual segundo Filomeno (1991, p. 62) descreve: “Como também já visto passos atrás, tal preocupação visa estabelecer o equilíbrio necessário a qualquer harmonia econômica no relacionamento “consumidor-fornecedor”.

3.2 - PRINCÍPIO DO DIREITO À INFORMAÇÃO

O princípio da informação é um dos mais importantes nas relações de consumo, em se tratando de arquivos de consumidores são as principais fontes de informações, pois há uma ligação com este princípio o qual estabelece a responsabilidade do fornecedor na divulgação de dados e o direito do consumidor em obtê-la de acordo com a sua realidade, qual segundo Efig (2002, p. 90) preceitua:

“Quanto ao princípio da informação, pode ser considerado a mais importante baliza norteadora das regras inerentes à Política Nacional de Relações de Consumo, principalmente em relação ao assunto ora em análise. Os arquivos de consumo, fontes precípuas de informações, apresentam íntima ligação com este princípio, que normatiza não somente a responsabilidade do fornecedor na divulgação destas informações, mas também os direitos dos consumidor de obtê-las, e mais, encontra-las sem disparidades com a realidade”.

É importante ressaltar que quanto mais os consumidores são informados os mesmos passam a ter uma orientação sobre os seus meios de defesa, qual segundo Efig (2002, p. 90) conceitua: “À medida que a sociedade de consumo passa a ser informada, suas chances de defesa e obtenção de tutela aumentam em proporção igual ou superior”.

Desta forma os arquivos de consumidores permitem o acesso aos dados pessoais dos consumidores ali cadastrados, fazendo correções de dados etc.

Há varias formas de interpretação acerca do princípio da informação, sendo essas interpretadas conforme o interesse de cada consumidor, ou seja informação de cunho educacional com o objetivo de informar o consumidor sobre seus interesses em relação a informações de serviços e produtos colocados no mercado de consumo, tais informações são de exclusividade em relação de consumo sendo coligadas como é o caso de arquivos de

consumos os quais declaram o princípio da informação, qual segundo Efing (2002, p. 91) descreve:

“Como se vê, o princípio da informação pode ser interpretado de várias formas, todas elas percuientemente alentadoras da efetivação dos interesses do consumidor. Seja a informação sobre de cunho educacional, no sentido de conscientização dos consumidores acerca da busca de seus interesses, ou em relação à informação sobre os produtos e serviços colocados à disposição no mercado de consumo, bem como informações específicas que influenciem em relações de consumo coligadas, como é o caso dos arquivos de consumo, expressam o princípio da informação”.

Neste trabalho, procurar-se-á destacar a sua importância de tal princípio, pois o mesmo deverá prestar informações verdadeiras de acordo com os princípios consumerista da boa fé, transparência e informação.

Na divulgação das informações fornecidas pelo fornecedor essas deve ser verdadeiras sendo de qualquer natureza sobre os produtos e serviços.

Em relação ao banco de dados os quais as informações a ser prestadas dizem a respeito da vida privada do consumidor, intervindo de uma forma irreversível em sua particularidade, é de grande importância esse princípio é claro vista no momento em que estamos vivendo aonde demanda solução aos conflitos pela prática com ajuda dos meios eletrônicos destacando-se, sobretudo as informações de cunho pessoal, qual menciona Efing (2002, p. 91):

“Como extensão deste princípio exalta-se a veracidade, pleonasticamente invocada com o condão de enfatizar a importância da prestação de informações verídicas, em consonância com os princípios consumeristas da informação, da boa fé, e da transparência. A imperatividade da divulgação de informações verdadeiras é regra à “qual deve ater-se o fornecedor sempre que preste informações, de qualquer natureza, sobre produtos ou serviços”. Quanto mais no tocante aos cadastros e bancos de dados, nos quais as informações prestadas dizem a respeito à vida privada do consumidor, interferindo decisivamente em todas as esferas de sua particularidade. É por isso que a importância deste princípio é inegável, posto que o momento global que vivenciamos demanda soluções aos conflitos criados pelas velozes práticas informatizadas oriundas da revolução das massas, enfatizando-se o valor a ser destinado à informação, sobretudo a de cunho pessoal”.

É muito importante que o consumidor tenha uma informação clara sobre o produto ou serviço qual está adquirindo, pois desta forma o mesmo poderá decidir qual produto ou serviço lhe atende as suas necessidades através de suas características.

O direito a informação é um dos princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor qual está previsto no artigo 6º, inciso III, que prevê que a informação deve ser adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com sua especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço e também sobre os riscos que apresentam, tendo como exemplo um consumidor compra de uma furadeira sendo que ao abrir a caixa para usa lá nota-se que a mesma somete poderá ser ligada em tensão de 110 v, sendo que em sua residência a tensão é 220 v, nesse caso se a informação estivesse clara para o consumidor na caixa o mesmo não teria adquirido esse produto, conforme descreve Calado (2011):

“A importância da informação para o consumidor é de uma grandiosidade tremenda, pois apenas diante do conhecimento preciso acerca de produtos e serviços poderá o consumidor tomar uma decisão acertada, podendo inclusive deixar de consumir um produto ou serviço em face de alguma característica específica do mesmo, que, casuisticamente, para outro consumidor pouco importaria. Sendo o direito à informação um pilar do CDC, como já nos referimos, ele está inserido não só no art. 6º, III, mas também nos artigos 31, 46 e 52. No art. 6º, III a norma disciplina o direito à informação sobre os produtos e serviços colocados no mercado de consumo, afirmando que esta deve ser adequada e clara. A adequação da informação deve ser compreendida como sendo aquela que seja apropriada para o produto ou serviço conforme as suas próprias características particulares. Digamos, por exemplo, que alguém adquira um ferro elétrico numa promoção. Ao chegar em casa e abrir a caixa do produto constata que, da leitura manual, o produto só funciona com tensão de 110 V, sendo a tensão em Pernambuco, onde foi comprado o produto, de 220 V. Ora, se a informação estivesse contida no exterior da caixa o consumidor não teria sequer adquirido o bem, pois para sua utilização teria que comprar um transformador”. (Disponível em: <http://www.adecon.org.br/?area=info_colunas_exb&id_coluna=55>. Acesso em: 28.dez.2013).

O princípio do direito à informação compreende o direito de informar e de se informar e de ser informado.

DIREITO DE SER INFORMADO

Em nossa Constituição Federal esse direito não foi tão abordado quanto no Código de Defesa do Consumidor, o direito de ser informado sempre nasce do dever que alguém tem de informar.

A Constituição Federal determina o dever de informar dos órgãos públicos, já em relação ao fornecedor em informar os consumidores e as pessoas jurídicas de natureza jurídica privada é estabelecido pelo Código de Defesa do Consumidor essa obrigação ao fornecedor, qual segundo Nunes (2013, p. 99) conceitua:

“No âmbito constitucional o direito de ser informado é menos amplo do que no sistema infraconstitucional de defesa do consumidor. O direito de ser informado nasce, sempre, do dever que alguém tem de informar. Basicamente, o texto magno estabelece o dever de informar que têm os órgãos públicos. No que tange ao dever de informar das pessoas em geral e das pessoas jurídicas com natureza jurídica privada, é o Código de Defesa do Consumidor que estabelece tal obrigatoriedade ao fornecedor”.

O Código de Defesa do Consumidor nasceu após a Constituição Federal ter entrado em vigor o qual estabelecia em seu artigo 48 a obrigatoriedade da criação de tal norma, estabelecidos em meio a vários princípios, sendo que o dever de informar é imposto ao fornecedor, qual segundo Nunes (2013, p. 99) descreve:

“Tendo em vista que a Lei n. 8.078/90 nasce, como vimos, das determinações constitucionais que obrigam a que seja feita a defesa do consumidor, implantada em meio a uma série de princípios, todos interpretados e aplicáveis de forma harmônica, não resta dúvida de que o dever de informar só podia ser imposto ao fornecedor”.

3.3 - PRINCÍPIO DA GARANTIA DE ADEQUAÇÃO

Esse princípio assegura que o fornecedor deverá ser o autor principal para a demanda legalmente constituída pela saúde, segurança, qualidade de vida e os demais bens jurídicos afetos aos consumidores.

Isso decorre por parte do fornecedor pelo fato de que o conceito de qualidade, não é em relação às normas que orientam a fabricação de um produto ou serviço, mais é pela satisfação do consumidor, qual preceitua Efing (2002, p. 92):

“O princípio da garantia de adequação, por sua vez, assevera que o fornecedor deverá ser o protagonista para efetivação da adequação dos produtos e serviços à demanda, legalmente constituída, pela saúde, segurança, qualidade de vida, e demais bens jurídicos afetados aos consumidores. Esta adequação por parte do fornecedor decorre do fato de que o fornecedor deverá ser o protagonista para a efetivação da adequação às normas que regem a fabricação de determinado produto ou prestação de um determinado serviço, tão somente, mas principalmente a satisfação de seus consumidores”.

Desta forma a adequação que se pretende é uma adequada prestação de serviços sobre a coleta de dados em arquivos de consumos, uma vez que se pode haver a possibilidade de incorrência o qual indica a necessidade de amoldamento em todas as fases sendo coleta, armazenamento e divulgação do sistema dos registros de dados pessoais dos consumidores e dos fornecedores respeitando os seus limites, qual segundo Efing (2002, p. 92) descreve:

“A adequação pretendida, inclusive, assume proporções relativas à prestação adequada de serviços de coletânea de dados em arquivos de consumo, uma vez que a possibilidade de incorrência em situações desabonadoras aos consumidores denota necessidade de amoldamento em todas as fases (coleta, armazenamento e divulgação) do processo de registros de dados pessoais à realidade dos interesses dos consumidores, e dos fornecedores dentro dos limites toleráveis”.

3.4 - PRINCÍPIO DO DEVER GOVERNAMENTAL

Esse princípio trata que é dever do estado à criação de um a lei a qual garantia a proteção do consumidor, essa garantia é um princípio constitucional fundamental previsto no artigo 5º, inciso XXXII, a qual estabelece a garantia de sua realização, qual segundo Efing (2002, p. 92) conceitua:

“O princípio do dever governamental assume funções de relevância inconteste para efetivação das garantias que o CDC administra aos consumidores, sobretudo em virtude de ter sido a defesa do consumidor elevada a princípio fundamental constitucional e o princípio geral da ordem econômica, tornando a ser a partir daí um dever do Estado a garantia de sua realização”.

Cabe ao governo a organização de meios eficazes para que o consumidor possa buscar seus direitos, sendo como exemplo a criação do Procon ou por meio de fiscalização nas relações de consumo, qual segundo Efing (2002, p. 93) descreve:

“Neste sentido, cabe ao ente governamental a instituição de instrumentos eficazes à efetivação da tutela dos interesses dos consumidores, sejam eles traduzidos na forma de criação de organismos de defesa do consumidor (Procon, Delecon, SDE/MJ etc.)”.

Tem ainda o governo o dever de ampliação da proteção ao consumidor no mercado de consumo sendo ilegal o seu recuo sendo ele administrativo ou legislativo, qual segundo Efig (2002, p. 93) conceitua:

“Ainda, o dever governamental caracteriza-se pela crescente ampliação da proteção do consumidor no mercado de consumo, restado ilegal qualquer retrocesso (legislativo ou administrativo) no padrão de defesa dos consumidores brasileiros”.

Quanto aos arquivos de consumos a execução do governo e sua regulamentação estão previstas nos artigos 43, 44, 72 e 73 do Código de Defesa do Consumidor e apresenta-se de forma ineficiente a tutela no interesse do consumidor, faltando assim à garantia da adequação da prestação de serviços por não ter um controle preventivo e repressivo faltando atuação sobre as empresas na divulgação de informações e inclusive de uma norma específica sobre a coleta, armazenamento de dados e também restringindo as informações ou sua divulgação, qual segundo Efig (2002, p. 93) descreve:

“Em relação aos arquivos de consumo, o cumprimento do dever governamental de regulamentação inicia na própria edição do Código de defesa do Consumidor, através de seus arts. 43, 44, 72 e 73. No entanto, tem-se apresentado insuficiente a tutela do CDC no interesse dos consumidores, verdadeiramente deixando a desejar a garantia de adequação da prestação destes serviços pela falta de um controle administrativo efetivo (preventivo e repressivo) atuando sobre os órgãos de divulgação de informações e, inclusive, de uma normatização específica sobre a forma de coleta e armazenamento destes dados, talvez restringindo as informações ou sua divulgação, como ocorre em alguns países”.

3.5 - PRINCÍPIO DA BOA FÉ

Esse princípio é uma regra que deve estar implantada em todas as pessoas devido aos próprios valores éticos e morais da sociedade em que vivemos, nas relações de consumo não é diferente, alias é um importante princípio de atuação humana a boa fé, qual segundo Efig (2002, p. 94) conceitua:

“O princípio da boa-fé permeia-se em todas as ações humanas, sendo regra ínsita aos próprios valores éticos e morais da sociedade. Não poderia ser diferente nas relações de consumo. Arriscamos dizer, inclusive, ser este um dos mais relevantes ramos de atuação humana a ensejar a aplicação do princípio da boa-fé”.

A boa fé é um princípio fundamental da política nacional de relações de consumos, apesar de que a boa fé deveria se manifestar naturalmente pela natureza humana, mas infelizmente as coisas não funcionam, desta forma, qual segundo Efig (2002, p. 95) descreve:

“Não causa estranheza que apareça inserido em todo o conteúdo do Código de Defesa do Consumidor, visto que seus legisladores, confessadamente, utilizam a técnica da repetição para dar enfoque especial àqueles assuntos que o merecem. Fez bem o legislador em incluí-lo como princípio fundamental da Política Nacional de Relações de Consumo, apesar de entendermos que a boa-fé seja instituído que deveria se exteriorizar espontaneamente pela natureza humana, no entanto sabemos que as coisas assim não acontecem”.

Também tem-se a boa fé objetiva a qual pode ser explicada como sendo uma regra de conduta, devendo as partes agir com honestidade e lealdade com o objetivo de haver um equilíbrio nas relações de consumo, não sendo este equilíbrio econômico, mas sendo um equilíbrio das posições contratuais, sendo que em uma relação de consumo ambas as partes têm direitos e deveres, porém como regra há um desequilíbrio de forças, desta forma pode ser chegar a um equilíbrio real, qual segundo Nunes (2013, p. 181) conceitua:

“Já a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Não o equilíbrio econômico, como pretendem alguns, mas o equilíbrio das posições contratuais, uma vez que, dentro do complexo de direitos e deveres das partes, em matéria de consumo, como regra, há um desequilíbrio de forças. Daí que, para chegar a um equilíbrio real”.

Essa boa fé objetiva funciona com o padrão a qual não depende de alguma forma para verificação de uma má fé subjetiva do fornecedor ou consumidor.

Desta forma quando se diz em boa fé objetiva, significa que fornecedor e consumidor tenham um comportamento fiel, a fim de garantir um respeito para ambas às partes.

Tem por objetivo esse princípio garantir assim que numa relação de consumo não haja abuso, obstrução sem causar lesão a ninguém, qual segundo Nunes (2013, p. 181) descreve:

“A boa-fé objetiva funciona, então, como um modelo, um standard, que não depende de forma alguma da verificação da má-fé subjetiva do fornecedor ou mesmo do consumidor. Deste modo, quando se fala em boa-fé objetiva, pensa-se em comportamento fiel, leal, na atuação de cada uma das partes contratantes a fim de garantir respeito à outra. É um princípio que visa garantir a ação sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão a ninguém”.

Já a boa fé subjetiva corresponde à ignorância de uma pessoa a respeito de um fato modificador, impeditivo ou violador de seu direito. É pessoa acreditar ser detentor de um direito pelo motivo de desconhecer a sua real situação, qual preceitua Nunes (2013, p. 180):

“A boa-fé subjetiva diz respeito à ignorância de uma pessoa acerca de um fato modificador, impeditivo ou violador de seu direito. É, pois a falsa crença sobre determinada situação pela qual o detentor do direito acredita em sua legitimidade, porque desconhece a verdadeira situação”.

Vale destacar que o princípio da boa fé deve ser seguido por ambas as partes numa relação de consumo, com o objetivo de aproximação entre o consumidor e o fornecedor, desta forma deve ocorrer com relação ao banco de dados e cadastro de consumidores, observando os demais princípios, sob pena de haver um confronto de normas de interesse público e natureza social, qual segundo Efig (2002, p. 95) conceitua:

“Ressalte-se que deve ser seguido por ambas as partes da relação de consumo, justamente por seu caráter universal, visando a aproximação de interesses entre consumidor e fornecedor. Assim deve ocorrer em relação aos bancos de dados e cadastros de consumidores, atentando-se inclusive para observação dos demais princípios em consonância com a boa fé, sob pena de estar afrontando normas de interesse público e natureza social”.

3.6 - PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

O princípio da transparência está previsto no artigo 4º *caput* do Código de Defesa do Consumidor, qual determina a obrigação do fornecedor em informar o consumidor sobre os produtos e serviços que a ele é oferecido e também a colocando à disposição previamente do conteúdo do contrato, qual segundo Nunes (2013, p. 178) diz:

“O princípio da transparência, expresso no caput do art. 4º do CDC, se traduz na obrigação do fornecedor de dar ao consumidor a oportunidade de conhecer os produtos e serviços que são oferecidos e, também, gerará no contrato a obrigação de proporcionar-lhe o conhecimento prévio de seu conteúdo”.

Nos dias atuais com ajuda da tecnologia as informações transitam de forma muito rápido através dos mais variados meios de comunicação, ganhando assim muito mais força, com isso fazendo que as informações passem a ter uma importância jurídica a qual antes não era reconhecida.

Desta forma o princípio da informação o consumidor passa a ter o direito de ser informado sobre todos os aspectos do produto exposto ao consumo ou do serviço, tendo assim também o princípio da informação.

Caso houver uma omissão de alguma informação ao consumidor em alguma cláusula contratual deverá se aplicado o artigo 47 do Código de Defesa do Consumidor o qual prevê que as cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor, conforme descreve Coutinho (s./d.):

"Atualmente se vive num mundo globalizado em que a tecnologia a cada dia caminha a passos cada vez mais largos, percebe-se que a informação circula com maior velocidade por estar difundida nos mais variados meios de comunicação que a massificam com muito mais intensidade, fazendo com que a informação passe "a ter uma relevância jurídica antes não reconhecida. O princípio da transparência consagra que o consumidor tem o direito de ser informado sobre todos os aspectos de serviço ou produto exposto ao consumo, traduzindo assim no princípio da informação. Havendo omissão de informação relevante ao consumidor em cláusula contratual, prevalece a interpretação do artigo 47 do CDC, que retrata que as cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira, mas favorável ao consumidor".(Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5963>. Acesso em: 30.dez.2013).

O Código de Defesa do Consumidor determina o dever do fornecedor informar ao consumidor sobre as características do produto ou serviço e também informar de forma clara o conteúdo do contrato, e a fidelidade respeito na contratação do fornecedor com o consumidor, isto também inclui a fase pré-contratual, ou seja, a fase negocial dos contratos relacionados a consumo.

O princípio da transparência significa que todas as cláusulas contratuais deve estar de forma bem clara para o consumidor, com isso o dever do fornecedor de informar ao consumidor de forma clara todas as características do produto e as particularidades do contrato, garantindo ao consumidor que não venha a sofrer nenhum tipo de lesão, conforme menciona Carmo (2010):

"Em face do CDC, ao fornecedor incumbe novo e indeclinável dever: o dever de bem informar ao consumidor sobre as características do produto, ou serviço, e, ainda, corretamente informar sobre o conteúdo do contrato. E esta lealdade e respeito na contratação do fornecedor com o consumidor, inclui a fase pré-contratual, ou seja, a fase negocial dos contratos de consumo. Transparência é clareza incontestável, é informação sobre tudo aquilo que vai ser importante no contrato. Por isto o CDC atribui ao fornecedor o dever de informar ao consumidor, com muita clareza, as características do produto e as particularidades do contrato, colocando este último a salvo de qualquer tipo de lesão".(Disponível em:< <http://josedocarmo.blogspot.com/2010/03/o-principio-da-transparencia.html>>.Acesso em: 30.dez.2013).

Nos dias atuais o consumidor usufrui de uma confortável situação pois é detentor de um direito subjetivo o da informação. Para o fornecedor o mesmo tem o dever de informação de forma clara o que equivale a uma inversão no ônus da prova.

Para aplicabilidade do princípio da transparência deve ser observado desde a publicidade, vitrines, propaganda e as cláusulas contratuais, conforme descreve Carmo (2010):

"O consumidor desfruta hoje de uma confortável posição de detentor de um direito subjetivo de informação (art. 6º, III). Já o fornecedor está sujeito ao dever de informação, o que equivale a uma inversão ex vi legis do ônus do prova. O princípio da transparência deve ser observado desde a publicidade, vitrines, propaganda e estabelecimentos das condições prévias do contrato".(Disponível em:< <http://josedocarmo.blogspot.com/2010/03/o-principio-da-transparencia.html>>.Acesso em: 30.dez.2013).

Pode-se concluir que com o princípio da transparência o consumidor deve ter acesso as informações de forma clara e precisa com todas as características do produto ou do serviço.

CAPÍTULO 4 - BANCO DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMIDORES

Segundo Benjamin (1991, p. 399), antes da promulgação do Código de Defesa do Consumidor, no Brasil não tinha qualquer norma que regulava os arquivos de consumo.

Conforme conceitua Benjamin (1991, p. 400), os abusos quanto à coleta de informações dos consumidores, organização e a divulgação desses dados sobre a sua idoneidade pessoal e financeira das pessoas eram claros.

Essas informações eram divulgadas para o público pelos diversos meios de comunicação, deixando assim o consumidor constrangido, gerando uma insatisfação por parte do consumidor devido a gravidade, repetição e invasão indevida de seus dados, desta forma preceitua Benjamin (1991, p. 400):

"Informações levadas ao conhecimento público, divulgadas pelos mais diversos meios de comunicação, em procedimentos banalizados, ensejando, como seria de se esperar, insatisfação generalizada, decorrência natural da gravidade e frequência de suas incursões indevidas".

Em decorrência destes pontos que levou o legislador a estabelecer as regras previstas nos artigos 43 e 44 do Código de Defesa do Consumidor, os quais foram apresentados primeiramente à comissão conjunta do Ministério Público de São Paulo e Secretária de Defesa

do Consumidor e após o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, qual menciona Benjamin (1991, p. 400):

“Foram esses fatos que me levaram a redigir a presente Seção e apresenta-lá, primeiro à comissão conjunta do Ministério Público de São Paulo e Secretária de defesa do Consumidor, e, depois, à própria Comissão de Juristas do CNDC (Conselho Nacional de Defesa do Consumidor)”.

Benjamin (1991, p. 400), explana que o texto não teve mudanças significativas, tanto na comissões do anteprojeto e na tramitação legislativa.

No Brasil, na década de 1950 em Porto Alegre tem-se os primeiros registros de banco de dados e cadastros de consumidores, não era nada fácil tanto para o fornecedor e consumidor o parcelamento na compra de produtos e serviços, esse procedimento era demorado e de difícil manuseio sendo realizada especialmente pelas lojas Renner e Casa Masson, conforme descreve Benjamin (1991, p. 401):

“Nos primórdios da popularização dos negócios de consumo a crédito – década de 1950 e primeira metade da de 1960 - não era nada simples, para o fornecedor e para o consumidor, o generalizado parcelamento do preço de produtos e serviços de consumo. Ao contrário, o procedimento mostrava-se demorado, oneroso e de difícil manuseio, como narra Bertam Antônio Sturmer, em detalhado estudo sobre o tema e as experiências pioneiras de crediário na cidade de Porto Alegre, nomeadamente da Casa Masson e Lojas Renner”.

Para o pagamento parcelado cada empresa utilizava-se de um sistema que ela mesmo criava e se organizava para a coleta e manutenção deste sistema para poder garantir o financiamento em condições mínimas de segurança para o credor, neste sentido conceitua Benjamin (1991, p. 401):

“A embrionária técnica mercadológica do pagamento parcelado exigia de cada empresa a organização e manutenção de toda uma estrutura própria destinada a viabilizar o financiamento em condições mínimas de segurança para o credor”.

O consumidor que precisava comprar de forma parcelada precisava preencher um minucioso cadastro que além dos dados pessoais precisava indicar outros comércios o qual com frequência adquiriam produtos e serviços e em especial aonde já tinha comprado a prazo, conforme menciona Benjamin (1991, p. 401):

“O candidato a crédito precisava preencher minucioso cadastro, não só com seus dados pessoais, mais indicando ainda os locais onde habitualmente adquirira produtos e serviços, como armazém, a alfaiataria e, em especial, outros estabelecimentos onde já comprara a prazo”.

Com esse modelo de coleta de informações as empresas contratavam funcionários os quais eram chamados de informantes os quais exerciam a função de verificar diariamente e pessoalmente as referências que o consumidor ao crédito apresentava, nesse sentido preceitua Benjamin (1991, p. 401):

“Crucial nesse modelo privativo de concessão massificada de crédito era a contratação pelas empresas de funcionários especializados, chamados informantes, com a exclusiva função de verificar, diária e pessoalmente, as referências que o candidato ao crédito apresentara”.

Em 1950 após reunião realizada na Associação Comercial 27 empresários de Porto Alegre, fundaram uma associação civil sem fins lucrativos, o Serviço de Proteção ao Crédito, sua ata de criação foi lavrada em 22 de julho de 1955. Após foi em São Paulo criado o segundo Serviço de Proteção ao Crédito no Brasil, conforme Benjamin (1991, p. 402) diz:

“Foi em Porto Alegre que surgiu o primeiro SPC do Brasil, desdobramento natural da larga aceitação popular do emergente crediário, assim como das dificuldades de operação e insegurança das informações arquivadas, de forma isolada, por cada empresa que operasse com crediário. Assim, nos anos de 1950, 27 empresários da cidade, em reunião realizada na Associação Comercial, fundaram, como associação civil sem fins lucrativos, o Serviço de Proteção ao Crédito – SPC, com ata de criação lavrada no dia 22 de julho de 1955. Logo em seguida, São Paulo criava o segundo SPC do País”.

4.1 - INFORMAÇÕES CONTIDAS NOS CADASTROS

O parágrafo 1º do artigo 43, do Código de Defesa do Consumidor, traz que as informações arquivadas sobre consumidores devem ser de forma clara e de fácil compreensão, para facilitar o entendimento do consumidor e evitar assim prejuízo quanto a sua posição no mercado de consumo, conforme descreve Vasconcellos e Benjamin (1991, p. 438):

“Exatamente para facilitar seu entendimento pelo consumidor e evitar danos à sua posição no mercado, os arquivos devem estar redigidos em linguagem transparente e que reflita a realidade exatamente como é, nem mais, nem menos”.

Bolzan (2013, p. 532), conceitua também:

“Prevê o art. 43 da lei n. 8.078/90 que: O consumidor, sem prejuízo do dispositivo no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre a suas respectivas fontes”.

Bolzan (2013, p. 532), ensina-nos que um dos direitos básicos do consumidor é de acesso a informação sobre produto, serviço e também sobre a relação à pessoa do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor abrange de forma ampla as informações existentes em cadastro, fichas, registros e banco de dados, essa questão trata-se em saber se as informações cadastradas nos bancos de informações são iguais ou há divergência entre si.

As informações dos dados arquivados devem ser verdadeiras, sendo que ao consultar tais informações, é preciso que não haja a omissão de nada, conforme preceitua Benjamin (1991, p. 438):

“Antes de mais nada, os dados arquivados, é até despidiendo mencionar, precisam ser verazes, ou seja, dizem tudo (nada truncam ou omitem) e tudo o que dizem representa os fatos tal como são”.

Bolzan (2013, p. 533), conceitua que o objetivo do legislador foi conferir ao consumidor que este tenha de forma acessível informações a seu respeito, pois poderá haver prática abusiva no cadastro de inadimplentes.

Desta forma o arquivista tem o dever de descrever a informação e qual sua fonte, pois a omissão de sua fonte poderá haver a perda de sua veracidade, conforme preceitua Benjamin (1991, p. 438):

“É com base neste direito que se fixa o dever para o arquivista de anotar, junto com a informação que recebe, a sua fonte. Isso porque o dado de consumo, assim como a publicidade, pode, por omissão, deixar de ser veraz, sempre que traduza apenas parte da realidade”.

Benjamin (1991, p. 439), afirma que quando houver o arquivamento de informação do consumidor esse deverá ser informado de forma objetiva não podendo ter informações subjetivas ou até dados não essenciais ao mercado de consumo.

O próprio Superior Tribunal de Justiça pacificou esse entendimento com a Súmula 359: “Cabe ao órgão mantenedor do Cadastro de Proteção ao Crédito a notificação do devedor antes de proceder à inscrição”.

Benjamin (1991, p. 439), ensina que além das informações serem claras e objetivas, os dados a ser arquivados deve ser de fácil entendimento para o consumidor sendo proibido a utilização de símbolos, códigos ou idioma estrangeiro.

As informações contida nos cadastros e banco de dados, devem ser objetivas e de forma clara, pois o fornecedor ao consultar essas informações não pode haver duvida em relação ao consumidor para que este fazer de forma segura, conforme preceitua Bolzan (2013, p. 537):

“De fato, as informações integrantes do cadastros e bancos de dados, além de serem objetivas- escoimadas de informação desnecessárias ou impertinente sobre a pessoa do consumidor e que descrevem fatos sem juízo de valor -, devem ser claras, ou seja, entendidas de imediato e com facilidade pelos seus destinatários, sem a existência de informações elaboradas em códigos ou com tecnicismo exacerbado capaz de distanciar os destinatários da intelecção real a respeito daquilo que consta sobre o consumidor em determinado banco de dados. Não é possível o fornecedor ficar na duvida, se contrata ou não com determinado consumidor, ante a ausência de clareza e objetividade na informação transmitida pelo administrador do banco de dados”.

Nos bancos de dados e cadastros de consumidores, não podem conter informações negativas referente ao período superior a cinco anos, esse período é que o Código de Defesa do Consumidor considera aceitável para que a conduta irregular do consumidor seja esquecida pelo mercado de consumo, conforme preceitua Benjamin (1991, p. 442):

“Primeiro, nos termos do § 1º, do art. 43, os arquivos de consumo não podem “conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos”. Consequentemente, nenhum dado cadastral depreciativo pode superar o quinquênio. Essa é a vida útil máxima e genérica de qualquer informação incluída em banco de dados. É o lapso que o Código considera razoável para que uma conduta irregular do consumidor seja esquecida pelo mercado”.

Ensina Bolzan (2013, p. 537), que consumado o período de restrição, o sistema de proteção ao crédito não pode fornecer qualquer informação negativa do consumidor impedindo ou dificultando o acesso ao crédito.

4.2 - ABERTURA DE CADASTRO

Quando alguma empresa começa a coletar dados para arquivos referente ao consumidor esse deve ser informado sobre tal arquivamento de suas informações, independentemente de

sua provocação ou aprovação, essa comunicação é um direito básico que o consumidor tem o qual está previsto no artigo 43, parágrafo 2º do Código de Defesa do Consumidor, dando a oportunidade para o consumidor de corrigir ou confirmar o registro feito, desta forma Vasconcellos e Benjamin (1991, p. 442) diz:

“O primeiro direito do consumidor, em sede de arquivos de consumo, é tomar conhecimento de que alguém começou a estocar informações a seu respeito, independentemente de provocação ou aprovação sua. Esse dever de comunicação é corolário do direito básico e genérico estatuído no art. 6º, m in. III, e, mais especificamente, no art. 43, § 2º, abrindo para o consumidor a possibilidade de retificar ou ratificar o registro feito”.

Benjamin (1991, p. 453), define que para abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais do consumidor o mesmo deverá ser comunicado por escrito, quando da referida abertura não foi solicitado pelo consumidor.

4.3 - DIREITO À CORREÇÃO

Conforme ensina Bolzan (2013, p. 534), quando o consumidor encontrar informações incorretas sobre seus dados, esse poderá exigir a sua imediata correção, para que este não seja atingido em sua honra e imagem.

Caso o consumidor encontre uma informação falsa, poderá exigir a sua correção, devendo a empresa arquivista corrigir em um prazo de cinco dias úteis e informar a alteração aos destinatários das informações incorretas, conforme conceitua Benjamin (1991, p. 465):

“Determina o CDC que na hipótese de o consumidor encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas”.

O indivíduo antes de ser consumidor um cidadão, as garantias da cidadania são genéricas valendo para todos, desta forma o direito do consumidor é específico, isto significa que somente se caracterizam quando há uma relação de consumo, desta forma preceitua Benjamin (1991, p. 483):

“Antes de ser consumidor, o indivíduo é, no oceano do ordenamento, um cidadão. As garantias da cidadania são genéricas, ou seja, valem para todos, enquanto os direitos do consumidor são específicos, isto é, só se manifestam quando há relação jurídica de consumo”.

Segundo Benjamin (1991, p. 483), o consumidor para ver seu objetivos alcançados pode fazer uso do habeas data.

O parágrafo 4º do artigo 43 do Código de Defesa do Consumidor, trata que os bancos de dados e cadastros são considerados entidades de caráter público, a lei 9.507/97 em seu parágrafo único do artigo 1º, a qual trata do habeas data também apresenta essa definição, nesses termos a lei equipara os cadastros de consumo aos estatais, pois essa ação seria inicialmente usada para cadastros do poder público, nesse sentido Benjamin (1991, p. 484) diz:

“É certo que, nos termos da lei, os cadastros de consumo são equiparados ao estatais, vindo legalmente caracterizados como de “caráter público” (art. 1º, parágrafo único). Mas se trata

de equiparação, o que, sozinha, já demonstra que o regime da Lei nº 9.507/97 foi originalmente pensado para os arquivos em poder dos órgãos públicos, apesar de o instrumento, nos termos da Constituição, não se defrontar, em absoluto, com essa aplicabilidade limitada”.

4.4 - PRESCRIÇÃO

Os arquivos não podem ter dados negativos de consumidores superior a cinco anos, esse é o limite da vida útil de informações inseridas em banco de dados, esse prazo é o que o código pondera para que a conduta irregular do consumidor possa ser esquecida pelo mercado de consumo, conforme preceitua Benjamin (1991, p. 442):

“Conseqüentemente, nenhum dado cadastral depreciativo pode superar o quinquênio. Essa é a vida útil máxima de qualquer informação incluída em banco de dados. É o lapso que o Código considera razoável para que a conduta irregular do consumidor seja esquecida pelo mercado de consumo”.

A contagem deste prazo inicia-se a partir da data de ocorrência de seu fato gerador, qual é do vencimento da dívida, independentemente qual foi a data de comunicação para o serviço de proteção ao crédito ou seu registro nele lançado, conforme Benjamin (1991, p. 490) diz:

“No que se refere ao quinquênio, sua computação toma por base a data da ocorrência que deu origem ao dado depreciador(= fato gerador), não tendo qualquer relevância o momento em que a informação é arquivada, ou, dito de outra forma, o lapso começa a fluir após o vencimento da obrigação, sendo indiferente o prazo de comunicação do SPC ou registro nele lançado”.

Segundo Nunes (2013, p. 658), o prazo de negativação de um consumidor é de cinco anos, podendo haver prazos menores; exemplo cheque seis meses após apresentação e duplicatas três anos, contados do vencimento do título.

O próprio Superior Tribunal de Justiça pacificou esse entendimento com a Súmula 323: “A inscrição do nome do devedor pode ser mantida nos serviços de proteção ao crédito até o prazo máximo de cinco anos independentemente da prescrição da execução”.

Antes do consumidor ser negativado em cadastro de inadimplentes ele tem o direito de ser informado de tal ação, porém há um conflito de quem seria a responsabilidade de informar o consumidor, o comerciante ou o mantenedor do serviço de proteção ao crédito, conforme preceitua Bolzan (2013, p. 539):

“É de se perguntar inicialmente quem seria o responsável para formalizar a comunicação do consumidor de que seu nome será incluído num cadastro de inadimplentes?”.

O Superior Tribunal de Justiça na Súmula 359 estabelece: “Cabe ao órgão mantenedor do cadastro de proteção ao crédito a notificação do devedor antes de proceder a inscrição”.

Ensina Bolzan (2013, p. 540), que a comunicação deve ser feita através do correio com aviso de recebimento, desta forma o mantenedor do cadastro estaria ciente de que o consumidor foi informado sobre a inclusão de seu nome no cadastro de inadimplentes.

Nesse sentido também a Súmula 404 do Superior Tribunal de Justiça prevê: “É dispensável o aviso de recebimento (AR) na carta de comunicação ao consumidor sobre a negativação de seu nome em banco de dados e cadastros”.

4.5 - CADASTROS DE RECLAMAÇÕES DOS FORNECEDORES

O Código de Defesa do Consumidor prevê em seu artigo 44 *caput*, que os órgãos públicos de defesa do consumidor deverão ter cadastros atualizados de reclamações contra fornecedores de produtos e serviços os quais deverão ser divulgados aos consumidores anualmente.

Tem-se dois tipos de arquivos de consumo, os estatais e os privados.

As diferenças são as informações que cada um mantém, pois nos arquivos de consumo privado são mantidas informações a cerca dos consumidores, enquanto os arquivos estatais preservam informações acerca do comportamento dos fornecedores no mercado de consumo, conforme conceitua Benjamin (1991, p. 487):

“A grande diferença entre um tipo de arquivo e o outro é o caráter das informações que mantêm. Enquanto o arquivo de consumo privado junta informações sobre consumidores, os estatais preservam aquelas que têm a ver com o comportamento dos fornecedores no mercado”.

Benjamin (1991, p. 487), ensina que as suas fontes são exatamente opostas, pois os órgãos estatais recebem as informações dos consumidores insatisfeitos, já os privados recebem informações dos fornecedores não satisfeitos.

Os dados arquivados servem para auxiliar os consumidores em suas decisões no mercado de consumo, desta forma essas informações precisam ser divulgadas, conforme descreve Vasconcellos e Benjamin (1991, p. 490):

“As informações são arquivadas para cumprimento de um fim muito específico: auxiliar as decisões dos consumidores, no mercado de consumo. Por isso mesmo, precisam ser divulgadas”.

Tal divulgação deverá ser de forma que o consumidor possa ter conhecimento, a maneira mais comum é através da imprensa tendo como chamamento da “lista das 10 mais”, conforme conceitua Benjamin (1991, p. 490):

“A divulgação pode ser feita de diversas formas. A maneira mais comum é através de press releases e coletivas de imprensa. Tem apelo jornalístico algo como a “lista das 10 mais”.”

Essa divulgação escale-se a mostrar a conduta do fornecedor no mercado de consumo, dando a possibilidade de consultar a totalidade das informações arquivadas, conforme Benjamin (1991, p. 490) diz:

“A divulgação como já dito, limita-se a estampar alguns dados básicos sobre a conduta do fornecedor. Abre-se, então, a possibilidade de consulta a totalidade das informações arquivadas”.

Ensina Benjamin (1991, p. 491), que o acesso a essas informações não é automático, o código menciona em “interessado”, em regra todo o consumidor é interessado, mas não é o caso do fornecedor, o qual deverá demonstrar o seu interesse na consulta.

Para Benjamin (1991, p. 491), Com as informações dos consumidores, as dos fornecedores constantes nos arquivos de fornecedores não podem conter informações negativas a um período superior a cinco anos.

As informações arquivadas referentes aos fornecedores devem ser claras e verdadeiras, caso contenha alguma informação incorreta esse tem o direito que seja corrigida, conforme descreve Benjamin (1991, p. 491):

“Assim por exemplo, tem o fornecedor o direito a retificação de dado incorreto. Os arquivos devem ser redigidos com linguagem objetiva, clara, verdadeira e de fácil compreensão”.

Pode-se concluir que por não ter uma lei que regulava a forma de coleta e armazenamento de informações pessoais dos consumidores, essa era feita de forma abusiva e a divulgação sem limites destas informações pelos fornecedores no mercado de consumo, causava um constrangimento para os consumidores.

Para que um consumidor pudesse efetuar uma compra de forma parcelada, precisava passar por um rigoroso cadastro e para que fosse aprovado a empresa enviava um funcionário pessoalmente para outro comércio para que pudesse colher informações do consumidor, para assim fornecer o crédito.

As informações mantidas em banco de dados e cadastros devem ser de forma clara, verdadeiras e sigilosas, sendo que o prazo de negativação é de cinco anos, sendo que após esse prazo os órgãos não deverão ter mais informações negativas sobre consumidores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sistema de banco de dados e cadastros de consumidores cumprem uma função essencial nas relações de consumo, na medida que possibilitam aos consumidores e fornecedores informações essenciais concernente ao crédito e a qualidade de serviços e produtos fornecidos.

No entanto as informações arquivadas devem ser precisas e verdadeiras sob pena de sua indevida utilização, configurando assim abuso de direito, passível de indenização por dano material e moral.

Desta forma é necessário assegurar que os banco de dados e cadastros de consumidores deve exercer suas funções com responsabilidade, garantido os direitos dos consumidores, assim como a transparência e veracidade das informações arquivadas.

O consumidor é a parte mais fraca em face de banco de dados e cadastros, aqui tem-se o princípio da vulnerabilidade, sendo que o estado deve providenciar meios administrativos para o consumidor poder se defender de abusos praticados pelos comerciantes, tendo assim o princípio do dever governamental e judiciais, princípio de acesso a justiça, os quais devem ser rápido para evitar ou corrigir distorções, princípio da informação, evitando assim danos, de

forma a favorecer a boa fé, princípio da boa fé, tendo transparência nas relações de consumo, princípio da transparência e fazendo uma adequação aos serviços comum dos consumidores e fornecedores, princípio da garantia de adequação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BOLZAN**, Fabrício. *Direito do Consumidor Esquematizado*, São Paulo, Saraiva, 2013.
- EFING**, Antônio Carlos. *Banco de Dados e Cadastro de Consumidores*, Revista dos São Paulo, Tribunais, 2002.
- FILOMENO**, José Geraldo Brito. *Curso Fundamental de Direito do Consumidor*, Atlas, São Paulo, 2008.
- NUNES**, Rizzatto. *Curso Direito do Consumidor*, 8º, São Paulo, Saraiva, 2013.
- GRINOVER**, Ada P., **BENJAMIN**, Antônio H. V., **FINK**, Daniel R., **FILOMENO**, José G. B., **WATANABE**, Kazuo, **NERY**, Nelson., **DENARI**, Zelmo. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto*, Forense Universitária, Brasília, 1991.

Sites consultados:

Disponível em: <http://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=1620>.

Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/4263/bancos-de-dados-e-cadastrados>>.

Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8052>.

Disponível

em: <<https://gateway.zscaler.net/auD?origurl=http%3A%2F%2Fwww%2Eetecriopardo%2Ecom%2Ebr%2Fvirtual%5Flibrary%2Ffld%2Ephp%3Faction%3Ddownload%26file%3DL1NvY2lIZGFkZSBIIERpcmVpdG8vY29kaWdvLWRILWRIZmVzYS1kby1jb25zdW1pZG9yLnBkZg%3d%3d>>.

Disponível em: <http://www.jurisway.org.br/cursos/curso.asp?id_curso=923#>.

Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/5916/a-dialetica-dos-bancos-de-dados-e-cadastrados-de-consumidores/2>>.

Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/691/o-conceito-de-consumidor-no-direito-comparado>>.

Disponível em: <<http://www.flaviocitro.com.br/v1/index.php/2009/05/10/conceito-de-consumidor-finalismo-aprofundado>>.

Disponível

em: <http://uj.novaprolink.com.br/doutrina/4400/consumidor_e_fornecedor_sob_a_otica_do_cd>.

Disponível em: <

http://www.mpce.mp.br/esmp/apresentacoes/XII_Congresso_Nacional_do_MP_do_Consumidor_04092012/01IntroducaoHistoricoConceitosconsumidor_04.09.2012.pdf>.

Disponível

em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=20&ved=0CGgQFjAJOAo&url=http%3A%2F%2Fstoa.usp.br%2Fgiselel%2Ffiles%2F-1%2F19993%2FApostila_de_direito_do_consumidor_e_responsabilidade_civil.doc&ei=qNSUslLHI269gStk4C4CQ&usg=AFQjCNGbKahRso-MgqRCu28mC6t9XI8Wig>.

Disponível em: <<http://patriciaconsumidor.blogspot.com.br/2011/07/produtos-e-servicos-segundo-o-codigo-de.html>>.

Disponível

em: <<http://www.viajus.com.br/viajus.php?pagina=artigos&id=1130&idAreaSel=3&seeArt=y>>.

Disponível em: <<http://bonilhaeruella.com/artigos/124-evolucao-historica-do-direito-do-consumidor.html>>.

Disponível

em: <http://www.fwg.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47:-o-surgimento-do-direito-do-consumidor&catid=29:conteudo&Itemid=2>.

Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/10069/a-relacao-juridica-de-consumo>>.

Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=253>.

Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/688/como-identificar-uma-relacao-de-consumo#ixzz2iMk296lp>>.

Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/pdf/cj039077.pdf>>.

Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=796>.

Disponível em: <<http://www.migalhas.com.br/ABCdoCDC/92,MI128109,31047-As+acoes+coletivas+e+as+definicoes+de+direitos+difusos+coletivos+e>>.

Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/revista/Rev_14/direitos_fund.htm>.

Disponível em: <http://www.adecon.org.br/?area=info_colunas_exb&id_coluna=55>.

Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5963>.

Disponível em: <<http://josedocarmo.blogspot.com/2010/03/o-principio-da-transparencia.html>>.

Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/sumulas/doc.jsp?livre=%40docn&&b=SUMU&p=true&t=&l=10&i=147>>.