



Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro

O Cadastro Positivo de Consumidores e o CDC

André Luís S. Proença Silva

Rio de Janeiro
2012

ANDRÉ LUÍS S. PROENÇA SILVA

O Cadastro Positivo de Consumidores e o CDC

Projeto de Pesquisa apresentado como exigência de conclusão de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* da Escola de Magistratura do Estado do Rio de Janeiro em Direito do Consumidor e Responsabilidade Civil.

Professores orientadores:

Guilherme Sandoval

Néli Luiza C. Fetzner

Nelson C. Tavares Junior

Rafael Iorio

Rio de Janeiro
2012

O CADASTRO POSITIVO DE CONSUMIDORES E O CDC

André Luís Siqueira Proença Silva

Graduado pela Universidade Cândido Mendes. Advogado.

Resumo: As relações de consumo modernas estão em constante crescimento, principalmente após a adoção de políticas públicas visando à redistribuição de renda, fato este que tem fomentado o consumo das classes que foram incluídas socialmente. Cada vez mais se percebe o aumento das operações que envolvem outorga de crédito, de forma que hoje as informações pessoais do consumidor tem ganhado grande importância econômica, tanto que foi editada a Lei n. 12.414/2011, que criou o denominado cadastro ‘positivo’ ou ‘informações positivas’. A essência desse trabalho é abordar as consequências na esfera jurídica face os princípios constitucionais e consumeristas vigentes, bem como seu impacto nas relações de consumo, primordialmente nas de concessão de crédito.

Palavras-chave: Consumidor. Crédito. Cadastro Positivo.

Sumário: Introdução. 1. A Constituição Federal de 1988 e a defesa do consumidor. 1.1. As práticas comerciais e a coleta de informações. 1.2. O limite constitucional no uso das informações creditícias. 2. A Lei 12.414/2011: efetividade e consequências práticas. 2.1. A discriminação de consumidores: bons e maus pagadores. 2.2. A redução de juros em operações de outorga de crédito. Conclusão. Referências.

INTRODUÇÃO

O trabalho apresentado aborda o tema dos bancos de dados cadastrais de relação de consumo, conhecidos como SPC e SERASA, entre outros, que foram objeto de regulação específica com o advento do CDC, determinando regras e procedimentos para organização, administração e coleta desses dados.

O CDC permitiu uma evolução significativa nas relações de consumo e um aprimoramento dos bancos de dados, responsáveis por realizar a gestão dessas informações, adequando-se aos princípios e normas constitucionais e consumeristas.

A Constituição da República de 1988 ao definir a ordem econômica e o direito do consumidor como princípios basilares da atividade econômica, e com a posterior edição da Lei n. 8.078/90 (CDC), recepcionou a atividade desenvolvida pelos bancos de dados cadastrais de consumo.

Os direitos personalíssimos foram observados quando da elaboração do CDC, tais como o sigilo, a privacidade e a honra; acesso à informação, além de normas que versam sobre a prescrição e sobre a manutenção das informações dos bancos de dados.

Todavia, até então só havia regulação sobre o tratamento de informações de inadimplemento dos consumidores, depreciativas, objetivando apenas proteger os fornecedores. Com o advento da Lei n. 12.414/2011 o legislador disciplinou a formação e a consulta a banco de dados com informações de adimplemento, para formação de histórico creditício.

A escolha do tema se deu em virtude dos posicionamentos céticos dos PROCONS, em relação às aludidas vantagens conferidas aos integrantes desse novo cadastro, bem como a hipótese de que tal instrumento venha a gerar algum tipo de prejuízo ao consumidor que somente realiza compras com pagamento à vista, em espécie, o que pode configurar uma violação de dispositivos constitucionais.

Dessa forma, serão analisados os posicionamentos dos órgãos de defesa do consumidor, de profissionais do direito que atuam nesse ramo, e de órgãos representativos do comércio, de forma a buscar soluções para as questões suscitadas pelo trabalho.

1. A CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988 E A DEFESA DO CONSUMIDOR

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 tutelou o direito do consumidor no seu artigo 5º, inciso XXXII, ao destacar que a defesa do consumidor é obrigação estatal, erigida à categoria de direito fundamental, consoante o disposto no art. 60, §4º, IV do mesmo pilar legal.

O legislador constituinte determinou ainda que fosse elaborada uma lei ordinária com foco especial na proteção ao consumidor, eleito como sujeito especial de direito, consoante o disposto no art. 48 do ADCT, adotando-se a concepção de codificação, haja vista o caráter de norma de ordem pública, de aplicação imediata, sempre que se verificar uma relação de consumo.

Antonio Carlos Efiging vai além, quando preconiza que, *verbis*:

[...] a previsão constitucional da tutela dos interesses do consumidor, igualando-a a direitos fundamentais, atribui grandiosidade ímpar a esta garantia, impossibilitando, inclusive, que qualquer outra norma venha a revogar o Código de Defesa do Consumidor, sob pena de estar afrontando princípio constitucional.¹

Diversos autores entendem que o legislador constituinte criou um microsistema jurídico, uma verdadeira norma de sobredireito. Nesse sentido, temos

Maria Stella Gregori, que ensina, *verbis*:

[...] o CDC criou um microsistema próprio ao se colocar no ordenamento jurídico como uma lei principiológica, pelo que a ele devem se subordinar todas as leis específicas quando tratarem de questões que atinem as relações de consumo. Compõe um sistema autônomo dentro do quadro constitucional. É um subsistema próprio, inserido no sistema constitucional brasileiro.²

¹ EFING, Antonio Carlos. *Banco de dados e cadastro de consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, v.18, p.81.

² GREGORI, Maria Stella. *A responsabilidade das empresas nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, a.16, n.62, p.165, abr-jun/2007.

Completa o festejado professor Sérgio Cavaliéri Filho que o CDC “é uma sobre-estrutura jurídica multidisciplinar aplicável a todas às relações de consumo, qualquer que seja o ramo do direito aonde vier a ocorrer”³.

Tal entendimento também tem sido adotado pelo Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, conforme se verifica ao analisar a jurisprudência, em especial a Apelação Cível 0013701-03.2009.8.19.0036, da lavra da Des. Teresa Castro Neves, e da Apelação Cível 0001263-98.2006.8.19.0019, de relatoria da Des. Maria Augusta Vaz, entre outros.

O Egrégio STJ tem se pronunciado nesse mesmo sentido, conforme resta evidenciado no REsp 1.009.591, do Rio Grande do Sul, da lavra da Min. Nancy Andrighi, da Terceira Turma, entre outros.

O CDC é fundado em vários princípios, que são irradiados diretamente da CRFB/88, o que confere grande eficiência a esse microssistema jurídico, “razão pela qual devem ser aplicados em quaisquer relações de consumo (contratual e extracontratual)”⁴.

A própria Lei n. 8.078/90, em seu art. 4º estabelece que devem ser atendidos os princípios elencados nos seus incisos, que são: vulnerabilidade do consumidor, proteção efetiva do consumidor, harmonização dos interesses e a boa-fé, educação e informação. Todavia, vamos conferir especial atenção ao princípio da vulnerabilidade, pois este é o princípio norteador da elaboração dessa lei, e deve ser considerado como alicerce dos demais princípios informadores contidos implicitamente no diploma consumerista.

³ CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 2 ed. Rio de Janeiro: Malheiros, 1998, p. 360.

⁴DE CARVALHO, José Carlos Maldonado. *Direito do Consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011, p.07.

A vulnerabilidade decorre do princípio constitucional da isonomia, já que é a parte mais frágil da relação de consumo e tem sido objeto de constante inobservância por parte do comércio.

Consoante entendimento do ilustre doutrinador Bruno Miragem:

A vulnerabilidade do consumidor constitui presunção legal absoluta, que informa se as normas de direito do consumidor devem ser aplicadas e como devem ser aplicadas. Há na sociedade atual o desequilíbrio entre os dos agentes econômicos, consumidor e fornecedor, nas relações jurídicas que estabelecem entre si. O reconhecimento desta situação pelo direito é que fundamenta a existência de regras especiais, uma lei *ratione personae* de proteção do sujeito mais fraco na relação de consumo.⁵

Não obstante esse arcabouço protetivo criado para proteção do consumidor, os demais atores desse negócio jurídico continuam preferindo violar sistematicamente as conquistas consolidadas ao longo de mais de duas décadas de vigência da Lei n. 8.078/90, e por consequência infringindo as regras contidas na Carta Magna de 1988.

Tal conduta lesiva impacta diretamente o Poder Judiciário, em decorrência do aumento em larga escala nas demandas de massa originárias dos Juizados Especiais Cíveis, comprometendo a celeridade almejada. A regulação da coleta e armazenamento das informações positivas veio com boa intenção, mas deve ser considerada com reservas.

1.1. AS PRÁTICAS COMERCIAIS E A COLETA DE DADOS

Hodiernamente, em decorrência do aumento da oferta de crédito, notadamente no que tange à população menos abastada, verifica-se um aquecimento da economia, que reflete o crescimento da demanda por informações creditícias.

⁵ MIRAGEM, Bruno Nunes Barbosa. *Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p.18.

Tal necessidade remonta à tempos passados, conforme aponta o Min. Antônio

Herman Benjamin:

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 Bertran Antonio Sturmer, em detalhado estudo sobre o tema e as experiências pioneiras de crediário na cidade de Porto Alegre, nomeadamente da Casa Masson e das Lojas Renner.⁶

E ressalta ainda:

O candidato ao crédito precisava preencher minucioso cadastro, não só com seus dados pessoais, indicando ainda os locais onde habitualmente adquiria produtos e serviços, como o armazém, a alfaiataria e, em especial, outros estabelecimentos onde já comprava a prazo. Consequência da atuação individual e fragmentada dos vários fornecedores a crédito, cada empresa era obrigada a coletar informações e organizar detalhado cadastro de seus clientes, acessado por consulta manual.⁷

A informação em questão serve para a análise de risco do fornecedor de produtos e serviços, quanto à concessão ou não de crédito para aquele consumidor interessado em contrair seu produto/serviço. No caso das instituições financeiras, por exemplo, para avaliar o risco de crédito, uns dos pontos nevrálgicos para a fixação da taxa de juros ao tomador final, utilizam-se de estatísticas obtida por meio da experiência de crédito e de informações contidas em bancos de dados, públicos e privados, além da probabilidade de cumprimento da obrigação assumida pelo tomador de recursos na operação de crédito. A partir de então se decide quanto à realização ou não da operação, bem como a fixação da taxa de juros e demais encargos cabíveis.

As relações de consumo atuais tem se caracterizado por seu lado imprevisível, e extremamente rápido em que se processam, graças ao auxílio da evolução tecnológica,

⁶ BENJAMIN, Antonio Hermann de Vasconsellos. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto / Ada Pellegrini Grinover et al. 8 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 401.

⁷ Ibid., p.402.

que permite que inúmeras transações ocorram num mesmo dia, em estabelecimentos diversos, sem que haja qualquer contato e a possibilidade de relações futuras.

Nesse sentido esclarece Antônio Herman Benjamin:

Foi-se o tempo em que fornecedor e consumidor se conheciam e estavam unidos por uma relação mútua. Por outro lado, consumidor comum não mais tem condições de analisar, com facilidade, o produto ou serviço que adquire. Ademais, a relação de consumo, que antes se resumia àquelas partes, agora tem terceiros a influenciar fortemente a decisão de compra e de venda, isto é, os fornecedores de crédito ao consumo e os profissionais de publicidade.⁸

Isto posto, observa-se que os fornecedores, em particular os comerciantes se utilizam de práticas que passam despercebidas pelos consumidores, inserindo nos contratos de adesão cláusulas permissivas de utilização dos dados fornecidos pelos consumidores para celebração do negócio jurídico, por outras empresas pertencentes ao mesmo conglomerado econômico.

Tal conduta demonstra o desrespeito com o cliente, que foi induzido a aceitar esse artifício argiloso, sem poder manifestar a sua vontade real, passando a receber informes promocionais, brindes e até mesmo cartões de crédito, linhas de empréstimo pré-aprovados, entre outros itens, que representam um risco à segurança dos consumidores, abarcada pelo CDC.

1.2. O LIMITE CONSTITUCIONAL NO USO DAS INFORMAÇÕES CREDITÍCIAS

Inicialmente é oportuno ressaltar que em virtude da evolução histórica de nossa lei maior, que teve influência por declarações internacionais que foram internalizadas em nosso ordenamento jurídico, a CRFB/88 em seu art. 1º, inciso III, alçou a dignidade

⁸ BENJAMIN, Antonio Hermann de Vasconsellos. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto* / Ada Pellegrini Grinover et al. 8 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 409.

da pessoa humana a um princípio fundamental, com intuito de resguardar a pessoa em face de tudo que venha a levar-lhe ao aviltamento.

Por sua vez, o Código Civil regulou os conhecidos direitos da personalidade em seus art. 11 a 21, que consistem naqueles direitos indispensáveis ao desenvolvimento do princípio constitucional, abarcando aspectos físicos, psíquicos e morais do ser humano, e são caracterizados pela vitaliciedade e imprescritibilidade.

Isto posto, resta claro que o uso das informações creditícias sofre limitação por parte do ordenamento jurídico pátrio, com vistas a proteger o cidadão de lesão ou ameaça a lesão, no que toca a sua honra e a sua privacidade. Tal espírito protetivo se demonstra evidenciados na leitura do art. 43 e seguintes, do CDC, no qual há expressa permissão ao consumidor de acesso às suas informações existentes, bem como proíbe a manutenção de informações depreciativas deste sujeito especial de direito, por prazo superior a cinco anos, conferindo direito de exigir a correção de eventuais inexatidões cadastrais.

Em decorrência da atual crise mundial, que tem reflexos diretos em nossa economia, o governo tem implementado políticas para fomentar a oferta de crédito, que por sua vez repercute numa maior demanda por informações, de modo a ameaçar os direitos da personalidade e a dignidade da pessoa humana.

O egrégio STJ tem assentado entendimento de que “a dignidade da pessoa humana, um dos fundamentos do Estado democrático de direito, ilumina a interpretação da lei ordinária”⁹. (STJ, HC 9.892/RJ, DJ. 26.3.01, Rel. orig. Min. Hamilton Carvalhido, Rel. para AC Min. Fontes de Alencar). Nesse contexto, devemos nos socorrer dos princípios basilares do Estado e aplicá-los nas demandas corriqueiras,

⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. HC n. 9892/RJ. Relator Ministro Hamilton Carvalhido. Relator para acórdão Ministro Fontes de Alencar. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp?livre=9892&&b=ACOR&p=true&t=&l=10&i=3>>. Acesso em: 31 set. 2012.

como no caso das informações creditícias, de maneira a preservar os princípios que norteiam a liberdade econômica, mas sem deixar de observar a dignidade humana.

O trato inadequado e/ou irresponsável desses dessas informações pode gerar danos incomensuráveis ao bom nome e a honorabilidade do consumidor afetado, ensejando reparação por danos morais, consoante previsão legal. Entretanto, a hipótese de reparação não tem sido suficiente para evitar os danos advindos dos descumprimentos reiterados do ordenamento jurídico, de forma a contribuir para o caos no Poder Judiciário, principalmente nos Juizados Especiais Cíveis, afrontando a celeridade almejada pela Lei n. 9.099/90.

2. A LEI N. 14.414/2011: EFETIVIDADE E CONSEQUÊNCIAS PRÁTICAS

O legislador ordinário percebeu que havia a necessidade de regular esse nicho de informações, o do cadastro negativo às avessas, e foi editada a Lei n. 14.414, de 09 de junho de 2011, que disciplina a formação e consulta a bancos de dados com informações de adimplementos, que ficou conhecido popularmente como lei do cadastro positivo.

Tal dispositivo só veio a ser regulamentado com a edição do Decreto n. 7.829/2012, que trouxe detalhes sobre a operação e o funcionamento desses cadastros, que foram idealizados, segundo a Confederação Nacional do Comércio, com objetivo de que “a concessão de crédito ou venda a prazo considere o hábito de pagamento do consumidor, já que historicamente um único registro de inadimplência pode impedir o crédito no comércio e em instituições financeiras”¹⁰.

¹⁰ CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. *Os aspectos benéficos do Cadastro Positivo de Consumidores*. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/noticias/os-aspectos-beneficos-do-cadastro-positivo-de-consumidores>>. Acesso em: 13 dez. 2011.

A seguir analisaremos se a *ratio essendi* da lei do cadastro positivo poderá ser factível ou não, bem como traremos opiniões das entidades de defesa do consumidor que estão céticos e cautelosos sobre a questão.

2.1. A DISCRIMINAÇÃO DE CONSUMIDORES: BONS E MAUS PAGADORES

Já que a inscrição no cadastro instituído pela Lei n. 12.414/2011 é facultativa, demandando uma manifestação de vontade do cliente nesse sentido (art. 4º), aventa-se a possibilidade do mercado criar uma falsa presunção de inidoneidade, no caso daqueles consumidores que não integram esse novo rol, e desse modo, provavelmente, venham a sofrer as consequências similares aos que hoje estão no já conhecido cadastro de inadimplentes.

Esta hipótese não pode ser ignorada, haja vista que inúmeros consumidores realizam suas compras à vista, outros tantos não possuem conta em instituições financeiras, entre outras situações, e podem vir a serem penalizados por não desejarem ingressar nesse novo cadastro positivo.

Segundo o advogado Arthur Rollo, “essa inexistência de informação positiva representará, na prática, uma informação negativa, que dificultará a obtenção de crédito. E essa ausência de informação positiva ficará disponível no sistema por quinze anos”¹¹.

Assim sendo, estaremos diante de uma clara violação a outro preceito constitucional, consagrado no art. 5º, inciso I, da CRFB/88, o direito a isonomia, o que pode vir a acarretar a inaplicabilidade desse cadastro. Tal alerta foi dado pelo PROCON/RJ, que afirmou que “o princípio da isonomia [...] foi, simplesmente,

¹¹ ROLLO, Arthur. *Cadastro positivo não beneficia bom pagador*. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2011-mai-18/bons-pagadores-nao-serao-beneficiados-cadastro-positivo>>. Acesso em: 13 dez.2011.

desprezado. Isso porque, o cadastro positivo provocará o surgimento de tratamento discriminatório até mesmo entre os “bons pagadores”¹².

Da mesma maneira alerta a Fundação PROCON/SP¹³, que vislumbra a possibilidade de criação de um novo tipo de consumidor, que não é tido nem mesmo como bom, bem como mau pagador, e que não auferirá benefício algum, o que tornaria a lei ineficaz no seu intento, bem como pode fomentar a injustiça social.

2.2. A REDUÇÃO DE JUROS EM OPERAÇÕES DE OUTORGA DE CRÉDITO

Quando da aprovação do então projeto de lei pelo Senado Federal, vários veículos da mídia noticiaram tal acontecimento, e suscitaram como provável benefício ao consumidor o acesso a juros mais baixos, conforme o exposto e almejado pelo Ministério da Fazenda.

Ademais, as informações positivas já eram de fato usadas, desde 1997, pelo Banco Central do Brasil, por sua Central de Risco de Crédito, agora denominado Sistema de Informações de Crédito. Entretanto, conforme salienta o ilustre doutrinador Leonardo Roscoe Bessa, em matéria veiculada no site do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON), “[...] embora a Central de Riscos exista desde 1997, não se tem notícia de um único caso que o consumidor tenha efetivamente se beneficiado da tão alardeada taxa de juros menor em razão de um bom histórico de crédito”¹⁴.

¹² AUTARQUIA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. *Cadastro Positivo – Benefício Real?*. Disponível em: < <http://www.procon.rj.gov.br/beneficioreal.html>>. Acesso em: 28 jan. 2012

¹³ FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. *Cadastro Positivo*. Disponível em: < <http://www.procon.sp.gov.br/noticia.asp?id=2130>>. Acesso em: 28 jan. 2012

¹⁴ BESSA, Leonardo Roscoe. *Central de riscos e informações positivas: uma breve análise jurídica*. Disponível em: < <http://brasilcon.org.br/?pag=artigo&id=2088>>. Acesso em: 09 mai.2012

Para Roberto Troster¹⁵, que já foi economista-chefe da Febraban, a queda na taxa de juros só poderá vir a ocorrer caso haja mais concorrência entre as instituições financeiras. Recentemente o Governo Federal determinou a queda da taxa de juros de seus bancos oficiais, como forma de pressão ante os bancos privados, e acabou por demonstrar que em nada, ou muito pouco viria afetar a existência do cadastro positivo.

Fica claro que a Lei n.12.414/2011, apesar de partir de uma premissa lógica e aceitável, provavelmente não venha a se tornar efetiva e cair no gosto do brasileiro, em função das incertezas que a mesma proporciona ao cidadão consumidor, bem como pelo fato de que a sonhada redução na taxa de juros não deverá acontecer, uma vez que as instituições financeiras visam precipuamente o aumento do seu lucro a qualquer custo. Tal lei veio beneficiar diretamente as instituições financeiras, de maneira a atender os interesses de um segmento do mercado que detém o poder econômico, ainda mais precioso em tempos de crise econômica mundial.

3. CONCLUSÃO

Ante o exposto, é possível verificarmos que baseados na evolução das relações de consumo, as informações são um importante meio de conhecimento dos agentes envolvidos nas relações de consumo. Todavia, a premissa utilizada para a edição da Lei n. 12.414/2011 condiz com a tradição de outros países, que possuem a cultura do trato das informações positivas mais avançada, sendo o oposto da realidade brasileira, que fica evidenciada na redação do art. 43, parágrafo primeiro, quando diz que as informações negativas não podem ser superior a 5 anos, demonstrando nossa diferença.

¹⁵ GRADILONE, Cláudio. *Cadastro positivo*. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/43624_CADASTRO+POSITIVO>. Acesso em: 18 abr.2012

No Brasil, o legislador constituinte criou artifícios, mecanismos de proteção ao sujeito especial de direito que decidiu tutelar, com fim de salvaguarda-lo de condutas abusivas perpetradas pela parte mais privilegiada na relação econômica, e que foram pormenorizadas quando da elaboração do diploma consumerista. Tanto que o legislador ordinário, na Seção VI do CDC tratou das disposições referentes aos bancos de dados e cadastros de consumidores.

O consumidor, por sua vez, continua a sofrer com as constantes violações a seus direitos, bem como com promessas enganosas de redução de juros, e precisa recorrer ao Poder Judiciário para ver seus problemas resolvidos de forma satisfatória, quando em teoria, em virtude da boa-fé, da transparência, e de outros inúmeros princípios, deveria haver diálogo, em busca de soluções administrativas, boas para ambas às partes.

Os constantes casos de negativas indevidas que ocorrem, são reflexo da falta de fiscalização adequada e presente, bem como consequência das irrisórias decisões judiciais, que em sua maioria tem fixado valores ínfimos aos danos morais pleiteados pelos consumidores que tem recorrido à justiça, sob o pretexto de não fomentar a “indústria do dano moral”.

Isto posto, para que a lei do cadastro positivo venha a ser aplicada é necessário uma mudança cultural profunda, tanto por parte dos consumidores, quanto por parte dos fornecedores. Estes, no sentido de respeitarem a legislação pátria, e buscarem além do lucro a satisfação dos seus clientes, enquanto aqueles, de se convencerem de que é realmente bom terem seus nomes incluídos nessa lista, e a garantia de que vão gozar de benefícios reais, concretos.

Somente dessa forma a discriminação entre os consumidores se tornaria nula, e a lei atingiria seu objetivo. Mas sabemos que tal mudança de paradigma é extremamente

difícil, e da forma como se encontra o mercado de consumo, esta lei se mostra inócua e eivada de inconstitucionalidade.

REFERÊNCIAS

AUTARQUIA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. *Cadastro Positivo – Benefício Real?*. Disponível em: < <http://www.procon.rj.gov.br/beneficioreal.html>>. Acesso em: 28 jan. 2012

EFING, Antonio Carlos. *Banco de dados e cadastro de consumidores*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002, v.18.

BENJAMIN, Antonio Hermann de Vasconcellos. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto / Ada Pellegrini Grinover et al. 8 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

ROLLO, Arthur. *Cadastro positivo não beneficia bom pagador*. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2011-mai-18/bons-pagadores-nao-serao-beneficiados-cadastro-positivo>>. Acesso em: 13 dez.2011.

MIRAGEM, Bruno Nunes Barbosa. *Direito do Consumidor*. 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p.18.

GRADILONE, Cláudio. *Cadastro positivo*. Disponível em: <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/43624_CADASTRO+POSITIVO>. Acesso em: 18 abr.2012

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. *Os aspectos benéficos do Cadastro Positivo de Consumidores*. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/noticias/os-aspectos-beneficos-do-cadastro-positivo-de-consumidores>>. Acesso em: 13 dez. 2011.

FUNDAÇÃO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. *Cadastro Positivo*. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/noticia.asp?id=2130>>. Acesso em: 28 jan. 2012

DE CARVALHO, José Carlos Maldonado. *Direito do Consumidor: fundamentos doutrinários e visão jurisprudencial*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

BESSA, Leonardo Roscoe. *Central de riscos e informações positivas: uma breve análise jurídica*. Disponível em: < <http://brasilcon.org.br/?pag=artigo&id=2088>>. Acesso em: 09 mai.2012

GREGORI, Maria Stella. *A responsabilidade das empresas nas relações de consumo*. São Paulo: Revista dos Tribunais, a.16, n.62, p.165, abr-jun/2007.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de Responsabilidade Civil*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Malheiros, 1998.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. HC n. 9892/RJ. Relator Ministro Hamilton Carvalhido. Relator para acórdão Ministro Fontes de Alencar. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/doc.jsp?livre=9892&&b=ACOR&p=true&t=&l=10&i=3>>. Acesso em: 31 set. 2012.