

ESTUDO SOBRE A EFICÁCIA DA LEI DO CADASTRO POSITIVO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.

Autor: Mateus Felipe Barbosa de França; Co-autor: Maria Alcilene Dantas
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte –UERN e-mail: pl_matheus14@hotmail.com

Introdução e Justificativa

Com a globalização da economia, tornaram-se cada vez mais constantes e modernas as formas de interações negociais entre pessoas, empresas e países. Essa nova interface interacional pós-moderna, vem sem dúvida refletindo diretamente na vida do consumidor, que é certamente um dos atores importantes na economia de um país. A concessão de crédito é sem dúvida um fator a ser observado quando se quer avaliar o desenvolvimento socioeconômico de um determinado país, daí a importância de se avaliar previamente o perfil do futuro devedor antes de conceder o crédito. O advento da lei 12.414/11 (lei do cadastro) positivo possibilitou pela primeira vez a criação no Brasil de um banco dados que permite ao fornecedor de crédito uma ferramenta que permite acessar o histórico de relações negociais e financeiras do consumidor no mercado de consumo, possibilitando ao fornecedor, avaliar os riscos de concessão de crédito, e evitar prejuízos financeiros advindos do inadimplemento do consumidor. A criação desse nova modalidade de banco de dados acerca do consumidor, dividiram as opiniões doutrinárias, que se manifestam a favor e outros contra a lei. Os que defende a criação do cadastro positivo, alegam que ele, diminuirá o superendividamento do consumidor, e as taxas de juros. Outros entendem a *contrário sensu*, que a lei, na verdade é uma verdadeira afronta ao direito de privacidade do consumidor, já que constitui mais um banco de dados, além dos já existentes, que permite ao fornecedor de crédito, ter acesso a todo um histórico de consumidor no mercado de consumo, tornando-o ainda mais vulnerável frente ao fornecedor. Eis o problema, passemos ao objetivo da presente pesquisa, que é analisar a eficácia da lei do cadastro positivo, perquirindo quais seus reflexos nas relações de consumo, e nos direitos do consumidor, levando em conta a posição doutrinária do tema, e como parâmetro, a lei 8.078/90 (Código de defesa do Consumidor), que como norma principiológica, irradia seus efeitos, sobre a lei do cadastro positivo (diálogo das fontes).

Metodologia

O presente estudo teve inicialmente um viés exploratório, consistindo basicamente em um levantamento bibliográfico acerca do tema. O viés exploratório da temática, teve por enfoque a descoberta de dados, e resultados, acerca da eficácia da lei do cadastro positivo nas relações de consumo.

Após a etapa investigativo/exploratório, passou-se a fase da pesquisa explicativa, onde buscou-se explicar as causas dos resultados descobertos na fase preliminar, sendo possível, verificar melhor as questões apresentadas e discutir proposições para melhoria e aperfeiçoamento do cadastro positivo, atendendo aos direitos do consumidor na relação de consumo.

Resultados e Discursões

O cadastro positivo é um banco de dados com informações sobre as relações do consumidor no mercado de consumo, visando a dar subsídios ao fornecedor no tocante a concessão de crédito, e outras relações negociais que impliquem risco financeiro.

O cadastro positivo já era discutido no Brasil, quando edição da *medida provisória 518/2010*, convertida posteriormente na lei 12.414, em 09 de julho de 2011, sancionada pela presidente Dilma Rouseff. Antes no Brasil existiam apenas bancos de dados de inadimplentes, mais conhecidos como registros de “*maus pagadores*”.

Nos Estados Unidos o cadastro positivo, foi instituído ainda mais transparente, uma vez que no modelo estadunidense, independe de autorização do consumidor para sua inscrição no banco de dados. No México, Chile e Alemanha o cadastro positivo também vingou, e houve efeitos concretos como a diminuição dos índices de inadimplência.

No Brasil o cadastro positivo ao contrário dos países acima citados, ainda não é muito utilizado pelos consumidores, e após uma análise minuciosa acerca desse instituto foi possível chegar aos seguintes resultados acerca da eficácia da lei do cadastro positivo nas relações de consumo:

1. ***Falta de conhecimento do consumidor acerca destes cadastros e necessidade de regulamentação da lei.*** É preciso ainda, que o consumidor se acostume com mais um cadastro, bem como haja uma regulamentação mais específica da lei a fim de garantir maior efetividade, e permitir uma maior regulação dos gestores responsáveis pela organização desses órgãos.

2. **Necessidade do consentimento do consumidor para a abertura de cadastro em seu nome.**

Apesar da previsão legal, muitas vezes os bancos de dados utilizam informações do cadastro sem o seu consentimento, o que configura violação a sua privacidade. A lei do cadastro positivo traz um rol, de direitos ao cadastrado frente banco de dados, visando evitar abusos e a utilização de seus dados para outra finalidade. Nesse sentido a lei dispõe ser direito do cadastrado de ser informado previamente sobre o armazenamento e o objetivo do tratamento dos dados pessoais, bem como os destinatários dos dados em caso de compartilhamento; e ter os seus dados pessoais utilizados somente de acordo com a finalidade para a qual eles foram coletados¹.

3. **Desvio de finalidade.** Nesse sentido dispõe a lei que as informações que constantes nesses bancos de dados somente poderão de utilizadas para realização de análise de crédito e subsidiar a concessão ou extensão de crédito. Fora dessas hipóteses, o uso de qualquer informação é ilegal e lesivo a privacidade do consumidor. Neste liame o cadastro positivo, não pode servir a outro fim, que não o especificado na lei, de modo que se permita conciliar os princípios da liberdade econômica (livre iniciativa) e o respeito a privacidade do consumidor.

4. **Diminuição das taxas de juros.** Não prosperou o efeito esperado pelos que defendia a redução das taxas de juros como consequência da lei. A *contrario sensu* a lei não diminuiu as taxas de juros ao consumidor, a uma porque no Brasil não há uma regulamentação legal uníssona sobre juros. A duas, porque a própria a lei ao prever a redução, não impôs essa obrigação aos cadastrados no banco de dados positivos.

5. **Superendividamento:** O cadastro positivo vem permitindo as empresas, bancos e demais instituições financeiras, uma maior facilidade e maior adequação no momento de conceder o crédito ao consumidor, permitindo a essas instituições avaliar o risco de inadimplemento do consumidor, não podendo se falar ainda em brusca queda do superendividamento do consumidor.

6. **Direito a privacidade.** Com a criação do cadastro positivo o consumidor, teve, aviltado o seu direito à intimidade e à vida privada? já que sua vida financeira e patrimonial estará

¹ Art. 5º (...)

V - ser informado previamente sobre o armazenamento, a identidade do gestor do banco de dados, o objetivo do tratamento dos dados pessoais e os destinatários dos dados em caso de compartilhamento;

VII - ter os seus dados pessoais utilizados somente de acordo com a finalidade para a qual eles foram coletados.

exposta a todos que tiverem acesso às informações pessoais contidas no banco de dados? Para o Supremo Tribunal Federal (STF) por meio do voto do Ministro Sepúlveda Pertence ao julgar a ação direta de inconstitucionalidade 1.790-5, entendeu que:

“A convivência entre a proteção da privacidade e os chamados cadastros de consumo, mantidos pelo próprio fornecedor de crédito ou integrados em bancos de dados, tornou-se um imperativo da sociedade de massas: de viabilizá-las cuidou o CDC, segundo o molde das legislações mais avançadas”

Ressaltando a importância HERMAN BENJAMIM:

“O primeiro e mais evidente sinal da importância, tanto para o consumidor como para o mercado, das atividades desenvolvidas pelos bancos de dados de proteção ao crédito vem do próprio Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), o qual, em lugar de proibir, aceita e disciplina os arquivos de consumo. Se relevantes não fossem as atividades, em vez de reguladas pelo Código de Defesa do Consumidor, estariam simplesmente vedadas, incluídas no rol das práticas abusivas indicado pelo artigo 39 do mesmo.”

Há ainda muita polemica em torno do tema, todavia boa parte da doutrina consumerista entende, que o cadastro positivo deve ser efetivado levando em conta, um direito basilar do homem, que é o direito a intimidade e a privacidade. Um direito, portanto, não exclui o outro.

Conclusão

Como exposto a globalização da economia diminuiu as distâncias, e permitiu uma maior interação entre os indivíduos através das novas formas de comunicação. Esses avanços, sem dúvida, vem refletindo nas relações de consumo, de maneira que hoje, o consumidor não precisa mais se deslocar ao fornecedor para adquirir um determinado produto ou serviço, o contrata virtualmente e na hora mais conveniente.

Fala-se hoje em *consumo de massa*, que é o consumismo desenfreado na sociedade moderna, estágio em que as relações de consumo passaram a ser interativa, não sendo mais necessário o consumidor comparecer fisicamente ao estabelecimento comercial, para realizar compras.

É nesse panorama que os arquivos de consumo, tornaram-se instrumentos importantes, a fim de subsidiar o fornecedor na concessão de crédito, empréstimos financiamento, venda a prazo, etc.

Previsto pelo ordenamento jurídico brasileiro, esses bancos de dados devem observar as normas legais, tendo em vista, que são consideradas entidades de caráter público, e seus cadastros devem, conter apenas o indispensável a finalidade a que se destina, sob pena de afrontar o direito à privacidade do consumidor.

Acerca de sua constitucionalidade, deve observar que em virtude da sociedade de *consumo em massa*, tornou-se acarretou um distanciamento físico entre o fornecedor e o consumidor, sendo quase impossível ao primeiro avaliar os riscos, avaliar os riscos da realização do negócio jurídico com este último. Frise-se que os arquivos de consumo já são uma realidade desde a década de 50 no Brasil, o que torna clara sua necessidade na sociedade atual, em virtude da impessoalidade que rege as relações de consumo na globalização da economia.

A lei do cadastro positivo, assim como os demais arquivos de consumo tem sua importância, apesar de não ser um banco de dados tão usual, todavia seus gestores devem respeitar estritamente os direitos dos consumidores previstos em lei, sob pena de responsabilidade civil e penal. Ademais, é muito importante para a eficácia da lei, que haja a participação social, dos órgãos de proteção e defesa do consumidor, e que se dê maior conhecimento aos consumidores acerca desse cadastro, que a priori diga-se somente poderá ser aberto se autorizado pelo consumidor.



Bibliografia

Livros consultados:

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima e BESSA, Leonardo. Manual de Direito do Consumidor. 2ª ed. rev. atual. e ampl. – São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009, pág. 34.

BESSA, Leonardo Roscoe. Relação de consumo e aplicação do Código de Defesa do Consumidor. 2 ed. São Paulo: RT, 2009, p. 103

BONATTO, Cláudio. **Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: Principiologia; Conceitos e Contratos atuais.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

Sites consultados:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12414.htm

<http://www.folhanoroeste.com.br/noticia/detalhe/4555/mpf-contr-o-cadastro-positivo.html>

Legislação Consultada:

Código de Defesa do Consumidor, Senado Federal, 2015.