

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE DIREITO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM DIREITO  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DIREITO DO CONSUMIDOR E DIREITOS  
FUNDAMENTAIS

JULIANA GOMES TONELLO

SCORE E CADASTRO POSITIVO: ASPECTOS E INFLUÊNCIAS NAS RELAÇÕES  
DE CONSUMO

Porto Alegre

2014

JULIANA GOMES TONELLO

SCORE E CADASTRO POSITIVO: ASPECTOS E INFLUÊNCIAS NAS RELAÇÕES  
DE CONSUMO

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Especialista em Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais pelo Programa de Pós-Graduação *lato sensu* da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Cristiano Heineck Schmitt

Co-orientador: Prof. Dr. Bruno Nubens Barbosa Miragem

Porto Alegre

2014

## RESUMO

A presente pesquisa trata da importância dos cadastros e bancos de dados de consumidores para a concessão de crédito no mercado atual e como afetam as relações de consumo. Para tanto, por meio da metodologia de pesquisa pura, bibliográfica, jurisprudencial, exploratória e explicativa, apresenta-se a construção evolutiva destes conceitos e dos demais direitos que dão forma à proteção do consumidor. Não somente, analisa-se criticamente a aplicação das normas do direito do consumidor as novas espécies de arquivos de consumo, como o *score* e o cadastro positivo, pelo fato da influência que exercem na causa da relação de consumo. Portanto, à luz dos direitos fundamentais do consumidor, observa-se que estes novos instrumentos que - por meio de informações arquivadas do consumidor e demais critérios - analisam o risco da concessão de crédito, por vezes acabam por contradizer as condutas legalmente aceitas pelo Código de Defesa do Consumidor. Todavia, este tema é objeto de inúmeras demandas judiciais e será decidido pelo Superior Tribunal de Justiça, oportunidade em que o seu estudo será mais aprofundado e saberemos qual entendimento seguir de fato.

**PALAVRAS-CHAVE:** Direito do consumidor – Arquivos de consumo – *Score* – Cadastro Positivo – Direitos fundamentais do consumidor

## ABSTRACT

The present research addresses the importance of consumer records and databases for granting credit in the current market and how they affect consumer relations. So through the methodology of pure research, bibliographic, jurisprudence, exploratory and explanatory, presents the evolutionary construction of these concepts and other rights that shape consumer protection. Not only, it critically analyzes the application of the rules of consumer law to this new kinds of consumption files, as the *score* and the positive registry, because of the influence they exert on the cause of the consumption relationship. Therefore, in light of the consumer fundamental rights, it is observed that these new instruments which - through archived information from the consumer and other criteria - analyze the risk of granting credit, sometimes end up contradicting behaviors legally accepted by the Code of Consumer Defense. However, this topic is the subject of numerous lawsuits and will be decided by the Superior Court of Justice, opportunity that its study will be deeper and we will know, indeed, which understanding to follow.

**KEYWORDS:** Consumer law – Consumption files – *Score* – Positive Registry – Consumer fundamental rights

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2 CONCEITOS BÁSICOS SOBRE CADASTRO E BANCO DE DADOS DE CONSUMIDORES.....</b>                        | <b>6</b>  |
| 2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA.....  | 6         |
| 2.2 DISTINÇÃO ENTRE CADASTRO E BANCO DE DADOS DE CONSUMIDORES.....                                     | 10        |
| 2.3 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR.....   | 14        |
| <b>3 ASPECTOS DOS NOVOS ARQUIVOS DE CONSUMO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO.....</b>                            | <b>19</b> |
| 3.1 O CADASTRO POSITIVO E O <i>SCORE</i> .....   | 20        |
| <b>4 ORIGEM CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....</b>   | <b>24</b> |
| 4.1 DIREITO À PRIVACIDADE.....   | 27        |
| 4.1.1 DIREITO À PRIVACIDADE NO CADASTRO POSITIVO E NO <i>SCORE</i> .....                               | 30        |
| 4.2. DIREITO À INFORMAÇÃO.....   | 31        |
| 4.2.1 REQUISITOS DAS INFORMAÇÕES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....  | 33        |
| 4.2.2 DIREITO À INFORMAÇÃO NOS ARQUIVOS DE CONSUMO.....  | 35        |
| 4.3 A RESPONSABILIDADE CIVIL NOS ARQUIVOS DE CONSUMO.....  | 37        |
| <b>5 OS NOVOS ARQUIVOS DE CONSUMO E SUAS INFLUÊNCIAS NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS.....</b>               | <b>41</b> |
| 5.1 ANÁLISE DO <i>SCORE</i> .....  | 41        |
| 5.2 ANÁLISE DO CADASTRO POSITIVO.....  | 45        |
| 5.3 ALGUNS JULGADOS E ATOS DO PODER JUDICIÁRIO GAÚCHO E ABORDAGEM DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA..... | 49        |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>63</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>65</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Em um primeiro momento, a concessão de crédito ao consumidor era baseada em dados subjetivos e na confiança que este imprimia ao fornecedor, o que acabava por dificultá-la, porquanto, esta situação modificou-se graças às inovações da área da tecnologia de informação, possibilitando o desenvolvimento dos cadastros e bancos de dados de proteção ao crédito atuais. Inserido neste contexto, o presente trabalho inicia com o objetivo de delinear um quadro evolutivo sobre os arquivos de consumo.

Em especial, apresenta uma contextualização sobre o tema, demonstrando as origens da proteção do consumidor perante os arquivos de consumo que atuam no mercado; bem como, trata dos aspectos que caracterizam os novos arquivos de consumo existentes no Brasil, a saber: o *score* e o cadastro positivo.

Seguidamente, tendo este cenário como plano de fundo, serão abordados tópicos relativos aos demais princípios e direitos que incidem sobre o assunto, dando-se atenção aos desafios que lhes são impostos pelas empresas que administram os arquivos de consumo de proteção ao crédito. Da mesma forma, verifica os efeitos que estes novos serviços geram nas relações de consumo.

Desta feita, a partir das normas que compõem o ordenamento jurídico brasileiro e da doutrina produzida por autores nacionais, analisa-se como a legislação pátria trata a proteção do consumidor perante os bancos de dados de consumidores – em especial sobre o *score* e o cadastro positivo -; bem como, identifica, através de decisões judiciais relevantes para a compreensão da temática, quais os posicionamentos defendidos pelo Judiciário Gaúcho e a abordagem do Superior Tribunal de Justiça acerca do problema.

Nesse passo, lança-se mão da importância da preservação do consumidor como sujeito de direitos e dos lineares que definem a relação de consumo, à luz dos direitos fundamentais, trazendo pressupostos sobre como os atores da relação podem perfectibilizar o efetivo exercício dos direitos de proteção do consumidor e dos deveres que dele advêm.

## 2 CONCEITOS BÁSICOS SOBRE CADASTRO E BANCO DE DADOS DE CONSUMIDORES

### 2.1 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Primeiramente, faz-se necessário discorrer sobre a evolução histórica dos sistemas de cadastro e de bancos de dados de consumidores, a fim de se observar o desenvolvimento destes conceitos até a atualidade.

De acordo com Antônio Carlos Efig, não se há certeza quanto a origem da palavra “cadastro”, pois pode ter vindo do grego *katastizô* (distinguir por pontos), ou do latim *capistratum* (capacidade) ou *caput* (cabeça). Já na Idade Média, o termo se transformou em *catastra*, e denominava os registros públicos de declarações de propriedade.<sup>1</sup>

Portanto, a origem da palavra sinaliza para a conexão com a função de censo, na medida em que permite às autoridades da administração a ordenação dos registros de propriedade de terras e a possível cobrança de impostos sobre as mesmas. Tanto é assim que, até hoje, o vernáculo italiano *catasto* significa censo, assentando o entendimento anteriormente descrito; bem como, a palavra *catastre*, presente tanto na língua francesa quanto inglesa, significa o registro de propriedade e sua avaliação de impostos.<sup>2</sup>

Ou seja, seu sentido originário transmite a ideia de um cadastro para a arrecadação de impostos, todavia, este conceito expandiu-se ao longo dos séculos, sendo aplicado, analogicamente, para “todo sistema de fichário, organizado pelos estabelecimentos públicos ou particulares, referente a qualquer assunto de seu interesse, seja econômico ou mesmo administrativo.”<sup>3</sup>

É nesta descrição que os bancos de dados e cadastros de consumidores se inserem. Genericamente, não passam de informações coletadas para a concessão creditícia - empréstimo em pecúnia, parcelamento de preço e adiamento do

---

<sup>1</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 19.

<sup>2</sup> *Ibidem*, p. 20.

<sup>3</sup> SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. Atualizadores: Nagib Slaibi Filho e Gláucia Carvalho. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005. p. 237

pagamento para o futuro, por exemplo – àqueles que são merecedores, a fim de minimizar o risco de inadimplemento, vez que é preciso confiança e segurança nas relações de consumo, principalmente na oferta de crédito. Em virtude disto, no momento em que o fornecedor pretende conceder crédito ao consumidor, aquele se guia pelas informações que possui a respeito deste, pessoa desconhecida, pois necessita crer que o beneficiário do crédito cumprirá a obrigação no seu termo, restituindo o credor daquele capital que concedeu e privou-se.<sup>4</sup>

São do início do século XIX os primeiros registros conhecidos de um cadastro para a concessão de crédito nos moldes acima descritos, face a expansão territorial dos EUA e a dificuldade de controle do crédito pelo setor atacadista na época. Para tanto, “o pretendente do crédito procurava o cedente acompanhado de uma carta de recomendação assinada pelo pastor local, por um banqueiro confiável ou por um amigo de idoneidade indubitável, dando conta de sua confiabilidade.”<sup>5</sup> Mas este método não era totalmente preventivo e protetivo ao fornecedor, por razões óbvias, o que obrigou a criação de um serviço mais eficiente de informações comerciais para fins creditícios.

No ano de 1827, o Sr. Sheldon Church – informante que percorria todo o território americano levantando informações de inúmeras pessoas – e demais atacadistas, que utilizavam de seus serviços, fundaram a Associação de Vigilância dos Comerciantes, sendo aquele nomeado diretor. As informações que detinham eram concisas, porém de cunho subjetivo preponderante – mesmo se fundando em dados concretos -, conforme se observa em alguns relatórios elaborados pelo Sr. Church:

Sr. Fulano - Tem negociado há muitos anos em vários ramos. Não vale nada, nunca fez nada e nunca fará. É exaltado, colérico, brigão, não tem senso comum; o Sr. Fulano já esteve estabelecido aqui com uma pequena casa e faliu. Era vagabundo e gastador. Nos dois últimos anos abriu uma vendinha de farinha e cebolas e tornou-se sóbrio, mas nada fez. Se um negociante desses for seguro, qual é o que o não será.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. **O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. p. 25-27.

<sup>5</sup> SPRAGUE *apud* EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 22.

<sup>6</sup> SPRAGUE *apud* EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 23

Nashville, Tennessee – Sr. Fulano – Trabalhou muito tempo em comissões e representações e também foi leiloeiro. É homem trabalhador, honesto e tem ganho dinheiro. É seguro para qualquer crédito.<sup>7</sup>

Assim, percebe-se que tanto o sistema de informações utilizado há dois séculos passados quanto o atual possuem o mesmo fim, qual seja: selecionar, por meio de dados subjetivos e objetivos, o pretendente ideal para a concessão de crédito. Contudo, a insegurança relativa a veracidade das informações ali cadastradas também é observado em ambos, pois prejuízos podem decorrer da eventual incorreção de dados, voltando-se aqui, novamente, a questão da confiança como elemento integrante do crédito.

Já no Brasil, o instituto em questão – bancos de dados e cadastros de consumidores para concessão de crédito – surgiu em meados de 1950, quando da adoção de uma política desenvolvimentista, que potencializou a transformação e expansão da economia brasileira, em que a taxa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) do país atingia até 10% ao ano. Com isto, não apenas as empresas fornecedoras mudaram, como também o perfil do consumidor, pois este tinha que adquirir os novos bens e serviços que estavam sendo produzidos em larga escala no mercado; e nada melhor que a ampliação e facilitação da concessão de crédito para a sociedade de consumo atingir os objetivos que persegue.<sup>8</sup>

Porém naquela época, a concessão de crédito para essa nova sociedade de consumo era vagarosa e cara, vez que não havia um sistema unificado para esta finalidade, possuindo cada estabelecimento comercial um cadastro particular referente aos seus clientes, como por exemplo, a Casa Masson e a Lojas Renner:

O candidato preenchia um longo cadastro de informações, entre elas indicando o armazém onde realiza as compras, o seu alfaiate, e eventualmente, outras lojas onde comprava a crédito. A loja, por sua vez, possuía um quadro de funcionários com a função chamada de informante que, no caso daquelas antes referidas (Casa Masson e Lojas Renner), chegaram a alcançar o número de vinte empregados, os quais percorriam, diária e pessoalmente, os locais indicados em busca de informações sobre o crédito da pessoa. O setor de crediário dessas lojas pioneiras possuía cadastro de grande número de pessoas, o que fazia com que ficassem, no

---

<sup>7</sup> SPRAGUE *apud* EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 23.

<sup>8</sup> PINCINATO, Marcelo Frossard. Histórico, natureza jurídica e responsabilidade civil dos bancos de dados e cadastros de consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 60, out/2006. p. 103-104.

início de cada manhã, apinhados de informantes de outras lojas em busca de dados e informações dos clientes já por ela cadastrados.<sup>9</sup>

Diante desta dificuldade notou-se, conseqüentemente, que seria muito mais vantajoso economicamente, eficaz e confiável se houvesse uma entidade voltada, exclusivamente, para a tarefa de levantamento e repasse de informações comerciais. Assim, ocorreu a transferência desta atividade para as associações comerciais locais, sem fins lucrativos<sup>10</sup>, que eram alimentadas – de informações sobre consumidores – por seus associados. A primeira foi a Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre, que em julho de 1955 fundou o Serviço de Proteção ao Crédito. Logo após, em outubro, foi a vez de São Paulo. Nos dias de hoje, novamente em razão do crescimento econômico e das relações de consumo em massa, a demanda do mercado pelos serviços oferecidos pelas instituições de banco de dados de proteção ao crédito é cada vez maior, havendo mais de 1.600 Câmaras de Dirigentes Lojistas e Associações Comerciais interconectadas por todo o país.<sup>11</sup>

Cumprе mencionar que nem todas estas entidades estão conectadas por meio do mesmo banco de dados de informações. Atualmente existem diversas empresas que trabalham neste setor, em que a entidade de classe acaba por escolher e contratar os serviços daquela que lhe for mais favorável. É o caso do SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito), do Serasa Experian e do SPC Brasil. Estes dois últimos são conveniados, mesclando as informações contidas no banco de dados de um com o do outro. Já o SCPC trata-se de banco de dados completamente diverso – pode conter informações do consumidor que não constam no Serasa/SPC Brasil -, administrada pela empresa Boa Vista Serviços S/A, com sede em São Paulo-SP, tendo como parceiras – entende-se como parceira a entidade que oferta os serviços do SCPC para os seus associados e possibilita a consulta, tanto pelos fornecedores quanto pelos consumidores, das inscrições que constam em seu nome – por exemplo: a Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto

---

<sup>9</sup> STÜMER *apud* BESSA, Leonardo Roscoe. **O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. p. 28.

<sup>10</sup> Leonardo Roscoe Bessa frisa a ausência, por parte das entidades de classe dos lojistas, de obtenção de lucro. Sua “intenção era unicamente de resguardar os interesses dos associados, possibilitando-lhes, com o conhecimento das informações, analisar melhor os riscos da concessão de crédito a determinada pessoa.” *Ibidem*, p. 28.

<sup>11</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 309.

Alegre, a Associação Comercial de São Paulo, a Associação Comercial do Paraná e a Câmara de Diretores Lojistas do Rio de Janeiro.

## 2.2 DISTINÇÃO ENTRE CADASTRO E BANCO DE DADOS DE CONSUMIDORES

Feito este breve apanhado histórico sobre os cadastros e banco de dados de consumidores, é crível pensar que entre eles não hajam diferenças, mas elas existem. São dois institutos que apresentam naturezas distintas, embora sejam classificados como espécies do gênero *arquivos de consumo*.<sup>12</sup>

O jurista pioneiro a tratar desta distinção foi Antônio Herman Benjamin, que, de forma simplificada, destaca dois aspectos basilares de diferenciação, quais sejam: a origem da informação (fonte) e o seu destino.<sup>13</sup> Inspirado nestes ensinamentos, Antônio Carlos Efig, em seu minucioso trabalho sobre este tema, realça sete diferenciações<sup>14</sup> entre cadastros e banco de dados de consumo, sendo elas: quanto à forma de coleta dos dados armazenados; quanto à organização dos dados armazenados; quanto à continuidade da coleta e da divulgação; quanto à existência de requerimento para o cadastramento; quanto à extensão dos dados postos à disposição; quanto a função das informações obtidas; e por fim, quanto ao alcance da divulgação das informações.<sup>15</sup>

A primeira diferenciação – forma de coleta dos dados armazenados - caracteriza os cadastros pela sua especificidade, pois as informações angariadas serão apenas de consumidores que tenham uma relação comercial com

---

<sup>12</sup> Nesse sentido, tanto Leonardo Bessa quanto Bruno Miragem expõe o pensamento de Antônio H. Benjamin, de que os arquivos de consumo – aqui abrangidos os bancos de dados e os cadastros – possuem como traço comum o fato de “coletarem e armazenarem informações sobre terceiros para uso em operações de consumo”. BENJAMIN *apud* BESSA, Leonardo Roscoe. **O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. p. 180; BENJAMIN *apud* MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 199-200.

<sup>13</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 309.

<sup>14</sup> Para Antônio Herman Benjamin a diferença entre bancos de dados e cadastros observa-se por meio de quatro características: aleatoriedade na coleta de informações; organização permanente das informações, à espera de utilização futura; transmissibilidade extrínseca, na medida em que é direcionada à utilização por terceiros; e inexistência de autorização ou conhecimento do consumidor sobre o registro. BENJAMIN *apud* BESSA, *op. cit.*, p. 180; BENJAMIN *apud* MIRAGEM, *op. cit.*, p. 200.

<sup>15</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 30-34.

determinado fornecedor, e em razão desta. Assim, o fornecedor é considerado o próprio arquivista, pois limita-se a coletar os dados necessários para o exercício da sua atividade e que se refiram a seus clientes, somente. Já os bancos de dados, levando-se em consideração seu cunho econômico, buscam “propiciar aos interessados [...] o maior número possível de pessoas cadastradas, bem como de informações a respeito delas, sem se preocupar com a possibilidade latente de erros que advenham da atuação de cunho estritamente quantitativo assumida.” Percebe-se, portanto, a característica de aleatoriedade dos bancos de dados.<sup>16</sup>

A segunda diferenciação – organização dos dados armazenados – anda conjuntamente com a ideia da função pela qual as informações são coletadas, haja vista a variação de interesse dos arquivistas em cada situação. No caso dos cadastros, as informações são organizadas de forma imediata, porque aquelas prestadas pelo consumidor (cadastrado) são prontamente utilizadas pelo fornecedor (arquivista/cadastrador) na relação comercial entabulada entre eles. Os bancos de dados, por sua vez, mantêm organização mediata de suas informações, pois se destinam a eventual utilização futura, ficando estas “em suspenso à espera do impulso do terceiro interessado, para cumprir sua função”.<sup>17</sup>

A terceira diferenciação – continuidade da coleta e da divulgação – decorre logicamente das anteriores mencionadas. Diante das características de especificidade, limitação e imediatismo, o fornecedor-arquivista pode não demonstrar interesse em manter o cadastro de um consumidor que não se relacione comercialmente com tanta frequência, tornando provisória a coleta e divulgação das informações particularizadas do consumidor. O contrário ocorre nos bancos de dados, pois sua aleatoriedade e mediatismo permitem a conservação das informações no tempo – o máximo possível -, “satisfazendo sua característica de latência.”<sup>18</sup>

A quarta diferenciação – existência de requerimento para o cadastramento – é, de certa forma, flexível e secundária aos outros critérios de distinção, mas não por isso menos importante, haja vista que pode até, em determinado ponto, mesclar as

---

<sup>16</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 30.

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 31.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 31

espécies de arquivos de consumo. Desta feita, sabe-se que os bancos de dados, via de regra, coletam suas informações dos fornecedores, os quais alimentam o sistema com dados sobre consumidores, sem o requerimento destes. Todavia, quanto aos cadastros a situação é diversa, em virtude de o próprio consumidor ser a fonte direta de informação; mas depois de efetivado o cadastro, se o arquivista inserir, alterar ou excluir qualquer dado originalmente fornecido pelo consumidor, pouco importando o meio pelo qual foi obtida esta informação complementar, “passa a ser considerado banco de dados sob este aspecto, o que justifica a diferenciação como aproximação dos institutos”.<sup>19</sup>

Para entender a quinta distinção – extensão dos dados postos à disposição – é necessário saber que as informações que compõem os arquivos de consumo podem ser pessoais (profissão, residência, estado civil, data de nascimento) ou de consumo (histórico financeiro do consumidor). Contudo, para o Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, apenas são aceitas informações relacionadas, por óbvio, com o mercado de consumo, desautorizando a coleta de quaisquer dados pessoais (por exemplo: caráter da pessoa, família, etnia, religião, reputação geral, modo de vida), salvo se extremamente ligados ao mercado consumerista. Pois bem, aos cadastros realizados por fornecedores-arquivistas até é permitido eventuais juízos de valor, desde que de uso exclusivamente interno e destinado para orientar a relação comercial entre as partes<sup>20</sup>. Acerca dos bancos de dados, face a sua disponibilidade de dados para quaisquer terceiros interessados, não é permitido juízo de valor, podendo apenas lançar e divulgar informações objetivas; informações valorativas somente podem constar quando sejam indispensáveis às relações de consumo.<sup>21</sup>

Para o autor, a sexta diferenciação – função das informações obtidas – é uma das mais relevantes, pois determina o destino que as informações colhidas terão em cada espécie de arquivo de consumo. Para os cadastros de consumidores, os dados

---

<sup>19</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 32.

<sup>20</sup> Fabio Ulhoa Coelho, sem classificar os arquivos de consumo, afirma que “o cadastro pode conter uma avaliação do consumidor feita pelo fornecedor, dentro dos critérios que considerar necessários e úteis à orientação de seus negócios. Assim, qualificativos como ‘especial’, ‘comum’, ‘indesejado’ e outros, que configurem juízos de valor e não de realidade, podem perfeitamente constar dos registros internos do fornecedor”. COELHO *apud* EFING, Antônio Carlos. *Ibidem*, p.33.

<sup>21</sup> *Op. cit.*, p. 33.

ali contidos são utilizados pelos próprios fornecedores-arquivistas a fim de auxiliar na concretização de sua atividade principal. Pode-se dizer que os cadastros internos exercem um papel coadjuvante, subsidiário, para que a relação comercial realize-se. De outra banda, os bancos de dados, administrados por entidades de classe e/ou empresas privadas, não possuem este traço subsidiário, pois sua atividade, unicamente, é o comércio das informações que detém, gerando assim, sua própria renda. “Sinteticamente, pode-se engajar a função dos dados colecionados em relação às empresas conceituadas como banco de dados e cadastros, respectivamente, no âmbito econômico e informativo”.<sup>22</sup>

Por fim, a última diferenciação - alcance da divulgação das informações – vincula-se com a transmissibilidade dos dados pelos arquivistas e o possível alcance que estes arquivos podem chegar. Nos cadastros, seu alcance restringe-se as necessidades internas do fornecedor-arquivista, não utilizando os dados que possui com o intuito de divulgação a terceiros<sup>23</sup>. Entretanto, o oposto ocorre nos bancos de dados, em que sua finalidade – como já mencionado -, é a coleta aleatória e distribuição contínua de informações de consumidores para aqueles interessados (fornecedores) em seu conteúdo, pouco importando sua motivação.<sup>24</sup>

Por todo o exposto, resumidamente, podemos conceituar estes institutos como:

[...] os bancos de dados de consumidores seriam sistemas de coleta aleatória de informações, normalmente arquivadas sem requerimento do consumidor, que dispõem de organização mediata, a atender necessidades latentes através de divulgação permanente de dados obrigatoriamente

<sup>22</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 33-34.

<sup>23</sup> Importa notar um contraponto trazido por Bruno Miragem, de que grande parte dos cadastros atuais direcionam-se para a formação de perfis de consumidores, a fim de identificar quais são as preferências de produtos e serviços destes indivíduos. Uma vez determinado o perfil, os recursos que o cadastro proporciona são utilizados, muitas vezes, no *marketing* direto da empresa fornecedora, para estimular o consumidor a adquirir algo que potencialmente deseje. Não somente, observa-se a vinculação do produto/serviço a outro de um fornecedor diverso, mas que mantém relação jurídica com o primeiro; não é anormal averiguar ao se preencher um cadastro o seguinte campo com o provável texto: *permito a utilização de meus dados pelas demais empresas parceiras a esta ou desejo receber informações sobre os serviços e produtos da empresa e suas parceiras*. Assim, a oferta de produtos ou serviços é feita pelos fornecedores - e seus parceiros - meio de correspondência, ligações telefônicas, mensagens SMS, emails, spams e etc. MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Direito do Consumidor**: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008. p. 200-201.

<sup>24</sup> EFING, *op. cit.*, p. 34.

objetivos e não-valorativos, utilizando-se de divulgação a terceiros por motivos exclusivamente econômicos. Diferentemente disto, os cadastros de consumidores seriam sistemas de coleta individualizada de dados objetivos, sejam de consumo ou juízos de valor, obtidos normalmente por informação do próprio consumidor e com objetivo imediato relativo a operações de consumo presentes ou futuras, tendo provisoriedade subordinada aos interesses comerciais subjetivos do arquivista, e divulgação interna, o que demonstra a função secundária de seus arquivos.<sup>25</sup>

Esta distinção entre os bancos de dados e cadastros de consumidores se faz necessária diante do fato de que o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal n. 8.070/1990) os traz na mesma seção (Seção VI<sup>26</sup>, formada pelos artigos 43 e 44), o que pode causar confusões, pois na linguagem coloquial são palavras utilizadas como se sinônimas fossem, o que não ocorre no direito, como vimos. Ademais, as outras expressões constantes nestes artigos – cadastros, fichas, registros, dados pessoas, serviços de proteção ao crédito, sistemas de proteção ao crédito – nada mais são do que variações de cadastros ou banco de dados de consumidores.

### 2.3 VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Mas pergunta-se, por qual razão o legislador criou uma seção específica para este tema? Por que desta forma? A resposta à primeira indagação é simples, por causa da vulnerabilidade do consumidor. Segundo Claudia Lima Marques,

<sup>25</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 35-36.

<sup>26</sup> SEÇÃO VI - Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que 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.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste Código.” BRASIL, Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

vulnerabilidade é um estado inerente de risco da pessoa, o qual indica a necessidade de proteção deste sujeito mais fraco; podendo esta situação de fragilidade ser provisória ou permanente, individual ou coletiva, afetando, assim, o sinalagma da relação de consumo.<sup>27</sup> A vulnerabilidade, nada mais é que “a peça fundamental do direito do consumidor, é o ponto de partida de toda a sua aplicação”.<sup>28</sup> Nesse sentido, dispõe o art. 4º, I, do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 4º - A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.<sup>29</sup>

Desta forma, o consumidor é considerado o polo mais fraco da relação, reconhecendo-se seu estado de vulnerável como a explicação<sup>30</sup> para a criação das regras de proteção. Dito isto, o conceito de consumidor *stricto sensu*<sup>31</sup> trazido pelo art. 2º, *caput*, do CDC de que “é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” deve ser interpretado conjuntamente com o art. 4º, I, posto que deve-se delimitar quem é, de fato, carecedor desta tutela.

Para tanto, observa-se que o legislador brasileiro restringiu o consumidor apenas a característica de destinatário final, independente de ser pessoa física ou jurídica, em que este sujeito retira o bem da cadeia de produção (mercado) sem a intenção de revendê-lo ou utilizá-lo profissionalmente; pois, se assim o fizesse, o produto ou serviço seria novamente inserido na cadeia de produção e distribuição, caracterizando o consumo intermediário. Esta definição é dada pela teoria finalista, a qual “restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para

<sup>27</sup> MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005. p. 320.

<sup>28</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 97.

<sup>29</sup> BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>30</sup> Assim ensina Claudia Lima Marques: “A vulnerabilidade não é, pois, o fundamento das regras de proteção do sujeito mais fraco, é apenas a explicação destas regras ou da atuação do legislador, é a técnica para a sua boa aplicação, é a noção instrumental que guia e ilumina a aplicação destas normas protetivas e reequilibradoras, à procura do fundamento da igualdade e da justiça equitativa”. MARQUES, *op. cit.*, p. 320.

<sup>31</sup> Há também aquelas pessoas que podem ser equiparadas a consumidor, conforme disciplina o art. 2º, parágrafo único, o art. 17 e o art. 29 do CDC.

uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável”.<sup>32</sup>

Porém há exceções, em que o profissional ou a pequena empresa podem ser considerados destinatários finais. É o caso de aplicação da corrente doutrinária do finalismo aprofundado, desenvolvida através da atuação do Poder Judiciário – Superior Tribunal de Justiça, mormente - no julgamento de lides complexas envolvendo empresas que adquirem insumos, que não são de sua área de especialidade, para a sua produção ou utilização mista, desde que provada a sua vulnerabilidade. O dono de um minimercado de bairro que adquire um freezer para estocar os produtos que irá vender, por vezes, não compreende seu mecanismo, o qual está totalmente fora de seu âmbito de *expertise*, sendo dependente do fornecedor que lhe atende, confiando na qualidade do produto que comprou. Portanto, o art. 2º do CDC igualmente pode ser aplicado aqui, haja vista que o fim desta norma é a proteção da parte mais fraca da relação de consumo, neste caso, a pequena empresa adquirente, vulnerável; bem como a equiparação do art. 29 do CDC.<sup>33</sup>

Existem quatro<sup>34</sup> modalidades de vulnerabilidade que incidem sobre o consumidor não-profissional ou profissional<sup>35</sup>, quais sejam: a técnica, a jurídica, a fática e a informacional. Na primeira modalidade, a pessoa não possui conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço que pretende adquirir e, conseqüentemente, pode ser enganada com facilidade acerca das características do bem. A segunda caracteriza-se pela falta de conhecimentos jurídicos específicos, de contabilidade ou de economia que venham a influir na relação consumerista. A

<sup>32</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 93-94.

<sup>33</sup> *Ibidem*, p. 97.

<sup>34</sup> Claudia Lima Marques menciona o entendimento do STJ de que, além das quatro espécies de vulnerabilidade que serão mostradas, outras formas de vulnerabilidade podem se manifestar: “A despeito da identificação *in abstracto* dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar hipóteses de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do Código de Defesa do Consumidor à relação de consumo. Numa relação interempresarial, para além das hipóteses de vulnerabilidade já consagradas pela doutrina e pela jurisprudência, a relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora da aplicação da Lei 8.078/1990, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora (REsp 1195642/RJ, j.13.11.2012, rel. Min. Nancy Andrighi, DJe 21.11.2012)” *Ibidem*, p. 99.

<sup>35</sup> Aplicando-se a teoria do finalismo aprofundado, a vulnerabilidade é presumida para a pessoa física, sendo, portanto, sempre considerada consumidora frente a um fornecedor. Já a pessoa jurídica tem de provar a sua vulnerabilidade a fim de ser classificada como consumidora, ou seja, não é presumidamente vulnerável. *Ibidem*, p. 94.

terceira, igualmente conhecida como vulnerabilidade socioeconômica<sup>36</sup>, volta seus olhos para o fornecedor, que em razão de seu poder econômico, de seu monopólio ou essencialidade, acabam por impor sua força sobre aqueles que não a possuem. Por fim, em relação a vulnerabilidade informacional, pode-se afirmar que esta é básica e intrínseca ao consumidor, pois o que o caracteriza é o seu déficit informacional, pois mesmo diante da abundância de informações hoje existente, estas podem e são manipuladas, controladas, pelos fornecedores, quando não as são desnecessárias. Daí nasce a ideia de hipervulnerabilidade do consumidor, vez que o mercado de consumo é cada vez mais veloz, globalizado e de risco, bombardeando os indivíduos com informações incompreensíveis ou simplesmente não as fornecendo.<sup>37</sup>

Em resumo, na sociedade atual é na informação que está o poder, a falta desta representa intrinsecamente um *minus*, uma vulnerabilidade quanto mais importante for a informação detida pelo outro. Parece-me, pois, útil – mesmo sob pena de alguma repetição – incluir algum comentário sobre esta espécie de vulnerabilidade, a informativa, que é intrínseca à relação de consumo. Esta vulnerabilidade informativa não deixa, porém, de representar hoje o maior fator de desequilíbrio da relação vis-à-vis com os fornecedores, os quais, mais do que *experts*, são os únicos verdadeiramente detentores da informação. Presumir a vulnerabilidade informacional (Art. 4º, I, do CDC) significa impor ao fornecedor o dever de compensar este novo fator de risco na sociedade. Aqui, mais do que técnica, jurídica ou fática, esta vulnerabilidade é essencial à dignidade do consumidor, principalmente enquanto pessoa física.<sup>38</sup>

Feitas essas considerações, observa-se que perante os fornecedores-arquivistas dos cadastros e os administradores de bancos de dados, os consumidores são extremamente vulneráveis, na medida em que as informações lá constantes são detidas, utilizadas e distribuídas por aqueles, ficando o consumidor, por muitas vezes, refém destes fornecedores quando do interesse em utilizar-se de crédito no mercado.

Retornando a indagação do porquê do legislador dispor sobre os arquivos de consumo na forma dos art. 43 e 44 do CDC, Antônio Herman V. Benjamin explica:

<sup>36</sup> Há também a visão processual da vulnerabilidade fática, a hipossuficiência, que considera abusivas as cláusulas de eleição de foro, anulando-as (art. 51, IV e art. 101, I, ambos do CDC); bem como, possibilita a inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII, do CDC). MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005. p. 326.

<sup>37</sup> *Ibidem*, p. 320-330.

<sup>38</sup> BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Claudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 97.

A *ratio* do codificador, por conseguinte, foi abarcar com as duas denominações todas as modalidades de armazenamento de informações sobre consumidores, sejam elas privadas ou públicas, de uso pessoal do fornecedor ou abertas a terceiros, informatizadas ou manuais, setoriais ou abrangentes. É nessa perspectiva que bem se pode falar que o CDC publicizou os arquivos de consumo, não no tocante à sua dominialidade ou gerenciamento dos registros, mas no que tange à acessibilidade ampliada e democratizada das informações que mantêm.<sup>39</sup>

Ou seja, a intenção do legislador foi, a partir da utilização de expressões genéricas, abarcar todas as formas de arquivos de consumo para prevenir e proteger o consumidor de eventuais lacunas que por ventura podem existir diante do desenvolvimento de novas tecnologias de armazenamento e distribuição de informações.

---

<sup>39</sup> BENJAMIN *apud* EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p. 35.

### 3 ASPECTOS DOS NOVOS ARQUIVOS DE CONSUMO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO

Segundo De Plácido e Silva, crédito “em sua acepção econômica significa a confiança que uma pessoa deposita em outra, a quem entrega coisa sua, para que, em futuro, receba dela coisa equivalente”<sup>40</sup>, e é representada comercialmente, de forma ordinária, sob as vendas a prazo e empréstimos. Ao passo que se trata de uma relação baseada na confiança, dela decorre o risco inerente de o devedor deixar de cumprir com as suas obrigações financeiras, ou seja, da “inadimplência no pagamento do principal da dívida e/ou na remuneração dos juros”<sup>41</sup>, o que denomina-se de risco de crédito.

E como já fora comentado, as atividades exercidas pelos bancos de dados e cadastros de consumidores estão intimamente relacionadas com a concessão de crédito, e conseqüentemente, com o desenvolvimento do sistema econômico atual, pois a sua concessão facilitada permitiu que um maior número de pessoas, por meio de empréstimos ou de promessa de pagamento futuro, tivessem acesso a bens que antes não poderiam adquirir, massificando o consumo e aquecendo a economia. Porém, esta massificação acaba por afastar o consumidor do fornecedor, na medida em que as relações comerciais são realizadas em escala industrial, o vínculo entre as partes contratantes se perde, não possuindo o fornecedor uma maneira concreta de avaliar a idoneidade e capacidade financeira de seu provável cliente. É aqui e os arquivos de consumo se inserem, transmitindo informações, *a priori*, confiáveis, que ampliam e agilizam a concessão do crédito. Contudo, considerada a forma pela qual as informações são obtidas – fornecedores que alimentam o sistema de proteção ao crédito –, as atividades dos arquivistas possuem um elevado potencial lesivo, vez que, em grande parte, veiculam conteúdo negativo (dívidas vencidas e não pagas) sobre o consumidor, que, inclusive, pode ser inverídico.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. Atualizadores: Nagib Slaibi Filho e Gláucia Carvalho. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005. p. 395.

<sup>41</sup> ASSIF NETO *apud* MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. Mercado, Fidúcia e Banca: uma introdução ao exame do risco bancário e da regulação prudencial do sistema financeiro na perspectiva do crédito. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 77, mai/2011, p. 202.

<sup>42</sup> PINCINATO, Marcelo Frossard. Histórico, natureza jurídica e responsabilidade civil dos bancos de dados e cadastros de consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 60, out/2006, p. 105-106.

Para tanto, são impostas limitações jurídicas a estes arquivos de consumo, que incidem tanto nos bancos de dados de proteção ao crédito notoriamente conhecidos, os quais trazem informações de inadimplência (SERASA, SPC Brasil e SCPC), quanto naqueles recentemente criados e ofertados pelas entidades arquivistas, a exemplo, o Cadastro Positivo e o *Score*, os quais serão aqui tratados.

### 3.1 O CADASTRO POSITIVO E O *SCORE*

De acordo com Silvânio Covas, informações positivas são aquelas referentes ao adimplemento das obrigações assumidas, evidenciando as características de bom pagador do consumidor, possibilitando a este um tratamento diferenciado, pois o concedente de crédito pode ponderar as informações negativas em detrimento daquelas de cumprimento de dívidas (positivas), permitindo o acesso ao crédito pelo consumidor de forma mais ágil, simples e com juros reduzidos<sup>43</sup>:

O cadastro positivo tem natureza benéfica para o cadastrado e para o desenvolvimento da economia nacional e viabiliza a concessão de crédito com taxas de juros diferenciadas, segundo o perfil de cada tomador, de acordo com o princípio da isonomia, previsto no art. 5º, caput, e I, da CF/1988.

Isso porque, muito embora o custo do capital seja diretamente proporcional à inadimplência, para a correta aferição da capacidade creditícia do tomador de crédito, deve-se considerar um universo maior, composto não apenas por informações de cunho negativo, mas também pelos compromissos assumidos e pontualmente adimplidos pelo cadastrado, possibilitando-se ao concedente apurar se eventual informação negativa é isolada no histórico de crédito do cadastrado ou se é parte de um comportamento reiterado, facultando-lhe o cálculo preciso e individualizado do custo do capital

[...]

Vale dizer, o cadastro positivo permite mais acerto na concessão de créditos, provocando, por consequência, uma redução na taxa de inadimplência. Como a inadimplência compõe o *spread* bancário, com a cunha fiscal e o custo operacional, por exemplo, é lícito concluir que a sua utilização provocará a queda dos juros, sensibilizados pela redução da inadimplência.<sup>44</sup>

A bem da verdade, o cadastro positivo, conceitualmente, trata-se de um banco de dados, pois coleta, armazena e distribui informações sobre pessoa física ou jurídica a fim de subsidiar a concessão creditícia ou demais derivadas das relações comerciais<sup>45</sup>, o qual foi criado pela transformação da Medida Provisória n.

<sup>43</sup> COVAS, Silvânio. O cadastro positivo e a proteção dos dados pessoais do consumidor. **Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais**, São Paulo, n. 45, p. 31-59, jul/2009, p. 41-42

<sup>44</sup> *Ibidem*, p. 44.

<sup>45</sup> Segundo o art. 2º, I, da Lei nº 12.414/2011, banco de dados é o “conjunto de dados relativo a pessoa natural ou jurídica armazenados com a finalidade de subsidiar a concessão de crédito, a

518 de 30/12/2010 na Lei n. 12.414/2011, em vigor desde a data de sua publicação no Diário Oficial da União, qual seja, 09/06/2011. Esta é regulamentada pelo Decreto n. 7.829/2012.

O primeiro aspecto de destaque da Lei do “Cadastro Positivo” está em seu art. 1º<sup>46</sup>, ao firmar o posicionamento doutrinário do diálogo das fontes<sup>47</sup>, vez que evidencia a aplicação conjunta e coordenada do Código de Defesa do Consumidor com o presente diploma, pois ambos incidem sobre o mesmo suporte fático (banco de dados de consumidores), e a lei nova ou específica não exclui aquela antiga e genérica:<sup>48</sup>

O art. 1º da Lei 12.414/2011 (Lei do Cadastro positivo), atento a esta realidade, é explícito quanto a necessidade de se promover diálogo das fontes entre a nova lei e o Código de Defesa do Consumidor, o qual disciplina ‘os bancos de dados e cadastros de consumidores’ no art. 43 do CDC. Objetivamente, podem ser estabelecidas as seguintes conclusões: (a) a lei não revoga qualquer dispositivo do Código de Defesa do Consumidor; (b) os princípios (boa-fé objetiva, transparência, proteção à dignidade do consumidor, entre outros) do Código de Defesa do Consumidor, bem como seus conceitos legais e doutrinários (consumidor, fornecedor, banco de dados e cadastro de consumo), devem ser considerados e aproveitados na interpretação da Lei 12.414/2011; (c) eventual omissão (lacuna) de uma norma deve ser suprida pela outra; (d) eventual conflito entre os diplomas deve ser resolvido, com a técnica da proporcionalidade, sob as luzes da Constituição Federal, prevalecendo, no caso concreto, a norma que mais densifica princípio ou valor constitucional.<sup>49</sup>

Dito isto, demais aspectos positivos e negativos desta nova espécie de banco de dados serão posteriormente apontados, diante de seu impacto nas relações de consumo.

---

realização de venda a prazo ou de outras transações comerciais e empresariais que impliquem risco financeiro”. BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

<sup>46</sup> “Art. 1º - Esta lei disciplina a formação e consulta a banco de dados com informações de adimplemento, de pessoas naturais ou de pessoas jurídicas, para formação de histórico de crédito, sem prejuízo do disposto na Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.” BRASIL. *Ibidem*.

<sup>47</sup> Leonardo Roscoe Bessa afirma que “esta é a tendência atual, ou pós-moderna, como preferem alguns. Embora seja antiga e conhecida a máxima de que os fatos são mais rápidos e dinâmicos do que o direito (as normas), nas últimas décadas a sociedade tem sofrido mudanças cada vez mais céleres e inesperadas, deixando o legislador perdido e atrasado. Como resposta, surgem leis principiológicas, narrativas, com inúmeras cláusulas gerais que conferem mais liberdade de interpretação, ao lado de leis especiais que ora consideram preponderantemente a qualidade do sujeito (consumidor, idoso, adolescente, portador de deficiência) ou determinada atividade (plano de saúde, serviços de telecomunicações, incorporação imobiliária, transporte aéreo, etc.)”. BESSA, Leonardo Roscoe. Cadastro Positivo: algumas anotações à Lei 12.414/2011. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 79, set/2011, p. 373.

<sup>48</sup> MARQUES *apud* BESSA, *ibidem*, p. 372.

<sup>49</sup> BESSA, *op. cit.*, p. 373.

Não obstante, há um outro sistema que, desde a sua criação, entre 2009 e 2010, pelas entidades de lojistas e empresas privadas de proteção ao crédito – como SERASA Experian e Boa Vista Serviços - e utilização pelos fornecedores, vem causando discussões sobre a sua legalidade, o *score*.

Segundo os argumentos do próprio Serviço Central de Proteção ao Crédito<sup>50</sup>, administrado pela Boa Vista Serviços, o *score* não é um banco de dados, mas sim um serviço de análise de crédito, que leva em consideração os riscos que incidem sobre cada operação de concessão de crédito. Analisa-se o perfil do negócio, do fornecedor associado, sua carteira de crédito, a dimensão do crédito a ser concedido, os documentos apresentados pelo consumidor, seu comportamento no mercado, as informações sobre este constantes nos bancos de dados do SCPC e demais variáveis; possibilitando uma avaliação e pontuação diferente para o mesmo consumidor em cada caso concreto, mesmo que nunca tenha ocorrido qualquer registro no SCPC.

Refere que tal serviço trata-se, tão somente, de apoio à análise de perfil de crédito de uma determinada operação, atitude lícita e amplamente usada no mercado, a qual é disponibilizada ao associado mediante a contratação de tal serviço. Tanto é assim, que em outros ramos da atividade econômica tal conduta também é encontrada, comparando a análise de risco de crédito feita por este programa à realizada pelas seguradoras, as quais avaliam as variáveis, atribuindo-lhes valores, e conseguem determinar riscos menores e maiores por meio de cálculos atuariais. Assim, não haveria diferença entre a contratação de um seguro e a concessão de crédito enquanto análise de risco.

Além disso, o resultado da análise da operação de crédito não revela qualquer elemento específico, no caso, desabonador ao consumidor; bem como não vincula a decisão do fornecedor usuário do sistema *score* ao resultado na análise, sendo de plena liberalidade deste a decisão pela concessão ou não do crédito ao consumidor.

---

<sup>50</sup> Este entendimento foi baseado na contestação apresentada pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Canoas/RS – prestadora dos serviços de SCPC (Boa Vista Serviços) naquele município - no processo nº 008/1.13.0015203-1, o qual tramita na 2ª Vara Cível da Comarca de Canoas/RS.

Por tais razões, entende pela não incidência das disposições constantes do art. 43 do Código de Defesa do Consumidor.

Pois bem, este entendimento veiculado pelas empresas arquivistas não condiz com o raciocínio jurídico criado pelo direito do consumidor, pois não restam dúvidas de que o sistema de *score* é um banco de dados, pois sua característica básica – comum a todos os tipos de bancos de dados – é o fato de armazenar e disponibilizar informações sobre terceiros para o uso em operações de consumo. Ou seja, é um verdadeiro banco de dados sobre endividamento, pois para que a avaliação do consumidor seja realizada e lhe atribuída uma pontuação, é preciso, ao menos, possuir informações de hábitos de consumo e de pagamento do mesmo em seus próprios arquivos.

Com efeito, o *score* está, nitidamente, sujeito às normas dispostas no art. 43 e nos demais artigos do Código de Defesa do Consumidor, pois este regula todas as modalidades de armazenamento de informações sobre consumidores, sejam elas privadas ou públicas, de uso pessoal do fornecedor ou abertas a terceiros, a fim de garantir o exercício do direito fundamental de proteção ao consumidor.

#### 4 ORIGEM CONSTITUCIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Para compreender os limites e parâmetros definidos pelo Código de Defesa do Consumidor para a regulação dos bancos de dados, incluindo-se aqui o cadastro positivo e o *score*, cumpre dissertar sobre a origem constitucional desta proteção.

O direito do consumidor é considerado, pela Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, como direito fundamental e princípio da ordem econômica, ao prevê-los em seu art. 5º, XXXII e no art. 170, V, respectivamente:

Art. 5º. 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:

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor.<sup>51</sup>

Por ser um dos direitos fundamentais, o direito do consumidor acaba por fazer parte da base axiológica<sup>52</sup> e lógica do ordenamento jurídico, encontrando-se, portanto, em uma posição superior em relação aos demais preceitos do ordenamento, sendo considerado uma espécie de direito de proteção<sup>53</sup>, em que “o titular do direito exerce-o perante o Estado para que este o proteja da intervenção de terceiros”<sup>54</sup>; é dever do Estado promovê-lo. Desse modo, além de se exigir do Estado esta postura positiva, ao consumidor é legítimo opor seus direitos aos entes

<sup>51</sup> BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

<sup>52</sup> Axialógica no sentido de direcionar o intérprete do direito a considerar o “homem como centro, sujeito, fundamento e fim de toda a atividade pública, devendo prevalecer como fundamento do progresso social”. SLAIBI FILHO *apud* GONÇALVES, Leonardo de Carvalho Ribeiro. Abordagem constitucional do banco de dados. **Revista Magister de Direito Empresarial**, Porto Alegre, n. 7, mar/2006, p. 56.

<sup>53</sup> Bruno Miragem destaca a doutrina criada por Robert Alexy, ao afirmar que os direitos de proteção “têm seu fundamento necessário numa situação de desigualdade fática, procurando restabelecer a igualdade por meio da norma de proteção, [...] e esse direito de proteção, observe-se, não é concedido de forma mais ou menos livre, senão de acordo com o rígido critério de estabelecimento de uma igualdade fática, sob pena de se estar violando o próprio direito à igualdade, o que tornaria odiosa eventual discriminação”. ALEXY *apud* MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. O direito do consumidor como direito fundamental: consequências jurídicas de um conceito. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n.43, set/2002, p. 123.

<sup>54</sup> *Ibidem*, p. 117.

privados e ao próprio ente público<sup>55</sup>, ao passo que sua vulnerabilidade justifica a criação de normas que igualem as condições dos sujeitos da relação de consumo.<sup>56</sup>

Importa esclarecer que a superioridade conferida ao direito do consumidor não significa dizer que suas normas são hierarquicamente superiores às demais, mas que possuem um *status* diferenciado em razão de seu fundamento constitucional. É o que chamamos de fenômeno da constitucionalização do direito privado<sup>57</sup>, em que um direito fundamental previsto na Constituição – neste caso, a proteção do consumidor – é efetivado através de uma norma infraconstitucional, conferindo a esta uma carga eficaz específica de maior significado (caráter preferencial) em relação àquelas que não possuem uma fonte constitucional.<sup>58</sup>

Por apresentar esta característica, o Código de Defesa do Consumidor é considerado como lei de ordem pública<sup>59</sup>, de caráter cogente, pois está vinculada “aos princípios superiores que dão forma e substância à ordem jurídica”. Ou seja, o Código efetiva o direito fundamental previsto constitucionalmente, fazendo com que o interesse social prevaleça sobre os interesses individuais, limitando, assim, a

---

<sup>55</sup> Conforme prevê o art. 22 do CDC: “Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.” BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>56</sup> MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. O direito do consumidor como direito fundamental: consequências jurídicas de um conceito. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n.43, set/2002, p. 124.

<sup>57</sup> Para Marcos Jorge Catalan, “a constitucionalização do direito privado deve ser entendida como a inserção no texto constitucional de matérias que dizem respeito aos interesses particulares; enquanto publicização é o regramento de condutas previstas em normas infraconstitucionais por meio de regras de natureza cogente. Assim, rompendo com a tradição clássica, o texto constitucional alterou o modelo histórico de negócio jurídico baseado nos interesses individuais, na medida em que impõe o estudo deste instituto, tendo como Cruzeiro do Sul a Lei Maior, posto que positiva padrões de conduta a serem observados pelos sujeitos de cada relação jurídica negocial prestes a nascer; processo que se denomina constitucionalização do direito civil. [...] Os preceitos constitucionais convertem-se em normas de conformação do sistema, e em sendo superiores hierarquicamente, condicionam a exegese das normas infraconstitucionais, entre elas, as normas de direito privado. Pode afirmar-se até mesmo, que inexistente liberdade contratual, quando esta ofende a igualdade substancial entre os sujeitos da relação jurídica, posto que os princípios e as regras constitucionais se aplicam direta e imediatamente nas relações interprivadas.” CATALAN, Marcos Jorge. Negócio jurídico: uma releitura à luz dos princípios constitucionais. **Revista Scientia Iuris**: revista do curso de mestrado em direito negocial da UEL, Londrina, 2004, p. 375-376.

<sup>58</sup> MIRAGEM, *op. cit.*, p. 126.

<sup>59</sup> O próprio art. 1º do CDC prevê esta característica, *in verbis*: “O presente Código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.” BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

autonomia privada das partes aos parâmetros determinados pela norma, tornando-a inderrogável.<sup>60</sup>

E o legislador brasileiro também realça a defesa do consumidor como um princípio da ordem econômica (art.170, IV, da CF), mas não somente em seu sentido de proibir e limitar a autonomia privada, pelo contrário; aqui o direito do consumidor apresenta seu conteúdo “interventivo e promocional, de efetivação dos preceitos constitucionais que o estabelecem como direito e como princípio. Assume, pois, um caráter conformador da ordem econômica”<sup>61</sup>, vinculado à dignidade da pessoa humana, haja vista a busca pelo princípio da ordem econômica que melhor tutelará suas necessidades qualificadas de sobrevivência, em outros termos, sua qualidade de vida.<sup>62</sup>

Outra perspectiva interessante é trazida por Cristiano Heineck Schmitt, ao preconizar a proteção do interesse do consumidor a partir da preservação da liberdade de concorrência, este também um princípio da ordem econômica. A primeira vista, a liberdade de concorrência pode parece se aplicar apenas aos fornecedores, porém esta também atinge os consumidores na medida em que necessitam de uma competitividade saudável<sup>63</sup>:

O que se pode vislumbrar até então é que existe, no mínimo, um benefício mútuo para fornecedores, bem como consumidores na regulação de mercado, que vise à preservação da livre concorrência. Ora, em um mercado monopolizado, coordenado por poucos agentes econômicos, de forma abusiva, eleva-se o nível de desconfiança do consumidor para com determinado tipo de serviço ou produto, restringindo as operações negociais neste ambiente, uma vez que reduzidas as opções quanto a qualidade, bem como em relação a preços. Elegemos, na esteira de Carpena, o consumidor ‘não como objeto direto e imediato, mas como finalidade axiológica da concorrência, contra o domínio abusivo de mercado, em razão dos seguintes argumentos:

- a atividade econômica somente merecerá proteção constitucional quando garantidora da dignidade da pessoa humana, princípio situado no vértice do ordenamento, no qual este se fundamenta;
- a disciplina da ordem econômica tem em vista a proteção em face do mais poderoso, não mais em relação ao Estado como outrora, porém diante do outro particular. Essa desigualdade se manifesta tanto nas relações entre concorrentes, como, mais gravemente, nas relações com os consumidores;

<sup>60</sup> MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. O direito do consumidor como direito fundamental: consequências jurídicas de um conceito. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n.43, set/2002, p. 127-128.

<sup>61</sup> GRAU *apud* MIRAGEM, *ibidem*, p. 129.

<sup>62</sup> MIRAGEM, *op. cit.*, p. 130.

<sup>63</sup> SCHMITT, Cristiano Heineck. A proteção do interesse do consumidor por meio da garantia à liberdade de concorrência. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 880, fev/2009, p. 13.

[...]

- a proteção da concorrência não é um fim em si mesma, mas constitui instrumento que, fundado no princípio da igualdade, visa preservar o equilíbrio de forças no mercado, a transparência das informações que nele circulam, em última análise, garantir opções para que o consumidor possa exercer seu direito básico de escolha'.<sup>64</sup>

Desta maneira, verifica-se a extensão dos efeitos da Constituição Federal sobre as atividades empresariais, as quais devem ser exercidas em respeito à dignidade da pessoa humana, observado o direito fundamental de proteção do consumidor como um de seus pilares.

#### 4.1 DIREITO À PRIVACIDADE

E sobre a atividade exercida pelos arquivos de consumo, em especial os bancos de dados, outros direitos fundamentais também incidem, mas podem conflitar entre si. Isso ocorre entre o direito fundamental à privacidade, expresso no art. 5º, X da CF<sup>65</sup>, e ao livre acesso às informações, garantido no art. 5º, IX<sup>66</sup>, XIV<sup>67</sup> e no art. 220<sup>68</sup> do mesmo diploma; posto que os bancos de dados de proteção ao crédito são necessários para o desenvolvimento da economia, mas ao mesmo podem ofender a intimidade dos consumidores.

Contudo, cumpre referir que o direito à informação ora mencionado deve ser compreendido na perspectiva geral do direito da liberdade de expressão, e em sentido estrito, no âmbito do “direito à comunicação, entendido este como direito de procurar, receber, compartilhar e publicar informações”<sup>69</sup>.

Por seu turno, a proteção da privacidade integra-se aos direitos da personalidade, que segundo os ensinamentos de Pontes de Miranda são direitos

<sup>64</sup> SCHMITT, Cristiano Heineck. A proteção do interesse do consumidor por meio da garantia à liberdade de concorrência. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 880, fev/2009, p. 14.

<sup>65</sup> “Art. 5º, X - São invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.” BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

<sup>66</sup> “Art. 5º, IX - É livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.” BRASIL. *Ibidem*.

<sup>67</sup> “Art. 5º, XIV - É assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.” BRASIL. *Ibidem*.

<sup>68</sup> “Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.” BRASIL. *Ibidem*.

<sup>69</sup> LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 598.

subjetivos que advém da própria personalidade inerente a todo e qualquer ser humano, ao momento de sua entrada no mundo jurídico. Desta feita, conclui-se pela sua oponibilidade *erga omnes*, pois de um lado estará o titular do direito, e do outro, toda a humanidade; bem como seus atributos de intransmissibilidade, indisponibilidade, imprescritibilidade e extrapatrimonialidade.<sup>70</sup> Já Eduardo Bittar os define como “direitos fundamentais vistos sob a ótica do direito privado”<sup>71</sup>, dividindo estes direitos intrínsecos à pessoa humana em físicos (corpo, partes do corpo, imagem), psíquicos (liberdade, intimidade, sigilo) e morais (identidade, honra, intelecto)<sup>72</sup>.

Janaína Carli dos Santos define o direito da privacidade como “o direito do indivíduo de estar só e a possibilidade que deve ter toda a pessoa de excluir do conhecimento de terceiros aquilo que a ela só se refere, e que diz respeito ao seu modo de ser no âmbito da vida privada”<sup>73</sup>; bem como, “a faculdade que tem cada indivíduo de obstar a intromissão de estranhos em sua vida privada e familiar, assim como de impedir-lhes o acesso a informações sobre a privacidade de cada um, e também impedir sua divulgação”<sup>74</sup>. Refere que há certos autores que diferenciam privacidade de intimidade, por considerar aquele mais amplo e genérico e este de âmbito mais exclusivo, como Têmis Limberger, que considera o direito à intimidade como um limitador da “intervenção de outras pessoas e dos poderes públicos na vida privada”<sup>75</sup>.

Pois bem, não é de tanta relevância o exame das variações de amplitude ou de nomenclatura quanto a este direito da personalidade, mas sim a existência ou não da tutela da privacidade pelo ordenamento jurídico, posto que a liberdade de

<sup>70</sup> PONTES DE MIRANDA *apud* MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. Os direitos da personalidade e os direitos do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 49, mar/2004, p. 46-47.

<sup>71</sup> BITTAR, Eduardo C. B. Direitos do consumidor e direitos da personalidade: limites, intersecções, relações. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 37, 2001, p. 198.

<sup>72</sup> O Código Civil de 2002 estabelece “a proteção aos seguintes direitos da personalidade: o direito à vida (art. 15); o direito à integridade do corpo (inclusive contra ato de disposição do próprio titular do direito, e mesmo da pessoa morta – arts. 13 e 14); o direito ao nome (arts. 16 e 18), o que incluirá a proteção do pseudônimo (art. 19); o direito à honra e à imagem (arts. 17 e 20); e o direito à vida privada (art. 21)”. MIRAGEM, *op. cit.*, p. 51.

<sup>73</sup> LAFER *apud* SANTOS, Janaína de Carli dos. A comercialização de dados cadastrais do consumidor e a ponderação em face da colisão entre os direitos fundamentais à privacidade e ao livre acesso às informações: análise de um caso. **Revista do Ministério Público: Estado do Rio Grande do Sul (nova fase)**, Porto Alegre, n. 60, ago. 2007/abr. 2008, p. 242.

<sup>74</sup> BASTOS *apud* SANTOS, *ibidem*, p. 243.

<sup>75</sup> LIMBERGER *apud* SANTOS, *ibidem*, p. 243.

receber e transmitir informações das entidades privadas também se enquadra como um direito fundamental. Verificamos, no entanto, uma colisão entre direitos fundamentais, a qual deve ser solucionada por meio da aplicação do princípio da proporcionalidade, em que se analisa, no caso concreto, qual direito prevalece, porém, sem anular totalmente o conteúdo do outro:

Isto não quer dizer que a liberdade de expressão e de informação possa ser tolhida arbitrariamente, mas tão-somente que ela não constitui direito incondicionado e absoluto, coibindo-se os abusos que resultem em violação de outros direitos igualmente importantes, também merecedores de proteção especial. Assim, os princípios constitucionais de expressão e de informação, de um lado, e da inviolabilidade da intimidade e da vida privada, de outro, devem conviver de forma harmônica dentro do sistema jurídico, cabendo ao intérprete da lei compatibilizá-los nas situações concretas em que aparentem estar em conflito.<sup>76</sup>

Ao disciplinar sobre os arquivos de consumo, o Código de Defesa do Consumidor realiza, de certa forma, esta ponderação, pois prevê, expressamente, a existência dos bancos de dados e seus limites, não sendo, por óbvio, contrários à direito. Todavia, quais informações estariam, ou não, sob a proteção da privacidade? Esta é uma pergunta para a qual não há uma resposta precisa, diante da flexibilidade de informações que podem ser protegidas; contudo, podemos delimitar fatores que auxiliam na sua caracterização como informação privada/íntima: se os dados foram colhidos com a anuência do consumidor, e se este concordou com a inclusão de seus dados no arquivo e seu modo de utilização.<sup>77</sup>

Assim, cabe ao próprio consumidor delimitar a extensão de sua privacidade<sup>78</sup>, pois as informações que este fornece, consciente da finalidade para que será utilizada, serão consideradas lícitas. Não está aqui o consumidor a dispor de um de seus direitos da personalidade, mas sim indicando o conteúdo que deverá ser protegido, “qualificando-as como informações privadas”. E este poder dado ao consumidor é o que caracteriza a regularidade de sua inclusão em um arquivo de

<sup>76</sup> CARVALHO, Ana Paula Gambogi. O consumidor e o direito a autodeterminação informacional: considerações sobre o banco de dados eletrônicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, p. 915-963, 2011. p. 927-928.

<sup>77</sup> MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. Os direitos da personalidade e os direitos do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 49, mar/2004, p. 68.

<sup>78</sup> “Nesse sentido, estar-se-á diante da própria definição do que se vai identificar como direito à vida privada, cujo significado não poderá desprender-se da noção de autonomia do indivíduo para determinar, em relação a certas informações da sua vida pessoal, um caráter de tal pertinência com seus interesses personalíssimos, que o direito reconhece sua prerrogativa de deixá-las ao largo do conhecimento público ou geral, ou seja, trata-se do âmbito de autodeterminação individual.” *Ibidem*, p. 70.

consumo, pois está condicionada à sua prévia e expressa anuência - *opt in* -, de acordo com o disposto no art. 43, §2º, do CDC.<sup>79</sup>

#### 4.1.1 DIREITO À PRIVACIDADE NO CADASTRO POSITIVO E NO SCORE

A Lei do Cadastro Positivo (Lei nº 12.414/2011) também protege a privacidade do consumidor, confirmando o entendimento do *opt in*, ao exigir autorização expressa do consumidor para a abertura de cadastro e compartilhamento de informações, segundo seus arts. 4º e 9º, que referem:

Art. 4º. A abertura de cadastro requer autorização prévia do potencial cadastrado mediante consentimento informado por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.

Art. 9º. O compartilhamento de informação de adimplemento só é permitido se autorizado expressamente pelo cadastrado, por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.<sup>80</sup>

E o Decreto 7.829/2012, em seu artigo 7º, regula que tais autorizações sejam feitas em forma física ou eletrônica, diretamente à fonte ou ao gestor do banco de dados:

Art. 7º. As autorizações para abertura de cadastro e para compartilhamento da informação de adimplemento, de que tratam, respectivamente, os arts. 4º e 9º da Lei 12.414, de 2011, podem ser concedidas pelo cadastrado em forma física ou eletrônica, diretamente à fonte ou ao gestor de banco de dados, observados os termos e condições constantes no Anexo II.<sup>81</sup>

Bem como, o parágrafo 3º deste artigo veda o condicionamento da “abertura do cadastro [...] à concessão de autorização para o compartilhamento da informação de adimplemento”<sup>82</sup>, o que não se vê expressamente na lei regulada, mas que corrobora o direito básico lá assegurado em seu art. 5º, VII<sup>83</sup>, de que as informações coletadas devem ser utilizadas apenas para a finalidade para a qual foram autorizadas.

Aqui se observa que o intuito do legislador foi - além de preservar a privacidade do consumidor de dados que poderiam ser adicionados aleatoriamente à

<sup>79</sup> MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. Os direitos da personalidade e os direitos do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 49, mar/2004, p. 70.

<sup>80</sup> BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

<sup>81</sup> BRASIL. Decreto n. 7.829, de 17 de outubro de 2012.

<sup>82</sup> BRASIL. *Ibidem*.

<sup>83</sup> “Art.5º. São direitos básicos do cadastrado:

VII – ter os seus dados pessoais utilizados somente de acordo com a finalidade para a qual eles foram coletados.” BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

sua vontade - permitir a compreensão por parte do consumidor sobre a possibilidade de que o acesso as suas informações de crédito podem depor contra ele em eventual contratação que utilize este sistema, diante de dados que, por ventura, são considerados prejudiciais em seu histórico de crédito, como a ausência de informação sobre o pagamento, a qual “poderá ser interpretada de forma negativa pelos consulentes do banco de dados”<sup>84</sup>.

Já o *score*, por não possuir uma lei específica que o regule, obedece ao próprio Código de Defesa do Consumidor, devendo respeitar os limites jurídicos que este impõe ao tratamento de informações privadas, fixados através da ponderação entre o direito à privacidade e o direito à comunicação.<sup>85</sup>

#### 4.2 DIREITO À INFORMAÇÃO

Para além do direito da privacidade, há outro que incide diretamente sobre as relações de consumo, e consuetudinário lógico, sobre os arquivos de consumo: o direito à informação. Não no âmbito do direito à comunicação como já vimos, mas sobre a visão do direito do consumidor, em que se configura como um “direito à prestação positiva oponível a todos aqueles que fornecem produtos e serviços no mercado de consumo”<sup>86</sup>. Ele se aplica ao direito do consumidor a partir do momento em que se percebeu a sua dimensão humanística e de exercício da cidadania, pois o consumidor é uma pessoa humana titular de direitos e não apenas um ser da cadeia econômica.<sup>87</sup>

Este direito à informação também é uma das espécies de direitos fundamentais<sup>88</sup>, expresso no art. 5º, XIV da Constituição Federal, que tem como

<sup>84</sup> MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. Regulamentação da lei que disciplina a formação e consulta dos bancos de dados com informações de adimplemento e formação de histórico de crédito: comentários ao Dec. 7.829/2012. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 84, out/2012, p. 323.

<sup>85</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Limites jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito: tópicos específicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 1051.

<sup>86</sup> LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 598.

<sup>87</sup> BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 47.

<sup>88</sup> Paulo Luis Neto Lôbo ensina que “os direitos do consumidor, dentre eles o direito à informação, inserem-se nos direitos fundamentais de terceira geração e somente foram concebidos tais nas últimas décadas do século XX. [...] Com efeito, as teorias econômicas sempre viram o consumidor como entre abstrato, despersonalizado, como elo final da cadeia de produção e distribuição. O *homo*

base o princípio da boa-fé objetiva, em que a conduta das partes que se relacionam deve ser “matrizada na lealdade, na correção, na probidade, na confiança, na ausência de intenção lesiva ou prejudicial”<sup>89</sup>. Ou seja, a boa-fé é fonte autônoma de direitos e deveres, não influenciada pela vontade das partes, as quais sucumbem à interferência de elementos externos para a correção de desequilíbrios e consequente proteção da pessoa humana vulnerável.<sup>90</sup>

Assim, a informação como direito fundamental do consumidor apenas se concretiza com o respectivo *dever* de informar do fornecedor, diante da função integradora<sup>91</sup> da boa-fé. “É o que se lhe impõe, em decorrência do exercício de atividade econômica lícita”<sup>92</sup>. Esta característica é verificada na redação do art. 6º, III, do CDC; artigo este que elenca os “direitos básicos do consumidor”, mas que ao mesmo tempo determina os deveres que devem ser observados pelos fornecedores:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.<sup>93</sup>

Sendo a informação, além de direito, um dever secundário<sup>94</sup> decorrente do princípio da boa-fé, esta se aplica tanto na hipótese de ausência de relação obrigacional contratual quanto, quando a há, em todas as fases contratuais, pois

---

*economicus* simboliza o distanciamento da realidade existencial do ser humano que consome. Não é sujeito; é apêndice do objeto, somente identificável mediante o consumo. No mundo atual, até mesmo suas necessidades podem ser artificialmente provocadas pelo monumental aparato publicitário que cerca os produtos e serviços lançados no mercado. [...] O direito do consumidor recuperou a dimensão humana do consumidor, na medida em que o afirma como sujeito, titular de direitos constitucionalmente protegidos. [...] Desse modo, a migração para o campo dos direitos fundamentais, na concepção ampla que ostentam na atualidade, tornou-se inevitável”. LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 599-600.

<sup>89</sup> *Ibidem*, p. 603-604.

<sup>90</sup> AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. A boa-fé nas relações de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 14, jun/1994, p. 24.

<sup>91</sup> Segundo Ruy Rosado de Aguiar Júnior, “a boa-fé tem função integradora da obrigação, atuando como fonte de direitos e obrigações ao lado do acordo de vontades, além de servir para a interpretação das cláusulas convencionadas”. <sup>91</sup> AGUIAR JÚNIOR, *ibidem*, p. 25.

<sup>92</sup> LÔBO, *op. cit.*, p. 603.

<sup>93</sup> BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>94</sup> Assim são chamados os deveres nascidos da boa-fé, também denominados como anexos, “em oposição aos provenientes da vontade contratada, que são os principais”. AGUIAR JÚNIOR, *op.cit.*, p. 26

acima de tudo, a boa-fé é norma de comportamento assentada na proteção constitucional da dignidade da pessoa humana.<sup>95</sup>

Assim, o direito/dever de informação também deve ser observado pelas empresas administradoras dos bancos de dados<sup>96</sup> e pelos fornecedores que os utilizam, haja vista a análise da concessão de crédito, mesmo não sendo uma típica relação contratual, influenciar a própria causa do contrato, qual seja: o consumo de um produto, de um serviço ou do próprio crédito em si.

#### 4.2.1 REQUISITOS DAS INFORMAÇÕES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Deve-se levar em consideração que o titular do direito à informação é aquele consumidor médio, típico, a que se destina determinado produto ou serviço. Logo, se abandonou a ideia de uma definição universal e estanque para o consumidor médio, a exemplo do *bonus pater familias*. O consumidor médio é qualquer indivíduo, do analfabeto – em que a informação deve ser a mais clara possível – ao professor, ambos receptores vulneráveis, independentemente de menor ou maior grau de acesso individual à informação.<sup>97</sup>

Portanto, para que a informação cumpra o seu papel fundamental de transmitir algo novo, desconhecido, a um receptor, certos requisitos precisam ser observados. De acordo com Fernanda Nunes Barbosa – a qual utiliza dos requisitos apontados por Federico Ossala e Gustavo Vellespinos – as informações devem ser claras, precisas, completas, verazes e compreensíveis<sup>98</sup>:

A informação clara seria aquela em que são utilizados os signos qualitativamente mais apropriados, a fim de possibilitar ao receptor interpretar corretamente a mensagem.

A informação precisa, por seu turno, seria aquela em que participam os caracteres de exatidão, pontualidade e fidelidade, o que também se dá mediante a escolha certa dos símbolos pelo emissor da mensagem. Tal requisito responde a um princípio de economia de mensagem.

Já a informação completa é aquela em que o emissor, na operação de codificação, utiliza signos (sons linguísticos, sinais gráficos, gestual) e símbolos que representem integralmente a novidade.

<sup>95</sup> NEGREIROS *apud* BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 92.

<sup>96</sup> Nesse sentido dispõem as normas contidas na Seção VI do Código de Defesa do Consumidor.

<sup>97</sup> LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 603.

<sup>98</sup> BARBOSA, *op. cit.*, p. 60.

Veraz é a característica da informação que corresponde à verdade daquilo que se pretende dar a conhecer ao outro. É a correspondência entre o que se quer fazer saber e a realidade objetiva.

Por fim, informação compreensível será aquela que mais análise de contexto solicitará, pois requererá do emissor uma apreensão da realidade do receptor, a fim de que a mensagem possa ser por este efetivamente compreendida.<sup>99</sup>

Além daqueles requisitos expressamente dispostos no Código de Defesa do Consumidor, a saber: a adequação (arts. 6º, III; 8º, *caput*<sup>100</sup>; 12, *caput*<sup>101</sup>; e 14, *caput*<sup>102</sup>), a necessidade (art. 8º, *caput*) e a ostensividade (arts. 9º<sup>103</sup> e 31<sup>104</sup>).

A adequação condiz com os meios pelos quais as informações são divulgadas e seu conteúdo. Os meios devem ser compatíveis com o determinado bem e com o consumidor típico destinatário do mesmo. O idioma utilizado para a redação deve ser o vernáculo – é permitido o uso de expressões estrangeiras, desde que ao consumidor típico seja familiar –, e suficiente<sup>105</sup> para possibilitar a compreensão do sentido e alcance da informação pelo receptor.<sup>106</sup>

<sup>99</sup> BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 61.

<sup>100</sup> “Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações **necessárias** e **adequadas** a seu respeito.” (destaquei) BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>101</sup> “Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou **inadequadas** sobre sua utilização e riscos.” (destaquei) BRASIL. *Ibidem*.

<sup>102</sup> “Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou **inadequadas** sobre sua fruição e riscos.” (destaquei) BRASIL. *Ibidem*.

<sup>103</sup> “Art. 9º. O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira **ostensiva** e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.” (destaquei) BRASIL. *Ibidem*.

<sup>104</sup> “Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, **ostensivas** e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.” (destaquei) BRASIL. *Ibidem*.

<sup>105</sup> Paulo Luiz Netto Lobo apresenta a suficiência como um requisito à parte, relacionando-se este com a completude e integralidade da informação, pois “antes do advento do direito do consumidor, era comum a omissão, a precariedade, a lacuna, quase sempre intencionais, relativamente a dados ou referências não vantajosas ao produto ou serviço”. LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 606

<sup>106</sup> *Ibidem*, p. 605-606.

Já o requisito da necessidade preconiza que o fornecedor deve prestar aquelas informações tidas como indispensáveis para a correta utilização e emprego do produto ou serviço, além de advertir sobre possíveis riscos.<sup>107</sup>

A ostensividade, por derradeiro, significa que a informação tem que saltar aos olhos do consumidor, ao passo que o fornecedor deve “possibilitar seu fácil, rápido e indubitado acesso e compreensão”<sup>108</sup>.

#### 4.2.2 DIREITO À INFORMAÇÃO NOS ARQUIVOS DE CONSUMO

Pois bem. Feita esta explanação sobre o direito a informação nas relações de consumo de modo geral, o Código de Defesa do Consumidor prevê características para a efetivação deste direito pelos bancos de dados e cadastros de consumidores, determinando limites específicos para estes.

Primeiramente, é assegurado ao consumidor o direito de ter acesso<sup>109</sup> a todas as informações a seu respeito que constem no arquivo, gratuitamente e de forma imediata; bem como, sobre as suas fontes e eventuais destinatários de seus registros. O direito de acesso às informações tem por objetivo dar ao consumidor a possibilidade de averiguar a existência de informações a seu respeito, e havendo, poder retificá-las em caso de erro, identificando os responsáveis pela inexatidão.<sup>110</sup>

E uma medida pioneira adotada pelo legislador, a fim de garantir este acesso às informações, foi considerar os arquivos de consumo como entidades de caráter público<sup>111</sup>, o que abre caminho para a utilização do instrumento processual

---

<sup>107</sup> BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p. 63.

<sup>108</sup> BARBOSA, *loc. cit.*

<sup>109</sup> Art. 43, caput, do CDC – “O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.” BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>110</sup> CARVALHO, Ana Paula Gambogi. O consumidor e o direito a autodeterminação informacional: considerações sobre o banco de dados eletrônicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011, p. 938.

<sup>111</sup> Art. 44, § 4º, do CDC – “Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.” BRASIL. *Op. cit.*

constitucional do *habeas data*, se houver recusa do mantenedor do arquivo em fornecer as informações solicitadas pelo consumidor.<sup>112</sup>

Outro aspecto a ser observado pelos arquivos de consumo é que as informações ali mantidas devem ser claras, verdadeiras, corretas e de fácil compreensão, ou seja, devem expressar exatamente os fatos que ocasionaram o registro, sem distorções ou códigos e sinais indecifráveis. E repisa-se, verificando o consumidor que há qualquer incorreção em seus dados, esta tem o direito de retificá-los<sup>113</sup>, sendo dever do arquivista provar a veracidade das informações, bem como, de informar - no prazo máximo de cinco dias úteis -, à terceiros que tiveram contato com a informação, de que ela foi retificada.<sup>114</sup>

Ainda, aos bancos de dados e cadastros de consumidores é defeso manter informações sobre consumidores sem que estes tenham conhecimento disto; assim, tanto o arquivista quanto o próprio fornecedor que deu origem à informação, devem comunicá-lo previamente<sup>115</sup> sobre o registro, “informando a fonte dos dados e o seu conteúdo antes da disponibilização da informação no domínio público”<sup>116</sup>. Todavia, se o arquivamento dos dados foi provocado e solicitado pelo próprio consumidor, presume-se que as informações lá dispostas estão corretas e que o consumidor sabe para qual finalidade elas serão utilizadas, não havendo, portanto, necessidade de notificação prévia por parte do banco de dados e do fornecedor.<sup>117</sup>

Por fim, aos arquivos de consumo que armazenam informações negativas sobre o consumidor – desde que sejam verdadeiras e devidamente autorizadas -, capazes de prejudicar a imagem deste em futuras relações, como é o caso de

---

<sup>112</sup> DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. Considerações iniciais sobre os bancos de dados informatizados e o direito à privacidade. In: TEPEDINO, Gustavo (Coord.). **Problemas de direito civil-constitucional**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 134.

<sup>113</sup> Art. 43, § 3º, do CDC – “O consumidor, sempre que 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.” BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>114</sup> CARVALHO, Ana Paula Gambogi. O consumidor e o direito a autodeterminação informacional: considerações sobre o banco de dados eletrônicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011, p. 938-939.

<sup>115</sup> “O direito a comunicação é assegurado com o objetivo, de um lado, de fazer com que o consumidor tome previamente ciência do armazenamento de dados seus, para que não seja exposto à situação vexatória de ser informado por terceiros e, de outro, de lhe possibilitar verificar a correção e veracidade das informações e, se for o caso, defender-se, tomando as medidas cabíveis e fazendo uso de seu direito à retificação [...]”. CARVALHO, *ibidem*, p. 936.

<sup>116</sup> *Ibidem*, p. 935.

<sup>117</sup> *Ibidem*, p. 936.

dívidas inadimplidas, é proibido mantê-las e divulgá-las a terceiros por prazo superior a cinco anos<sup>118</sup>, “contados a partir da data que deu origem à informação pejorativa, isto é, do vencimento da dívida sem o pagamento, sendo irrelevante o momento em que o dado foi arquivado”<sup>119</sup>.

#### 4.3 A RESPONSABILIDADE CIVIL NOS ARQUIVOS DE CONSUMO

Estas regras dispostas no art. 43 e §§ do CDC são específicas e regem a criação, manutenção e divulgação dos arquivos de consumo, e desde que sejam rigorosamente atendidas pela entidade arquivista, esta exerce regularmente o seu direito. Contudo, qualquer violação perpetuada aos limites impostos pelo ordenamento jurídico acaba por desconfigurar a conduta como de exercício regular de direito e esta passa a ser ilícita e abusiva:

A caracterização do registro indevido em banco de dados de proteção ao crédito não ocorre apenas quando a informação é inexata – hipótese mais discutida nos tribunais – mas em todos os casos em que não são observados os deveres exigidos pelo ordenamento jurídico. Os deveres jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito não decorrem unicamente da disciplina constante no Código de Defesa do Consumidor, mas envolvem necessariamente uma análise sistemática do ordenamento jurídico e especialmente a compreensão dos direitos da personalidade – privacidade e honra – que, no Brasil, por estarem entre os direitos fundamentais (art. 5º, X, da CF/1998), assumem importância diferenciada.<sup>120</sup>

Consequentemente, àquele que inobservar as exigências impostas e extrapolar o limite da legalidade, poderão incidir sanções penal<sup>121</sup>, administrativa<sup>122</sup> e

<sup>118</sup> Este prazo resta estabelecido na parte final do §1º do art. 43, do CDC, bem como, na Súmula de n. 323 do Superior Tribunal de Justiça, que assim dispõe: “A inscrição de inadimplente pode ser mantida nos serviços de proteção ao crédito por, no máximo, cinco anos, independente da prescrição da execução.” BRASIL. Súmula n. 323 do Superior Tribunal de Justiça, 2009.

<sup>119</sup> CARVALHO, Ana Paula Gambogi. O consumidor e o direito a autodeterminação informacional: considerações sobre o banco de dados eletrônicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011, p. 941.

<sup>120</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Limites jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito: tópicos específicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 1052.

<sup>121</sup> Art. 72, do CDC – “Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:

Pena - Detenção de seis meses a um ano ou multa.”

Art. 73, do CDC – “Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.” BRASIL. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>122</sup> Art. 13, do Decreto nº 2.181/1997 – “Serão consideradas, ainda, práticas infrativas, na forma dos dispositivos da Lei nº 8.078, de 1990:

civil, esta última consubstanciada, principalmente, no direito a indenização por danos morais<sup>123</sup> e materiais provenientes do registro indevido no arquivo de consumo.<sup>124</sup> Direito este básico do consumidor, e consubstanciado no art. 6º, VI, do CDC, *in verbis*:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:  
VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos.<sup>125</sup>

Voltando-se os olhos para a questão da responsabilidade civil, esta é solidária entre os sujeitos passivos da relação, pois “todos os pressupostos legais (veracidade, clareza, objetividade, limites temporais, etc.) são dirigidos a todos que participam do tratamento das informações”<sup>126</sup>. Ou seja, tanto o fornecedor que incluiu a informação do consumidor no arquivo de consumo quanto o mantenedor do arquivo respondem civilmente caso não seja observada quaisquer das exigências legais:

Assim, caso o organizador do banco de dados ou o fornecedor responsável pela inclusão dos dados falhe no cumprimento dos seus deveres de comunicar previamente ao consumidor sobre o arquivamento de seus dados, armazenar dados sensíveis do consumidor sem o seu consentimento prévio, armazenar dados não verazes e incorretos, manter informações depreciadoras além do período de cinco anos [...], estarão ambos sujeitos ao dever de indenizar o consumidor pelos danos morais e patrimoniais sofridos.<sup>127</sup>

Todavia, salienta-se que é assegurado ao sujeito passivo da relação de consumo que - acionado pelo consumidor – arcou com a indenização, o direito de

X - impedir ou dificultar o acesso gratuito do consumidor às informações existentes em cadastros, fichas, registros de dados pessoais e de consumo, arquivados sobre ele, bem como sobre as respectivas fontes;

XV - deixar de comunicar ao consumidor, no prazo de cinco dias úteis, as correções cadastrais por ele solicitadas.” BRASIL. Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997.

<sup>123</sup> Leonardo Roscoe Bessa afirma que os danos morais, “decorrentes de registro indevido em banco de dados de proteção ao crédito, devem ser enfocados sob tríplice perspectiva: ofensa à privacidade, honra e alteração negativa do estado anímico da pessoa.” E em relação a ofensa à honra do consumidor, esta é atingida em seu âmbito objetivo, “pois se divulga fato ofensivo a sua reputação: o não cumprimento das obrigações contratuais. A auto-estima, também, acaba sofrendo mácula, pois a honra, a lesão à honra objetiva afeta, inexoravelmente, a honra subjetiva. [...] gera desconforto, revolta e constrangimento”. BESSA, Leonardo Roscoe. Limites jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito: tópicos específicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 1052-1053.

<sup>124</sup> *Ibidem*, p. 1052.

<sup>125</sup> BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>126</sup> BESSA, *op. cit.*, p. 1054.

<sup>127</sup> CARVALHO, Ana Paula Gambogi. O consumidor e o direito a autodeterminação informacional: considerações sobre o banco de dados eletrônicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011, p. 943.

regresso contra o outro efetivo causador da inscrição indevida<sup>128</sup>, com fundamento no art. 7º, parágrafo único, do CDC<sup>129</sup>.

Além do mais, a responsabilidade dos sujeitos passivos da relação de consumo é objetiva, independente de suas condutas terem sido culposas ou dolosas, pelo simples fato de que, como já vimos, as normas do direito do consumidor são de ordem pública, portanto, indisponíveis; bem como, pela previsão do art. 14 do CDC, que dispõe:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.<sup>130</sup>

Interessante frisar que os organizadores de bancos de dados e de cadastros de consumo também são caracterizados como fornecedores de serviços, ao passo que a vulnerabilidade do consumidor diante dos mesmos é indiscutível. Muitas das vezes o consumidor só sabe da existência de registro em seu nome quando lhe é recusado crédito em razão deste. Portanto, demonstrado o dano, o defeito na prestação do serviço (evento danoso – registro indevido) e o nexo causal que os une, é o arquivista obrigado a reparar, efetivamente, o dano que causou, não importando a averiguação de sua culpa.<sup>131</sup>

Importa referir que os danos decorrentes de registros indevidos nos arquivos podem ser patrimoniais e morais. Aqueles exigem prova efetiva por parte do consumidor, do prejuízo material; porém, estes exsurgem da própria situação de ilicitude, não sendo preciso o consumidor provar o prejuízo. É o que conhecemos como danos morais *in re ipsa*, os quais são presumidamente reconhecidos como

---

<sup>128</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Limites jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito: tópicos específicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 1053.

<sup>129</sup> Art. 7º, Parágrafo único, do CDC – “Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.” BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>130</sup> *Ibidem*.

<sup>131</sup> EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. p.209-210.

existentes – presunção *hominis* de existência -, portanto, somente podem ser afastados em caso de prova contrária.<sup>132</sup>

---

<sup>132</sup> AZEVEDO, Antônio Junqueira de. Cadastro de restrição ao crédito. Dano moral. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 984.

## 5 OS NOVOS ARQUIVOS DE CONSUMO E SUAS INFLUÊNCIAS NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

Determinados os pressupostos legais que incidem sobre os bancos de dados e cadastros de consumo e a influência que o seu respeito ou inobservância causam nas relações de consumo, analisaremos o *score* e o cadastro positivo à luz destes limites impostos pelo ordenamento jurídico.

### 5.1 ANÁLISE DO SCORE

Observemos, portanto, as Figuras 1 e 2, as quais demonstram a análise e pontuação atribuída a dois consumidores diversos pelo sistema *score* do SCPC (Boa Vista Serviços), documentos estes que foram juntados por aqueles em demandas judiciais que interpuseram em desfavor deste:

Figura 1 – Score SCPC “Tadeu”

005/13 Pessoal Gold

**BoaVista**  
Atividades do SCPC

**Pessoal Gold**

INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS - SÃO PAULO/SP, 19.MAI.13 15:32:12 NET 9999

INFORMAÇÕES FORNECIDAS

CPF: 319 [REDACTED]-15

**PAINEL DE CONTROLE**

| Ocorrências                     | Qtde. | Última | Valor (R\$) |
|---------------------------------|-------|--------|-------------|
| Exatidão                        | 0     | -      | 0,00        |
| Exatidão de Débitos             | 0     | -      | 0,00        |
| Exatidão sem Emissão            | 0     | -      | -           |
| Exatidão Empréstimos Usurciadas | 0     | -      | -           |
| Atévia                          | 0     | -      | 0,00        |
| Consultas por Sacramentos       | 0     | -      | -           |
| Consultas                       | 0     | -      | -           |
| Participações em Empresas       | 0     | -      | -           |

**801**

**CLASSE DE SCORE** 1

**PROBABILIDADE DE INADIMPLÊNCIA DA CLASSE DE SCORE** 2%

De cada 100 pessoas classificadas nesta classe de score, é provável que 2 apresentem débitos no mercado nos próximos 6 meses.

**IDENTIFICAÇÃO**

Nome: TADEU [REDACTED]

CPF: 319 [REDACTED]-15

Data de Nascimento: 23/10/19 [REDACTED]

Sexo: Masculino

Situação do CPF: REGULAR

Nome da Mãe: CARMEN [REDACTED]

Data de Atualização: 19/05/2013

Região de Origem do CPF: Rio Grande do Sul

Nacionalidade: BRASILEIRO

Grau de Instrução: SUPERIOR COMPLETO

Deseja conhecer as informações eleitorais dessa pessoa?  
Consulte o Extra Info

**LOCALIZAÇÃO**

Bairro: IGARA

UF: RS

CEP: 92410-720

**OUTRAS GRAFIAS**

| Nome             | CPF               | Bairro                   | UF | Dt.Nasc.            | CEP       |
|------------------|-------------------|--------------------------|----|---------------------|-----------|
| TADEU [REDACTED] | 319 [REDACTED]-15 | NOSSA SENHORA DAS GRACAS | RS | 23/10/19 [REDACTED] | 92110-040 |
| TADEU [REDACTED] | 319 [REDACTED]-15 | NOSSA SENHORA DAS GRACAS | RS | 23/10/19 [REDACTED] | 92110-320 |
| TADEU [REDACTED] | 319 [REDACTED]-15 | NOSSA SENHORA DAS GRACAS | RS | 23/10/19 [REDACTED] | 92110-320 |
| TADEU [REDACTED] | 319 [REDACTED]-15 | NOSSA SENHORA DAS GRACAS | RS | 23/10/19 [REDACTED] | 92110-320 |

Endereço: R. XINGU [REDACTED]

Cidade: CANOAS

Telefone: 51 3476 [REDACTED]

Endereço: R. DA FIGUEIRA [REDACTED] N S DAS GRACAS

Cidade: CANOAS

Endereço: R. EXPEDICIONARIO [REDACTED]

Cidade: CANOAS

Endereço: R. EXPEDICIONARIO [REDACTED]

Cidade: CANOAS

Endereço: R. EXPEDICIONARIO [REDACTED]

Cidade: CANOAS

Fonte: Processo nº 008/1.13.0015211-2, em trâmite na 3ª Vara Cível da Comarca de Canoas/RS

Figura 2 – Score SCPC “Patricio”

1905/13 Pessoal Gold

**BoaVista**  
Administradora do SCPC

**Pessoal Gold**

INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS - SÃO PAULO/SP, 19.MAI.13 18:23:38 NET 9999

14  
CA

**INFORMAÇÕES FORNECIDAS**

CPF: 581 [REDACTED]-34

**PAINEL DE CONTROLE**

| Ocorrências                       | Qtde. | Última | Valor (R\$) |
|-----------------------------------|-------|--------|-------------|
| Protestos                         | 0     | -      | 0,00        |
| Registro de Débitos               | 0     | -      | 0,00        |
| Cheques sem Fundo                 | 0     | -      | -           |
| Falências Empresariais Decretadas | 0     | -      | -           |
| Ações                             | 0     | -      | 0,00        |
| Consultas por Segmento            | 1     | MAI/13 | -           |
| Consultas                         | 1     | MAI/13 | -           |
| Participações em Empresas         | 0     | -      | -           |

**622**

**CLASSE DE SCORE** 8

**PROBABILIDADE DE INADIMPLÊNCIA DA CLASSE DE SCORE** 12%

De cada 100 pessoas classificadas nesta classe de score, é provável que 12 apresentem débitos no mercado nos próximos 6 meses.

**IDENTIFICAÇÃO**

Nome: PATRICIO [REDACTED] Nome da Mãe: LOURDES [REDACTED]

CPF: 581 [REDACTED]-34 Região de Origem do CPF: Rio Grande do Sul

Data de Nascimento: 03-09-19 [REDACTED]

Sexo: Masculino Grau de Instrução:

Deseja conhecer as informações eleitorais dessa pessoa? Consulte o [Extra-Info](#)

**LOCALIZAÇÃO**

Endereço: R OSVALDO CRUZ [REDACTED] Bairro: NITEROI

Cidade: CANOAS UF: RS

Telefone: 51 3426-[REDACTED] CEP: 92110-470

**OUTRAS GRAFIAS**

|                                     |                        |                        |                               |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------------|
| Nome: PATRICIO [REDACTED]           | CPF: 581 [REDACTED]-34 | Bairro: ESTANCIA VELHA | Dt.Nasc.: 03-09-19 [REDACTED] |
| Endereço: R ARCO IRIS [REDACTED]    |                        | UF: RS                 | CEP: 92032-010                |
| Cidade: CANOAS                      |                        |                        | Dt.Nasc.: 03-09-19 [REDACTED] |
| Nome: PATRICIO [REDACTED]           | CPF: 581 [REDACTED]-34 | Bairro: NITEROI        | CEP: 92110-470                |
| Endereço: R OSVALDO CRUZ [REDACTED] |                        | UF: RS                 | Dt.Nasc.: 03-09-19 [REDACTED] |
| Cidade: CANOAS                      |                        |                        | CEP: 92110-470                |
| Nome: PATRICIO [REDACTED]           | CPF: 581 [REDACTED]-34 | Bairro: NITEROI        | Dt.Nasc.: 03-09-19 [REDACTED] |
| Endereço: R OSVALDO CRUZ [REDACTED] |                        | UF: RS                 | CEP: 92110-470                |
| Cidade: CANOAS                      |                        |                        | Dt.Nasc.: 03-09-19 [REDACTED] |
| Nome: PATRICIO [REDACTED]           | CPF: 581 [REDACTED]-34 | Bairro: VL FERNANDES   | CEP: 92110-470                |
| Endereço: OSVALDO CRUZ [REDACTED]   |                        | UF: RS                 |                               |
| Cidade: CANOAS                      |                        |                        |                               |

Fonte: Processo nº 008/1.13.0015203-1, em trâmite na 2ª Vara Cível da Comarca de Canoas/RS

Repisa-se o fato de que o score é sim um banco de dados, e não apenas um serviço de análise de concessão de crédito, como é afirmado pelo seu administrador. Seu principal objetivo é auxiliar o fornecedor na tomada de decisão no momento de conceder crédito ao consumidor, e nada impede que o próprio

banco de dados faça esta análise de risco, desde que respeitados os pressupostos e limites definidos pelo direito do consumidor, que acima tratamos.

Analisando as Figuras 1 e 2 podemos ver que as informações lá constantes não são objetivas e nem ao menos conseguimos assegurar sua veracidade. As ocorrências ali dispostas – *protestos, registro de débito, cheques sem fundos, ações, consultas, consultas por segmento* e etc. - são atuais? Abrangem informações que já foram excluídas de outro banco de dados, como o SCPC? Respeitam o limite temporal de cinco anos? Que ações judiciais<sup>133</sup> são levadas em consideração? Que *outras grafias* podem constar? Como é feito o cálculo da pontuação? Simplesmente não há como averiguar.

Na Figura 1, o consumidor recebeu a pontuação de nº 801 e está na classe de *score* “1”, além de sua probabilidade de inadimplência ser de 2%, o que significa que “de cada 100 pessoas classificadas nesta classe de *score*, é provável que 2 apresentem débitos no mercado nos próximos 6 meses.” Ele não apresenta nenhuma *ocorrência*, apenas *identificação, localização* e *outras grafias*, em que constam endereços diversos que provavelmente o consumidor residiu.

Como o sistema do *score* chegou a conclusão de que o consumidor da Figura 1 pode ser um dos dois inadimplentes do futuro? Por não apresentar nenhuma ocorrência, por ser uma pessoa com *grau de instrução superior completo* ou por residir, ou ter residido, nos bairros Igara e Nossa Senhora das Graças, na cidade de Canoas?

Já na Figura 2, o consumidor recebeu a pontuação de nº 622 e está na classe de *score* “8”, além de sua probabilidade de inadimplência ser de 12%, o que significa que “de cada 100 pessoas classificadas nesta classe de *score*, é provável que 12 apresentem débitos no mercado nos próximos 6 meses.” Ele apresenta duas *ocorrências*, a *consultas por segmento* e a *consulta*, na quantidade de uma cada; além dos dados constantes em *identificação, localização* e *outras grafias*, em que constam endereços diversos que provavelmente o consumidor residiu.

---

<sup>133</sup> Inclusive, segundo o art. 39, VIII, do CDC, é considerada prática abusiva “repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos.” BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Por qual razão ao consumidor da Figura 2 foi atribuída a probabilidade de inadimplência de 12%? Pelo fato de terem apenas consultado seu CPF, por duas vezes, não se sabe onde, ou por morar em uma localidade mais distante do centro da cidade de Canoas?

Já se sabe que o fornecedor não está obrigatoriamente atrelado a análise feita pelo banco de dados *score*, mas é bem provável que uma avaliação desfavorável pode culminar em uma restrição de crédito; ao passo que até o próprio fornecedor que utiliza o sistema não sabe, objetivamente, como é realizado o cálculo da pontuação, e acaba por delegar sua decisão totalmente a um computador, a fim de evitar risco na concessão de seu crédito.

É um verdadeiro drama kafkaniano, pois o consumidor não sabe por quem, por qual motivo foi incluído neste banco de dados e recebeu esta avaliação - já que no caso das Figuras 1 e 2 nenhum deles apresenta registro de crédito negativo -, e por desconhecimento, acaba convivendo com esta mácula indevida.<sup>134</sup>

Desta feita, ao consumidor é impossibilitado conhecer e acessar as informações que coadunam para a sua avaliação e atribuição de *score*, diante da falta de clareza e transparência dos dados que são utilizados, o que acaba por afetar o seu direito de reclamar por eventual incorreção, pois desconhece os critérios que são considerados para avaliar a sua probabilidade de inadimplência. Além do mais, fere sua privacidade, ao passo que este não consentiu com a sua inclusão no banco de dados, e muito menos com a sua divulgação, não sendo comunicado previamente sobre o arquivamento de seus dados. Assim, o banco de dados *score* pode ser caracterizado como um sistema oculto, pois aos consumidores é vedado seu acesso pleno.

E pelo desrespeito às normas do direito do consumidor, resta afastado a figura de exercício regular de direito por parte do banco de dados; o que caracteriza o abuso de direito e a ilicitude na abertura, manutenção e divulgação de informações sobre consumidores nos moldes em que o sistema *score* atua.

---

<sup>134</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Limites jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito: tópicos específicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 1053.

## 5.2 ANÁLISE DO CADASTRO POSITIVO

Pois bem. Anteriormente comentou-se que a Lei do Cadastro Positivo (Lei n. 12.414/2011) e o Decreto que a regulamenta (Decreto n. 7.829/2012), resolvem muito bem a questão do direito à privacidade<sup>135</sup>, ao exigir o consentimento informado do consumidor para com o tratamento de suas informações positivas. Não obstante, elas também seguem os critérios estabelecidos pelo CDC em sua Seção IV, ao

---

<sup>135</sup> O direito fundamental à privacidade, na Lei 12.414/2011, é vislumbrada nos seguintes artigos:  
 “Art. 4º A abertura de cadastro requer autorização prévia do potencial cadastrado mediante consentimento informado por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.

Art. 5º São direitos do cadastrado:

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

Art. 7º As informações disponibilizadas nos bancos de dados somente poderão ser utilizadas para:

I - realização de análise de risco de crédito do cadastrado; ou

II - subsidiar a concessão ou extensão de crédito e a realização de venda a prazo ou outras transações comerciais e empresariais que impliquem risco financeiro ao consulente.

Parágrafo único. Cabe ao gestor manter sistemas seguros, por telefone ou por meio eletrônico, de consulta para informar aos consulentes as informações de adimplemento do cadastrado.

Art. 8º São obrigações das fontes:

I - manter os registros adequados para demonstrar que a pessoa natural ou jurídica autorizou o envio e a anotação de informações em bancos de dados;

Art. 9º O compartilhamento de informação de adimplemento só é permitido se autorizado expressamente pelo cadastrado, por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada.

Art. 11. Desde que autorizados pelo cadastrado, os prestadores de serviços continuados de água, esgoto, eletricidade, gás e telecomunicações, dentre outros, poderão fornecer aos bancos de dados indicados, na forma do regulamento, informação sobre o adimplemento das obrigações financeiras do cadastrado.

Art. 15. As informações sobre o cadastrado constantes dos bancos de dados somente poderão ser acessadas por consulentes que com ele mantiverem ou pretenderem manter relação comercial ou creditícia.” BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

E também no Decreto n. 7.829/2012:

“Art. 7º As autorizações para abertura de cadastro e para compartilhamento da informação de adimplemento, de que tratam, respectivamente, os arts. 4º e 9º da Lei no 12.414, de 2011, podem ser concedidas pelo cadastrado em forma física ou eletrônica, diretamente à fonte ou ao gestor de banco de dados, observados os termos e condições constantes do Anexo II.

§ 1º Quando qualquer das autorizações for concedida à fonte, esta deverá encaminhar a autorização concedida, por meio eletrônico, aos gestores de bancos de dados indicados no ato de concessão, no prazo de sete dias úteis contado de seu recebimento.

§ 2º O gestor do banco de dados ou a fonte, conforme o caso, deverá manter os registros adequados para comprovar a autenticidade e a validade da autorização.

§ 3º A abertura de cadastro não poderá ser condicionada à concessão de autorização para compartilhamento da informação de adimplemento.

Art. 9º As informações sobre o cadastrado constantes dos bancos de dados somente poderão ser acessadas por consulentes que com ele mantiverem ou pretenderem manter relação comercial ou creditícia.

Art. 10. O gestor do banco de dados deverá:

III - adotar as cautelas necessárias à preservação do sigilo das informações que lhe forem enviadas, divulgando-as apenas para as finalidades previstas na Lei nº12.414, de 2011;

IV - manter sistemas de guarda e acesso com requisitos de segurança que protejam as informações de acesso por terceiros não autorizados e de uso em desacordo com as finalidades previstas na Lei nº 12.414, de 2011.” BRASIL. Decreto n. 7.829, de 17 de outubro de 2012.

reafirmar o direito de acesso à informação<sup>136</sup>, dispondo em diversos artigos este entendimento, bem como, a maneira que as informações devem ser dispostas. Além

<sup>136</sup> Sobre o direito de acesso à informação e os pressupostos legais que incidem sobre elas, a Lei n. 12.414/2011 assim prevê em seus dispositivos:

“Art. 3º Os bancos de dados poderão conter informações de adimplemento do cadastrado, para a formação do histórico de crédito, nas condições estabelecidas nesta Lei.

§ 1º Para a formação do banco de dados, somente poderão ser armazenadas informações objetivas, claras, verdadeiras e de fácil compreensão, que sejam necessárias para avaliar a situação econômica do cadastrado.

§ 2º Para os fins do disposto no § 1º, consideram-se informações:

I - objetivas: aquelas descritivas dos fatos e que não envolvam juízo de valor;

II - claras: aquelas que possibilitem o imediato entendimento do cadastrado independentemente de remissão a anexos, fórmulas, siglas, símbolos, termos técnicos ou nomenclatura específica;

III - verdadeiras: aquelas exatas, completas e sujeitas à comprovação nos termos desta Lei;

IV - de fácil compreensão: aquelas em sentido comum que assegurem ao cadastrado o pleno conhecimento do conteúdo, do sentido e do alcance dos dados sobre ele anotados.

§ 3º Ficam proibidas as anotações de:

I - informações excessivas, assim consideradas aquelas que não estiverem vinculadas à análise de risco de crédito ao consumidor; e

II - informações sensíveis, assim consideradas aquelas pertinentes à origem social e étnica, à saúde, à informação genética, à orientação sexual e às convicções políticas, religiosas e filosóficas.

Art. 5º São direitos do cadastrado:

II - acessar gratuitamente as informações sobre ele existentes no banco de dados, inclusive o seu histórico, cabendo ao gestor manter sistemas seguros, por telefone ou por meio eletrônico, de consulta para informar as informações de adimplemento;

IV - conhecer os principais elementos e critérios considerados para a análise de risco, resguardado o segredo empresarial;

Art. 6º Ficam os gestores de bancos de dados obrigados, quando solicitados, a fornecer ao cadastrado:

I - todas as informações sobre ele constantes de seus arquivos, no momento da solicitação;

II - indicação das fontes relativas às informações de que trata o inciso I, incluindo endereço e telefone para contato;

III - indicação dos gestores de bancos de dados com os quais as informações foram compartilhadas;

IV - indicação de todos os consulentes que tiveram acesso a qualquer informação sobre ele nos 6 (seis) meses anteriores à solicitação; e

§ 2º O prazo para atendimento das informações estabelecidas nos incisos II, III, IV e V deste artigo será de 7 (sete) dias.

Art. 11, Parágrafo único. É vedada a anotação de informação sobre serviço de telefonia móvel na modalidade pós-paga.” BRASIL. Lei n. 12. 414, de 09 de junho de 2011.

E o Decreto n. 7.829/2012 assim as dispõe:

“Art. 6º Os bancos de dados, para fins de composição do histórico de crédito, deverão apresentar informações objetivas, claras, verdadeiras e de fácil compreensão, que sejam necessárias para avaliação da situação econômico-financeira do cadastrado.

Art. 10. O gestor do banco de dados deverá:

VI - disponibilizar em seus sítios eletrônicos para consulta do cadastrado, com acesso formalizado, de maneira segura e gratuita:

a) as informações sobre o cadastrado constantes do banco de dados no momento da solicitação;

b) a indicação das fontes que encaminharam informações sobre o cadastrado, com endereço e telefone para contato;

c) a indicação dos gestores dos bancos de dados com os quais as informações sobre o cadastrado foram compartilhadas; e

d) a indicação clara dos consulentes que tiveram acesso ao histórico de crédito do cadastrado nos seis meses anteriores ao momento da solicitação; e

VII - informar claramente, inclusive em seu sítio eletrônico, os direitos do cadastrado definidos em lei e em normas infralegais pertinentes à sua relação com as fontes e os gestores de bancos de dados, e disponibilizar lista de órgãos governamentais aos quais poderá recorrer em caso de violação.

Parágrafo único. As informações dispostas no inciso VI do **caput** também poderão ser acessadas, gratuitamente, por telefone.” BRASIL. Decreto 7.829, de 17 de outubro de 2012.

do mais, preveem o direito do consumidor de retificar seus dados, vetar o acesso a suas informações, revogar autorizações, e até cancelar, por completo, seu cadastro no sistema, desvinculando-se totalmente dele<sup>137</sup>.

Por fim, a Lei do Cadastro Positivo repisa a necessidade do consumidor ser informado previamente sobre as inclusões feitas em seu nome<sup>138</sup> e exprime, em seu art. 16, o entendimento, já pacificado, de que todos participantes da cadeia de fornecimento do serviço, neste caso “o banco de dados, a fonte e o consulente, são responsáveis objetiva e solidariamente pelos danos materiais e morais que causarem ao cadastrado”<sup>139</sup>.

Entretanto, há certos postos referentes ao cadastro positivo que são um tanto quanto nebulosos.

---

<sup>137</sup> A Lei n. 12.414/2011 dispõe sobre o direito de retificação de informações, vedação de acesso e cancelamento de cadastro nos artigos a seguir:

“Art. 5º São direitos do cadastrado:

I - obter o cancelamento do cadastro quando solicitado;

III - solicitar impugnação de qualquer informação sobre ele erroneamente anotada em banco de dados e ter, em até 7 (sete) dias, sua correção ou cancelamento e comunicação aos bancos de dados com os quais ele compartilhou a informação;

VI - solicitar ao consulente a revisão de decisão realizada exclusivamente por meios automatizados;

Art. 8º São obrigações das fontes:

II - comunicar os gestores de bancos de dados acerca de eventual exclusão ou revogação de autorização do cadastrado;

III - verificar e confirmar, ou corrigir, em prazo não superior a 2 (dois) dias úteis, informação impugnada, sempre que solicitado por gestor de banco de dados ou diretamente pelo cadastrado;” BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

E também está expresso no Decreto 7.829/2012:

“Art. 12. O cancelamento do cadastro poderá ser realizado perante qualquer gestor de banco de dados que mantenha cadastro ou perante a fonte que recebeu a autorização para abertura do cadastro.

Art. 13. O cadastrado poderá requerer:

I - que suas informações não sejam acessíveis por determinados consulentes ou em período determinado de tempo; e

II - o não compartilhamento de informações ou ainda a revogação de autorização para o compartilhamento de suas informações com um ou mais bancos de dados.

Parágrafo único. Não será admitido pedido de exclusão parcial de informações registradas em banco de dados, salvo se indevida ou erroneamente anotadas.

Art. 14. As solicitações de cancelamento do cadastro, de vedação de acesso e de não compartilhamento deverão ser realizadas de forma expressa, e poderão ser feitas por meio eletrônico.

Art. 16. No caso de decisão realizada exclusivamente por meios automatizados, se o cadastrado solicitar ao consulente a revisão da decisão, o consulente deverá apresentar o resultado no prazo de sete dias úteis, contado da data do requerimento de revisão.” BRASIL, Decreto n. 7.829, de 17 de outubro de 2012.

<sup>138</sup> Nesse sentido dispõe o art. 5º, V, da Lei n. 12.414/2011, que é direito do consumidor “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.” BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

<sup>139</sup> BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

A primeira questão polêmica refere-se ao limite temporal de coleta, armazenamento e distribuição das informações, pois a Lei n. 12.414/201 prevê, em seu art. 14, que “as informações de adimplemento não poderão constar de bancos de dados por período superior a 15 (quinze) anos”<sup>140</sup>. Trata-se de lapso temporal demasiadamente longo, que se afasta da ideia de proteção da privacidade e da honra do consumidor e abre espaço para viés econômico do *more is better*.<sup>141</sup>

E o prazo máximo de cinco anos para informações negativas previsto no art. 43, §1º, do CDC, se aplica a um banco de dados que veda o registro delas<sup>142</sup>? Podemos dizer que sim, vez que a ausência de informação sobre uma prestação pode sugerir o seu inadimplemento, e, portanto, ser considerada negativa. Ademais, indaga-se se este prazo de 15 é efetivamente relevante para a análise de crédito e determinar a probabilidade de adimplemento. Leonardo Roscoe Bessa acredita que não, sendo o prazo de cinco anos razoável e congruente para a análise da concessão de crédito, devendo este ser entendido como o limite temporal único das informações positivas e negativas.<sup>143</sup>

Outro aspecto merecedor de crítica é a falta de objetividade dos critérios para a análise do crédito. A lei se contradiz ao definir como direito do consumidor, em seu art. 5º, IV, o conhecimento dos “*principais* elementos e critérios considerados para a análise de risco [...]”<sup>144</sup> e, ao mesmo tempo, estabelecer em seu art. 3º, §2º, I, que todas as informações devem ser objetivas, ou seja, “descritivas dos fatos e que não envolvam juízo de valor”<sup>145</sup>. Desta forma, podem haver critérios além dos *principais* que não são objetivos, e que não estão ao alcance do consumidor; o que impossibilita até o exercício de seu direito de retificação de sua análise de risco de crédito, pois não conhece todos os fatores que determinaram a sua avaliação.

<sup>140</sup> BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

<sup>141</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Cadastro Positivo: algumas anotações à Lei 12.414/2011. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 79, set/2011, p. 376.

<sup>142</sup> O Decreto 7.829/2012, em seu art. 17, veda o registro de informações de inadimplemento, dispondo que “a simples falta de comunicação pela fonte do inadimplemento de operação de crédito ou de obrigação continuada antes em curso não poderá ser registrada pelo gestor do banco de dados como informação negativa.” BRASIL. Decreto n. 7.829, de 17 de outubro de 2012.

<sup>143</sup> BESSA, *op. cit.*, p. 377.

<sup>144</sup> BRASIL. Lei n. 12.414, de 09 de junho de 2011.

<sup>145</sup> BRASIL. *Ibidem*.

Para a solução desta perplexidade e a fim de afastar o campo da ilicitude, o correto seria que a Lei do Cadastro Positivo e o seu Decreto dialogassem com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas fundamentais que compõe o direito do consumidor, a fim de assegurar o acesso aos elementos *principais* e, digamos, *accessórios* que são levados em conta pelo banco de dados no momento da análise de concessão de crédito.<sup>146</sup>

### 5.3 ALGUNS JULGADOS E ATOS DO PODER JUDICIÁRIO GAÚCHO E ABORDAGEM DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

Os aspectos peculiares do *score* e do cadastro positivo e suas influências nas relações de consumo foram, até o presente momento, analisados somente no campo doutrinário, portanto, é necessário averiguar a posição, especificamente, do Judiciário Gaúcho sobre estas duas novas espécies de arquivos de consumo.

Sobre o cadastro positivo não há um número muito significativo de julgados no Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, mas as que se encontram, em sua grande maioria, giram em torno da questão da necessidade de autorização expressa do consumidor para a sua inclusão no sistema do cadastro positivo.

Vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. INSCRIÇÃO EM CADASTRO POSITIVO. COMUNICAÇÃO PRÉVIA. Nos termos dos artigos 4º e 9º da Lei n.º 12.414/11 e 43, § 2º, do CDC, é dever da mantenedora de cadastro positivo requerer a prévia autorização do consumidor para abertura do referido cadastro. Além disso, o compartilhamento de informações pressupõe, igualmente, prévia autorização. Inexistente prova da autorização, imperioso o cancelamento do registro. Apelo provido, por maioria.<sup>147</sup>

AGRAVO DE INSTRUMENTO. RESPONSABILIDADE CIVIL. CADASTRO DE CONTROLE DE CRÉDITO. SUBORDINAÇÃO À LEI FEDERAL Nº 12.414/11. NECESSIDADE DE AUTORIZAÇÃO EXPRESSA DO CADASTRADO. ANTECIPAÇÃO DE TUTELA. SUSPENSÃO DO FORNECIMENTO DAS INFORMAÇÕES. CABIMENTO. Cabe suspender liminarmente a disponibilização das informações acerca do cadastro positivo da parte autora, pois (I) a Lei Federal nº 12.414/11, à qual estão submetidos os cadastros de controle de crédito, exige o consentimento do cadastrado para concentração e compilação de seus dados em um único cadastro - autorização que a parte autora nega ter

<sup>146</sup> BESSA, Leonardo Roscoe. Cadastro Positivo: algumas anotações à Lei 12.414/2011. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 79, set/2011, p. 379.

<sup>147</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 70053772471, Décima Segunda Câmara Cível, Relator: Umberto Guaspari Sudbrack, Julgado em 11/04/2013.

concedido e que a máxima da experiência indica ser requisito formal não observado pela parte ré -, e (II) não há prejuízo reverso em função da suspensão. Agravo de instrumento provido, de plano.<sup>148</sup>

Vê-se, portanto, a preocupação do judiciário em preservar a privacidade do consumidor diante do banco de dados positivo, haja vista o aplicação dos arts. 4º; 5º, V; e 9º da Lei n. 12.414/2011.

De outro lado, a jurisprudência sobre o *score* é farta na justiça gaúcha, em que a discussão principal recai sobre o tema da legalidade desde sistema. Há uma parcela minoritária de julgadores que entendem pela sua legalidade, partindo da premissa de que o *score* não é um banco de dados, mas sim uma simples ferramenta de análise de risco de crédito.

Nesse sentido:

EMBARGOS INFRINGENTES. CDL RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE FAZER CUMULADA COM INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. "SISTEMA CREDISCORE." A ferramenta denominada CREDISCORE não consiste em banco de dado, mas sim, de um serviço que tem por escopo pontuar o risco da transação comercial, sendo oferecido às empresas associadas, não acarretando a classificação de inadimplente a eventual consumidor, tampouco implica negativa de crédito, pois se trata de critérios a ser considerado pelo comerciante associado para concessão ou não de crédito, motivo pelo qual inexigível a comunicação prévia a que dispõe o disposto no art. 43, §2º, do CDC. O comerciante/negociante não está compelido a vender seus produtos ou liberar crédito a eventual consumidor, já que cabe a ele decidir sobre a conveniência ou não do negócio. Medida Provisória nº518/2010, que disciplina a formação da consulta à banco de dados com informações de adimplemento, aplicando-se tanto a pessoas naturais quanto jurídicas, para a formação de histórico de créditos. EMBARGOS INFRINGENTES ACOLHIDOS, POR MAIORIA.<sup>149</sup>

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. INDENIZAÇÃO. CDL DE PORTO ALEGRE. CREDISCORE. SERVIÇO DE ANÁLISE DO PERFIL DO CONSUMIDOR NO MERCADO. AUXÍLIO AO ASSOCIADO PARA A CONCESSÃO DE CRÉDITO AO CONSUMIDOR. FACULDADE DO COMERCIANTE. DESNECESSIDADE DE NOTIFICAÇÃO PRÉVIA. DANOS NÃO CARACTERIZADOS. SENTENÇA MANTIDA. Sendo o CREDISCORE nada mais do que um serviço de análise de risco de operação de crédito, e não um cadastro restritivo de crédito, disponibilizado aos associados da parte demandada para que estes livremente decidam se irão conceder ou não crédito ao consumidor, não há falar na necessidade de comunicação prévia da parte autora pela inclusão do seu nome em tal registro.

<sup>148</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento Nº 70056993967, Nona Câmara Cível, Relator: Eugênio Facchini Neto, Julgado em 23/10/2013.

<sup>149</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Embargos Infringentes Nº 70041171976, Terceiro Grupo de Câmaras Cíveis, Relator: Romeu Marques Ribeiro Filho, Julgado em 03/06/2011.

Inaplicabilidade do art. 43, §2º, do CDC. APELO DESPROVIDO, POR MAIORIA.<sup>150</sup>

Apelação cível. Responsabilidade civil. Ação cominatória de obrigação de fazer cumulada com pedido de indenização por dano moral. SPC *Crediscor*. Ferramenta de análise de crédito que tem como objetivo fornecer as empresas associadas da CDL Porto Alegre a partir de um conjunto de indicadores com diferentes variáveis à probabilidade de inadimplência de seus clientes. Negativa de crédito. Faculdade do comerciante. Inexistência de caracterização dos pressupostos da responsabilidade civil e conseqüente dever de indenizar. Apelo da ré provido; prejudicado o apelo do autor.<sup>151</sup>

Portanto, prevalece aqui o entendimento defendido pelas entidades administradoras do *score*, de que o sistema de pontuação não se trata de um banco de dados negativo, não havendo a figura do mau pagador. Há apenas a indicação da viabilidade do adimplemento de eventual compromisso financeiro, o que não implica a negativa de crédito, pois o resultado do sistema não vincula a decisão do fornecedor em conceder o crédito. Ademais, por ser apenas um serviço de análise do comportamento do consumidor no mercado, não se exige a notificação prévia prevista no art. 43, §2º do Código de Defesa do Consumidor.

Todavia, o entendimento majoritário segue a explanação doutrinária já exposta, de que o *score* é banco de dados e que deve seguir as regras do Código de Defesa do Consumidor, e caso não as siga, é configurado como ato ilícito:

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. INFORMAÇÃO NEGATIVA. SCPC SCORE CRÉDITO. OBRIGAÇÃO DE NÃO-FAZER. SUSPENSÃO DE DISPONIBILIZAÇÃO DO CADASTRO. ATO ILÍCITO. VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DE PERSONALIDADE DO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. ATO ILÍCITO CONFIGURADO. DANOS MORAIS. DEVER DE INDENIZAR CONFIGURADO. QUANTUM INDENIZATÓRIO. - PRELIMINAR - - DOCUMENTOS JUNTADOS APÓS A PROLAÇÃO DA SENTENÇA - É defesa a produção de provas após a sentença (art. 396, CPC), sem que esteja nas hipóteses legais, pena de subverter-se o procedimento, já que não possibilita ao adversário o exercício do contraditório. - MÉRITO - - O SCPC SCORE CRÉDITO E A PROTEÇÃO AOS DIREITOS DE PERSONALIDADE - O produto SCPC SCORE CRÉDITO, consoante atestado em contestação, é produto que se utiliza do mesmo método que envolve o conhecido método do "CREDISCOR", cuja existência já foi atestada em diversos precedentes desta Corte, inclusive da Nona Câmara Cível. Precedentes. Caracterizado aquele como serviço ou banco de dados está submetido aos princípios e regras do CDC. Análise relacionando o exame das atividades do SCPC SCORE CRÉDITO com os direitos de personalidade do consumidor, honra e privacidade. Exame a partir do art. 43 do CDC. Nenhum serviço,

<sup>150</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 70037585148, Quinta Câmara Cível, Relator: Gelson Rolim Stocker, Julgado em 25/05/2011.

<sup>151</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 70053278545, Sexta Câmara Cível, Relator: Ney Wiedemann Neto, Julgado em 19/03/2013.

produto ou atividade que guarde informações dos consumidores pode violar o princípio da transparência. É inadmissível que informações do consumidor possam ser utilizadas nas relações de consumo sem o respeito aos direitos de personalidade. - A VIOLAÇÃO DOS DIREITOS DE PERSONALIDADE NO CASO CONCRETO - Admissão pela própria parte ré que realiza análise do perfil do consumidor, cujo objetivo é a análise de crédito, alimentada por dados fornecidos pelos associados. Irrelevância do tempo de armazenagem dos dados. Aplicação das limitações impostas pelo art. 43 do CDC. Qualquer espécie de registro do consumidor deve ser claro, transparente, objetivo, sempre possibilitando o acesso a tais informações. O SCPC SCORE CRÉDITO, no modo como está estruturado, primando pela falta de transparência das informações sobre consumidores, bem como pela utilização de informações negativas sem qualquer limite temporal, constitui-se prática abusiva. Análise da contestação oferecida a partir do art. 302 do CPC. Possibilidade de aplicação do art. 461 do CPC, determinando a não disponibilização do seu cadastro no SCPC SCORE CRÉDITO, sob pena de multa diária. - DANO EXTRAPATRIMONIAL - Dever de indenizar caracterizado, frente aos danos advindos da falha do serviço disponibilizado pela empresa ré no mercado de consumo. - QUANTUM DA INDENIZAÇÃO - A indenização por danos extrapatrimoniais deve ser suficiente para atenuar as conseqüências das ofensas aos bens jurídicos tutelados, não significando, por outro lado, um enriquecimento sem causa, bem como deve ter o efeito de punir o responsável de forma a dissuadi-lo da prática de nova conduta. Fixação do valor da indenização com base na jurisprudência do STJ. - CORREÇÃO MONETÁRIA E JUROS MORATÓRIOS - O entendimento consolidado por esta Câmara Cível nas ações de indenização por dano moral é de fixação da incidência da correção monetária e dos juros moratórios a partir da data do arbitramento do quantum indenizatório. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO NOS TERMOS DO ART. 557, §1º-A, DO CPC.<sup>152</sup>

AGRAVO INTERNO. REDISCUSSÃO DA MATÉRIA. Não vindo aos autos questão capaz de alterar o julgamento monocrático é de ser mantida a decisão. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. BOA VISTA SERVIÇOS. SCPC SCORE CRÉDITO. SERVIÇO DE ANÁLISE DE RISCO. ILEGALIDADE. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM. CERCEAMENTO DE DEFESA INOCORRENTE. I - Não se configura cerceamento de defesa o julgamento antecipado da lide, haja vista ser dever do juiz, se presentes as condições que ensejam o julgamento antecipado da causa, assim proceder. II - A elaboração, organização, consulta e manutenção de bancos de dados sobre consumidores não é proibida pelo Código de Defesa do Consumidor; ao contrário, é regulada por este, no art. 43. Hipótese em que o denominado Sistema Crediscor, colocado à disposição das empresas conveniadas pela CDL, caracteriza-se como um verdadeiro banco de dados de hábitos de consumo e pagamento dos consumidores, sujeito, portanto, às disposições do art. 43 do CDC. Aplicação do precedente ao caso análogo. As adversidades sofridas pelo autor, a aflição e o desequilíbrio em seu bem-estar, fugiram à normalidade e se constituíram em agressão à sua dignidade. Manutenção do montante indenizatório considerando o equívoco da ré, o aborrecimento e o transtorno sofridos pelo demandante, além do caráter punitivo-compensatório da reparação. Indenização mantida em R\$ 1.500,00 (um mil e quinhentos reais), consoante os parâmetros utilizados por esta Câmara Cível em situações análogas. Em se tratando de responsabilidade extracontratual, os juros moratórios fluem a partir do evento danoso. Súmula 54 do STJ. No caso concreto, a data em que a consumidora descobriu a existência do referido cadastro em seu nome. A verba honorária deve ser fixada de modo

<sup>152</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 70051183143, Nona Câmara Cível, Relator: Leonel Pires Ohlweiler, Julgado em 27/09/2012.

que não avilte a profissão de advogado. Logo, considerando-se o as características da demanda, é de ser majorada (art. 20, § 4º, do CPC). APELAÇÃO DO AUTOR PARCIALMENTE PROVIDA. APELAÇÃO DA RÉ DESPROVIDA. AGRAVO INTERNO DESPROVIDO.<sup>153</sup>

A ilegalidade do banco de dados *score* aqui é reconhecida, diante da violação dos direitos à privacidade e de informação, fundamentais ao consumidor, e demais normas do Código de Defesa do Consumidor. Reconhece, também, a abusividade e ilicitude da conduta do banco de dados ao não observar os ditames consumeristas, o que enseja, inclusive, o dever de reparar o dano moral (*in re ipsa*) decorrente do registro indevido.

Interessa referir que há certos julgados que entendem também pela aplicação da Lei do Cadastro Positivo (Lei n. 12.414/2011) ao banco de dados *score*, como exemplo:

APELAÇÃO CÍVEL. SISTEMA CREDISCORE OU CONCENTRE SCORING. AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO DE RISCO À CONCESSÃO DE CRÉDITO. ESCORE. SUJEIÇÃO AOS DITAMES DA LEI Nº 12.414/11. CANCELAMENTO DO REGISTRO. DEFERIMENTO. DANOS MORAIS CONFIGURADOS. AUSÊNCIA DE OUTROS REGISTROS ANTERIORES DESABONADORES. "1. Segundo a doutrina, "o objetivo dos bancos de dados de proteção ao crédito é oferecer informações úteis para análise de risco de concessão de crédito. A análise de risco é realizada pelo consulente, ou seja, pelo fornecedor que pretende conceder o crédito ao consumidor. Todavia, com o passar do tempo, as empresas e entidades do setor passaram a oferecer serviço que realiza avaliações quanto ao risco de determinada concessão de crédito. Por meio de pontuação ou classificação, do tipo situação normal, risco de atraso, risco de perda, o banco de dados emite opinião sobre os riscos de um negócio específico." "Em tese, todo e qualquer dado pode compor o chamado *score*, por exemplo, dados pessoais (residência, trabalho, remuneração, profissão) e creditícios (histórico de adimplementos, eventuais restritivos negativos, nível atual de endividamento). Outrossim, na análise de risco também estão agregados elementos preditivos, fórmulas matemáticas e estatísticas, um amálgama de informações que procura antever o comportamento do consumidor." 2. O sistema denominado CONCENTRE SCORING, administrado pela SERASA S.A., é um destes sistemas de cadastros preditivos, juntamente com similares como o CREDISCORE e o CREDIT BUREAU. 3. A organização desses cadastros configura atividade lícita e necessária ao tráfego negocial moderno, diante da despersonalização das transações comerciais contemporâneas. Transações de massa, envolvendo grandes empresas e uma infinidade de consumidores, nada mais tem em comum com os antigos negócios bilaterais, em que as partes contratantes conheciam-se pessoalmente e podiam aquilatar se lhes convinha ou não contratar com determinadas pessoas. No mundo moderno, as transações são despersonalizadas, não havendo tempo para um conhecimento mais aprofundado das partes, nem mesmo quando se trata de relações que se prolongarão no tempo, como compras parceladas, concessão de crédito,

<sup>153</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Agravo Nº 70057891046, Décima Câmara Cível, Relator: Túlio de Oliveira Martins, Julgado em 24/04/2014.

etc. A única forma de viabilizar a concessão de crédito a pessoas desconhecidas, nesse novo mundo negocial, é através de consultas a bancos de dados que possam fornecer elementos de convicção sobre prognósticos de futura solvabilidade do candidato ao crédito. Como a obtenção de crédito não constitui um direito subjetivo do candidato a devedor, é lícita (até imprescindível) a pesquisa sobre a confiabilidade financeira do contratante. 4. Todavia, tais bancos de cadastro preditivo são hoje regidos pela Lei 12.414/11, cujo art. 4º estabelece que "A abertura de cadastro requer autorização prévia do potencial cadastrado mediante consentimento informado por meio de assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada." 5. Inexistindo prova inequívoca de tal consentimento por parte do cadastrado, o cadastramento perde sua licitude, devendo ser imediatamente cancelado." (excerto extraído da AC nº 70055038780, Relator Des. Eugênio Facchini Neto, decisão monocrática de 14-06-2013). APELO PROVIDO.<sup>154</sup>

A aplicação da Lei do Cadastro Positivo ao *score* pode ser aceita, ao passo que este banco de dados pode se utilizar das informações positivas constantes naquele outro para avaliar o consumidor; bem como, o art. 7º, caput, do CDC<sup>155</sup> prevê o diálogo entre as fontes de direitos.

E desde o surgimento do *score*, houve uma enxurrada de demandas no sistema judiciário gaúcho versando sobre sua ilegalidade, o que chamou a atenção do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, que se viu obrigado a distribuir ação coletiva de consumo<sup>156</sup> a fim de pacificar esta questão. Esta ação chegou até o Tribunal de Justiça Gaúcho, por meio de apelação do próprio Ministério Público (Apelação Cível n. 70056228737), diante do julgamento de improcedência no Primeiro Grau de Jurisdição.

O Acórdão proferido pelo Des. Jorge Luiz Lopes do Canto, integrante da Quinta Câmara Cível, no dia 11 de setembro de 2013 – por coincidência ou não, dia do aniversário de 23 anos do Código de Defesa do Consumidor – foi o marco inicial para solução definitiva deste assunto pelo judiciário.

Segue a íntegra da ementa deste julgado:

<sup>154</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 70057807273, Nona Câmara Cível, Relator: Miguel Ângelo da Silva, Julgado em 11/12/2013.

<sup>155</sup> "Art. 7º. Os direitos previstos neste Código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade." BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990.

<sup>156</sup> Ação Coletiva de nº 001/1.12.0109378-4, proposta em 14/05/2012 e distribuída a 15ª Vara Cível do Foro Central da Comarca de Porto Alegre/RS, sendo o autor o Ministério Público do Rio Grande do Sul e o réu a Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre.

APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS. BANCO DE DADOS E DE AVALIAÇÃO DE CONSUMIDORES. DEVER DE INFORMAÇÃO. PRINCÍPIOS DA TRANSPARÊNCIA, DA QUALIDADE DOS DADOS E DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. DIREITO A RETIFICAÇÃO DE DADOS E DE CANCELAMENTO. DEVER DE BOA-FÉ. FALHA NO DEVER DE INFORMAR. DANOS MORAIS E MATERIAIS. SOBRESTAMENTO DOS PROCESSOS INDIVIDUAIS. COISA JULGADA SECUNDUM EVENTUM LITIS. EFEITOS DA DECISÃO. REPERCUSSÃO NO TERRITÓRIO NACIONAL. 1. A demandada criou um banco de dados com um verdadeiro cadastro de consumidores, em que são armazenadas informações relativas a estes, lastreadas em critérios obscuros e não divulgados nem mesmo à própria empresa contratante, mas utilizado como instrumento na avaliação para concessão do crédito. Portanto, se sujeita as regras dispostas no Capítulo V, Seção VI, do CDC, relativo aos bancos de dados e cadastros. 2. É oportuno destacar que a parte demanda confessa, tanto na contestação como nas contra-razões, sob a eufemística denominação de que se utiliza de uma "ferramenta" atinente a tecnologia da informação, sem perceber que este último conceito consiste: no conjunto de todas as atividades e soluções providas por recursos de computação que visam permitir a produção, armazenamento, transmissão, acesso e o uso das informações. 3. Em última análise é um banco de dados e como tal está sujeito as diretrizes do Código de Defesa do Consumidor, em especial no que diz respeito ao dever legal de informar os critérios utilizados para avaliação do consumidor. 4. Nessa hipótese se trata de verdadeira ofensa ao princípio da transparência, o qual regula todas as práticas abrigadas pelo Código de Defesa do Consumidor, pois o fornecedor é obrigado a esclarecer e divulgar todos os parâmetros que regem a análise de risco feita, o que ocorreu no caso em exame. 5. Ademais, versando a causa sobre relações jurídicas de consumo afetas ao campo do direito empresarial, por óbvio que não se cria um banco de dados ou cadastro para benemerência dos associados ou dos consumidores, mas sim para aferir as condições e viabilidade dos negócios entabulados entre estes, de sorte a minimizar os riscos e aumentar os ganhos. Assim, a inscrição de consumidor no referido banco de dados ou neste tipo de cadastro destina-se a indicar a probabilidade de inadimplemento e como tal restrição ao crédito, sem que haja na hipótese do novo cadastro criado direito de o consumidor aferir e contraditar a avaliação feita. 6. O consumidor não pode ficar sujeito ao alvedrio do órgão de restrição de crédito na escolha das informações que prestará a respeito deste, a míngua de critérios preestabelecidos e transparentes ao público em geral, em verdadeiro abuso de direito. Isso porque tal prerrogativa foi exercitada de maneira desconforme com a legislação civil e o microsistema do Código de Defesa do Consumidor. 7. Pretensão de suspensão do sistema de avaliação de crédito em questão e exclusão dos consumidores do referido banco de dados e cadastro que merece guarida, o qual deverá ser comunicado previamente demonstrando os critérios para auferir a pontuação atribuída a cada consumidor, especificando, ponto a ponto, os itens considerados para chegar ao resultado final da avaliação que deverá ser informada de maneira clara, precisa, objetiva e adequada, de sorte a que não gere qualquer dúvida e possibilite a parte hipossuficiente em termos técnicos jurídico-econômicos apresentar eventual discordância quanto a determinado fator de risco ponderado na média que lhe foi atribuída. 8. O dever legal precitado visa afastar qualquer dúvida e possibilitar a parte hipossuficiente, em termos técnicos jurídico-econômicos, apresentar eventual discordância quanto a determinado fator de risco ponderado na média que lhe foi atribuída. 9. Condenação que se aplica à demandada e suas filiadas diretamente ou indiretamente geridas por esta ou conveniadas para prestar serviço de avaliação e armazenamento de dados, situadas no mesmo conglomerado econômico, uma vez que, perante o consumidor, não há distinção entre a CDL e suas filiadas (SPC, SCPC,

Boa Vista, Webnet Base Garantida, SCPC Score Crédito, Credscan - Cativa). 10. Ressalte-se que no caso dos autos a noção de grupo econômico constitui-se na associação de empresas com a utilização de um banco de dados unificado, centralização de interesses e comando, objetivando o atendimento aos fins comuns, possuindo amplo reconhecimento na legislação nacional. Inteligência dos artigos 30, I, da Lei 8.212 de 1991, 28, §2º, do CDC, 1097 do Código Civil, 2º, §2º, da CLT, e 265 da Lei n. 6404 de 1986 e da súmula n. 359 do STJ. 11. Note-se que a atuação conjunta de todas as empresas precitadas, no sentido de se utilizar da tecnologia da informação para avaliação em questão, legítima as mesmas a serem atingidas pelos efeitos da presente demanda coletiva, pois aquelas subsidiam a CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas, na medida em que a atividade desta consiste no armazenamento de informações fornecidas pelas referidas empresas, a fim de informar a avaliação obtida por cada consumidor, banco de dados este com participação comum de todos os envolvidos. Do cabimento da indenização por danos morais 12. Evidente que foram atingidos direitos inerentes a personalidade dos consumidores, quais sejam, os atinentes ao bom nome, reputação e a imagem destes. Situação esta que decorre do fato da parte hipossuficiente não ter sido informada da sua inscrição em cadastros ou banco de dados de avaliação de crédito, bem como dos critérios estabelecidos para a pontuação no registro criado pela demandada, tal medida abusiva resulta na violação ao dever de respeitar esta gama de direitos inerentes a cada ser humano. 13. O valor a ser arbitrado a título de indenização por dano imaterial deve levar em conta o princípio da proporcionalidade, bem como as condições do consumidor ofendido, a capacidade econômica da parte ofensora, além da reprovabilidade da conduta ilícita praticada. Por fim, há que se ter presente que o ressarcimento do dano não se transforme em ganho desmesurado, importando em enriquecimento ilícito. 14. No caso em tela restou comprovada a desídia na conduta da parte demandada, suficiente para responder por culpa, na modalidade de negligência, pois deixou de informar ao consumidor esclarecimento essencial atinente ao seu direito ao crédito. 15. Além disso, comprovada a falha na prestação do serviço, deve ser responsabilizada a empresa ré pela divulgação de informações contidas no cadastro negativo ou banco de dados em desacordo aos ditames legais, conduta abusiva na qual assumiu o risco de causar lesão aos consumidores, mesmo os de ordem extrapatrimonial, daí ensejando o dever de indenizar. 16. Decorrendo daí, também, a responsabilidade de ordem objetiva de reparar o dano causado à parte autora, consoante estabelece o artigo 14 da lei consumerista precitada, tendo em vista que o procedimento adotado foi temerário, atentando a boa fé objetiva ao descumprir com o dever jurídico de bem prestar seus serviços, fornecendo as informações necessárias para que o consumidor possa conhecer e compreender o sistema de avaliação criado para concessão de crédito. 17. Frise-se que não se está coibindo aqui a avaliação da possibilidade econômica do consumidor obter crédito, nem que o comerciante possa negar a concessão de prazo para satisfazer a dívida aquele, mas sim que este seja cientificado das razões de ordem financeiro-econômica para tanto, ou seja, a motivação factível pela qual não poderá utilizar determinadas linhas de crédito disponíveis no mercado para aquisição de bens, não decorrendo este impedimento de contratar de mera discricionariedade sem causa plausível a esse respeito. 18. Sinal-se que a prova do dano se mostra ainda mais difícil em casos como o presente, em que a demandada criou um cadastro ou banco de dados restritivo oculto (porque tais informações não são divulgadas aos consumidores), detendo o monopólio de tal informação que serve apenas para tisonar a imagem daquele sem que possa se utilizar do direito de petição e da ampla defesa, garantidos constitucionalmente (art. 5º da CF). 19. Dano individualmente considerado - art. 91 do CDC. É evidente que, em se tratando de ação coletiva de consumo, estas ponderações deverão levar em conta a média

dos consumidores brasileiros, cuja renda da imensa maioria (cerca de 90%) concentra-se no intervalo que vai até seis salários mínimos, de acordo com dados do IBGE. 20. Portanto, experimentando o consumidor uma situação constrangedora ante a negativa de crédito por conta da pontuação existente, o dano moral está ínsito a tal evento, não necessitando de comprovação do prejuízo, mas apenas a conduta ilícita, o que resta demonstrada pela falta de comunicação prévia, bem como o nexu causal, situação que está consubstanciada na avaliação negativa, o que limita a obtenção de crédito. Da indenização devida em razão dos danos de ordem moral causados - interesses difusos. 21. Igualmente, merece êxito o pleito formulado a esse título de ressarcimento do interesse difuso atingido, devido ao prejuízo causado a um número não determinado de pessoas de forma indivisível, na medida em que o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 6º, inciso VI, estabelece como um dos direitos básicos do consumidor a "a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos". No mesmo rumo, o art. 1º da Lei 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública) estabelece a possibilidade de responsabilização pelos danos morais e materiais causados. Quantum fixado em R\$ 250.000. Da demonstração do fato constitutivo para obtenção da indenização 22. De outro lado, a fim de possibilitar a aferição da ocorrência dos danos individuais, caberá a parte necessariamente indicar o nome da loja em que compareceu, a data, o setor da empresa que informou a negativa ou restrição de crédito, bem como o funcionário que prestou esta informação, se puder ser identificado, além disso, se tal fato foi presenciado, comunicado a pessoas que a acompanhavam ou estavam presentes nesta ocasião, as quais poderão declarar este fato mediante instrumento particular. 23. Ressalte-se que esta prova deverá ser produzida mediante declaração, sob as penas do artigo 219 do CC, instrumento este que deverá vir aos autos na ação ou na liquidação até o término da execução. Deverá, ademais, ser consignado o RG com o CPF dos declarantes, ou ambos, caso não seja atualizada a carteira de identidade. 24. Nesse ponto destaque-se que, considerando a quantidade de pessoas afetadas, a prova em questão deverá ser realizada de forma menos onerosa à estrutura judiciária, em conformidade com os princípios da celeridade e economia processuais. 25. Desse modo, cabe ao demandante comprovar a ocorrência do fato constitutivo de seu direito, ou seja, a descrição adequada daquele e, no mínimo, demonstrar os indícios que atestem a existência de negativa ou restrição de crédito, na forma do artigo 333, inciso I, do CPC. 26. Assim, deve ser levado em conta a forma usual de informação que é dada ao consumidor neste tipo de consulta e as provas, mesmo que indiciárias, geralmente obtidas nesta hipótese para demonstrar o fato constitutivo de seu direito. Interpretação do art. 113 do CC. Da indenização devida em razão dos danos materiais causados. 27. Cabível, ainda, a condenação da parte demandada ao pagamento dos danos materiais causados, devidamente comprovados, na fase de liquidação por artigos, na forma do art. 402 do Código Civil. 28. Portanto, não é juridicamente possível indenizar expectativa de direito, tendo em vista que os prejuízos de ordem material devem ser devidamente comprovados pela parte autora em cada ação individual ou por consumidor determinado na presente demanda coletiva, o que poderá ser feito na fase precedente ao cumprimento da presente decisão coletiva mediante a liquidação por artigos. Da publicação da parte dispositiva da presente decisão 29. Igualmente merece êxito o pleito de publicação, nos jornais de grande circulação, da parte dispositiva do acórdão. Providência indispensável a publicidade da demanda, a fim de que eventuais interessados possam habilitar-se a execução da presente, atendendo aos princípios da economia e celeridades processuais. Do sobrestamento das ações individuais e da coisa julgada erga omnes 30. Tratando-se de idêntica questão de direito que dá ensejo a inúmeros processos, não se pode conceber a continuidade dos feitos individuais, sob pena de afronta aos princípios da segurança jurídica e da isonomia, na

medida em que poderia haver decisões conflitantes sobre a matéria. 31. Não há que se falar em infração ao artigo 104 do Código de Defesa do Consumidor, porquanto em momento algum ele veda a suspensão do andamento dos processos singulares, nem ao menos estabelece prazo preclusivo para adoção desta medida, pois inexistente sanção na norma precitada, sendo esta de cunho programático neste ponto. 32. Assim, o que o dispositivo legal em tela acarreta, ao consignar que inexistente litispendência, é a impossibilidade de extinção do feito singular. Portanto, inexistente qualquer óbice ao sobrestamento do curso dos feitos individuais, a fim de que seja adotada solução unitária para causas que versem quanto às questões de interesse coletivo, interpretação conforme que permite melhor encaminhamento à lide. 33. As decisões proferidas nas ações coletivas ajuizadas para defesa de direitos individuais homogêneos produzem efeitos erga omnes apenas na hipótese de procedência dos pedidos. Inteligência dos artigos 81, III, e 103, III, do CDC. 34. No entanto, em consonância com o artigo 104, in fine, do diploma consumerista, os efeitos da coisa julgada erga omnes não beneficiarão os autores das ações individuais, se não for requerida sua suspensão. 35. Admitida a suspensão, mesmo sem pedido dos autores, do curso das ações individuais, não há como se conceber que não serão afetados pela procedência dos pedidos na ação coletiva. 36. A mera falta de interesse de determinados titulares dos direitos individuais homogêneos em buscar a tutela por meio da ação coletiva não pode implicar a violação dos princípios da isonomia, da celeridade e da economia processual, acarretando a paralisação do Judiciário na solução de questões que demandam decisão uniforme, quando eles somente poderão ser beneficiados pela decisão. 37. Não se fale, ademais, em afronta ao artigo 5º, XXXV da Constituição Federal, uma vez que a lesão ou ameaça a direito está sendo apreciada pelo Judiciário, embora de forma coletiva. 38. Desse modo, devem ser sobrestadas todas as ações individuais que versarem sobre a matéria ora em análise e, com o trânsito em julgado da decisão, tendo em vista a extensão dos efeitos erga omnes, extintos os respectivos processos. Ressalva-se apenas a possibilidade de prosseguimento e deliberação quanto à tutela de urgência que diz respeito às demandas em curso, cuja decisão inicial tenha denegado pleito antecipatório coincidente com dado na parte dispositiva da presente ação coletiva, a fim de que não resulte em prejuízo de difícil reparação para o consumidor. Da extensão dos efeitos da decisão 39. A sentença produz efeitos em todo o território nacional, em conformidade com o microsistema processual coletivo formado pela Lei da Ação Civil Pública e o Código de Defesa do Consumidor. Precedente do STJ em recurso representativo da controvérsia. Inteligência do art. 543-C do CPC. Da necessidade de fixação de astreinte no caso dos autos 40. Fixada a pena pecuniária diária no caso em análise, na medida em que a referida penalidade é estipulada com o intuito de instar a parte demandada a cumprir provimento judicial dado, a fim de coibir o retardo injustificado no atendimento da tutela concedida, de sorte a dar maior efetividade a esta medida. 41. Destaque-se que, se os valores fixados a título de astreinte podem ser arbitrados mesmo de ofício, por consequência lógica, não há qualquer empecilho de que sejam estipulados em montante diverso do pleiteado, bem como serem alterados a qualquer tempo ou grau de jurisdição. Inteligência do art. 461, § 6º do CPC. 42. Registre-se, ainda, que tal valor deverá ser revertido ao Fundo de Reconstituição dos Bens Lesados em ambas as hipóteses das penas pecuniárias estabelecidas no caso dos autos, em consonância com o disposto no art. 13 da Lei n. 7.347/85 - Ação Civil Pública -. Dos ônus da sucumbência 43. Em razão do resultado do julgamento, a demandada deve arcar com pagamento das custas processuais, vedada a condenação em honorários advocatícios. Inteligência dos artigos 128, §5º, II, letra "a", da

Constituição Federal, e 18 da Lei da Ação Civil Pública. Dado parcial provimento ao apelo.<sup>157</sup>

A parte das questões processuais levantadas por este julgado – como o sobrestamento das ações individuais e sua eficácia *erga omnes* -, o seu mérito também reside na análise mais aprofundada sobre os direitos e princípios que norteiam o sistema *score*, como o princípio da boa-fé objetiva que deve ser observado em todas as relações de consumo, além de seus deveres anexos de informação e transparência, o que não ocorreu por parte do banco de dados *score*. O julgado não se limita a questão da ausência de notificação prévia (Art. 43, §2º, do CDC) como ensejadora de dano moral - a maior parte da jurisprudência anterior se detinha a isto, sem versar muito sobre os demais direitos aplicáveis – mas sim a todas as práticas realizadas pelo banco de dados, contrárias ao direito do consumidor e, portanto, consideradas abusivas e ilegais.

Até a presente data, o Superior Tribunal de Justiça não emitiu qualquer entendimento sobre a legalidade ou não do *score*, porém, logo após o julgado supramencionado, o Tribunal Superior não restou inerte e abriu seus olhos para dar uma resposta a esta questão e garantir a tão almejada segurança jurídica.

Trata-se do Recurso Especial n. 1.419.697/RS<sup>158</sup>, de Relatoria do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, que em novembro de 2013, o considerou como recurso repetitivo, fulcro no art. 543-C do Código de Processo Civil, e decidiu pela suspensão de todas as ações em trâmite e que ainda não tenham recebido decisão definitiva, afetando-o à Segunda Seção. Referiu que mais de 36.000 processos que versam sobre a mesma controvérsia do recurso repetitivo - natureza dos sistemas de *scoring* e a possibilidade de violação a princípios e regras do Código de Defesa do Consumidor capaz de gerar indenização por dano moral - estavam pendentes de distribuição apenas no Foro Central da Capital do Estado do Rio Grande do Sul. Assim, determinou que sua decisão fosse comunicada ao Tribunal de Justiça de origem, aos demais Tribunais de Justiça e aos Tribunais Regionais Federais.

---

<sup>157</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Apelação Cível Nº 70056228737, Quinta Câmara Cível, Relator: Jorge Luiz Lopes do Canto, Julgado em 11/09/2013.

<sup>158</sup> Recurso Especial de n. 1.419.697/RS, em que o recorrente é a Boa Vista Serviços S/A e o recorrido é Anderson Guilherme Prado Soares, autuado em 13/11/2013 no STJ, sob a Relatoria do Ministro Paulo de Tarso Sanseverino, integrante da Terceira Turma de Direito Civil. Disponível em: <<https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/>>. Acesso em: 17 mai. 2014.

Em atendimento à determinação do Ministro do STJ, o Presidente do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, em 14 de janeiro de 2014, expediu o Ato n. 001/2014-P, resolvendo pela suspensão de todas as ações que versam sobre a controvérsia do score até o julgamento definitivo do REsp 1.419.697/RS, a saber:

O Excelentíssimo Senhor Desembargador Marcelo Bandeira Pereira, Presidente do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, no uso de suas atribuições legais:

I - Considerando que o Superior Tribunal de Justiça – STJ afetou à Segunda Seção o julgamento do Recurso Especial 1.419.697/RS (tema 710), Ministro-Relator Paulo de Tarso Sanseverino, como representativo da controvérsia acerca da “natureza dos sistemas de scoring e a possibilidade de violação a princípios e regras do código de defesa do consumidor capaz de gerar indenização por dano moral”, imprimindo-lhe o rito do art. 543-C do CPC;

II - Considerando que sua Excelência, em decisão de 27 de novembro de 2013, esclareceu que “a) a suspensão abrange todas as ações em trâmite e que ainda não tenham recebido solução definitiva”, que “b) não há óbice para o ajuizamento de novas demandas, mas as mesmas ficarão suspensas no juízo de primeiro grau” e que “c) a suspensão terminará com o julgamento do presente recurso repetitivo”;

III - Considerando que a referida decisão agregou efeito erga omnes à anterior decisão de suspensão, ou seja, não se limitou apenas a recursos especiais dirigidos à superior instância, mas albergou as etapas processuais antes dessa fase – desde o ajuizamento da demanda –, o que inclui as de agravo ou apelação que envolvam a controvérsia identificada;

IV - Considerando que a decisão foi publicada em 29 de novembro de 2013, determinado, em adição, o envio de ofícios aos Presidentes dos Tribunais de Justiça e dos Tribunais Regionais Federais, o que permite, portanto, ser desde logo aplicada;

V - Considerando que os permissivos regimentais compreendem, nas atividades de inspeção e correição, também a orientação e o auxílio que a Presidência possa conferir para maior efetividade e adequada prestação do labor jurisdicional dos integrantes desta Corte, aqui incluído o que diz respeito ao cumprimento de decisões paradigmáticas das instâncias superiores, mormente quando conferido efeito suspensivo geral;

VI - Considerando que a matéria tem repercussão preocupante para a administração do Tribunal de Justiça, tendo em vista o expressivo volume de ações em curso;

VII - Considerando que depois do julgamento do paradigma pelo Tribunal Superior poderá ocorrer necessidade de reapreciação de uma multiplicidade de feitos pelos órgãos julgadores;

VIII - Considerando que permitir a livre apreciação de possíveis milhares de processos e apelações, diante do reconhecimento de se tratar de recurso repetitivo, afetado por julgamento da instância superior, seria ensejar um desnecessário retrabalho;

IX - Considerando que o recurso repetitivo é instrumento a serviço da cláusula pétrea da duração razoável do processo, além de que propicia a efetiva concretização do princípio da isonomia;

X - Considerando, também, que a suspensão do julgamento dos recursos em tela acelera o tempo do julgamento dos demais processos, reduzindo-se o acervo total, sem prejuízo dos jurisdicionados;

XI - Considerando que a temática está vinculada ao projeto de gestão estratégica das ações de massa, inserido no planejamento estratégico adotado pelo Poder Judiciário do Estado do Rio Grande do Sul; e

XII - Considerando, ainda, pelos limites da decisão, que a suspensão não se aplica a processos com solução definitiva, bem como devem ser

resguardados aqueles em que tiver ocorrido ou vier a ocorrer acordo ou transação, como os que pendem de tutela de urgência,

RESOLVE:

Art. 1º - Orientar os integrantes deste Tribunal de Justiça, em atenção à decisão paradigmática do STJ, a suspensão do julgamento dos recursos que versem, ainda que alternativa ou cumulativamente, matéria apontada nos considerandos I e II até o julgamento do Recurso Especial 1.419.697/RS.

Art. 2º - Orientar, quando da alimentação de dados no sistema, sejam lançados código de julgamento (76) e código de movimentação de processo (265, por ora, por analogia) em conformidade com as tabelas processuais unificadas do poder judiciário.

Art. 3º - Determinar que os autos dos referidos recursos, para o julgador que adotar a medida supra, sejam mantidos em local próprio, sob os cuidados da Secretaria da Câmara, separados do arquivo inativo e da distribuição normal, bem assim vinculados ao REsp 1.419.697/RS (tema 710), de modo a permitir o seu pronto retorno ao gabinete após o julgamento do paradigma.

Art. 4º - Excetuar da orientação de suspensão os processos em fase de execução definitiva, bem como aqueles objeto de acordo ou transação, ou sobre que pendam tutela de urgência.

Art. 5º - Comunicar o presente ato à Corregedoria-Geral da Justiça, ao Órgão Especial, a todos os Magistrados desta Corte e à Presidência da OAB-RS, Seção do Rio Grande do Sul, bem como publicar na página respectiva do site do Tribunal de Justiça e no Diário da Justiça Eletrônico.

Art. 6º - Este ato entrará em vigor na data de sua publicação.

Cumpra-se.

Secretaria da Presidência, 14 de janeiro de 2014.

Desembargador Marcelo Bandeira Pereira,  
Presidente.<sup>159</sup>

Nos autos do recurso repetitivo, em 07 de abril de 2014, o Ministro Relator deferiu a intervenção, na qualidade de *amicus curiae*, da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas - entidade que administra o SPC Brasil -, do Banco Central do Brasil, do Instituto para Desenvolvimento do Varejo e da Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN); bem como, determinou que o Recurso Especial de n. 70059168088 – este Recurso Especial foi interposto diante do julgamento da Apelação Cível n. 70056228737, comentado anteriormente -, em tramitação no Tribunal de Justiça Gaúcho, fosse destrancado e distribuído preventivamente para ele, a fim de que o mesmo seja julgado conjuntamente com o REsp 1.419.697/RS. Ademais, em 15 de maio de 2014, o SERASA também foi admitido como *amicus curiae*. E a última decisão proferida neste recurso repetitivo – em 30 de maio de 2014 - foi de extrema relevância, haja vista a complexidade técnica que recai sobre a controvérsia e as elevadas quantidades de demandas e de interessados; pois foi marcada Audiência Pública, a ser realizada perante aquela Corte, na data de 25 de agosto de 2014, a iniciar-se às 09 horas.

<sup>159</sup> RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Ato n. 001/2014-P, de 14 de janeiro de 2014.

Portanto, será um julgamento interessante, tanto pelos argumentos apresentados pelas partes quanto por aqueles trazidos pelos interessados - *amicus curiae* já determinados e demais pessoas que manifestarem a sua intenção de participar da Audiência Pública – em que um precedente importante para as relações de consumo será construído pelo Judiciário Brasileiro. Neste passo, é preciso aguardar até o julgamento definitivo do recurso no STJ para saber qual entendimento prevalecerá.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proteção do consumidor perante os cadastros e bancos de dados de consumidores compreende uma oportunidade singular de reflexão. Não obstante, a intensificação da concessão de crédito pelo mercado e a necessidade de uma grande quantidade de informações sobre o potencial cliente ainda promove uma série de discussões sobre a pertinência dos serviços de análise de risco de crédito.

De fato, o impacto causado pelos arquivos de consumo, em especial os bancos de dados de proteção ao crédito, se torna evidente a partir do momento que os fornecedores usuários de seus serviços o utilizam como a principal fonte para decidir se concederão ou não crédito, criando assim, um sistema de concessão dependente das suas informações prestadas. Todavia, a criação, a manutenção e a divulgação de informações de consumidores por meio de arquivos de consumo não são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor, mas este impõe limites a sua atividade, haja vista a ponderação entre o direito à comunicação e o direito à privacidade.

Em que pese o entendimento de que o *score* não se trata de um banco de dados, pelos ensinamentos doutrinários expostos, este pode ser caracterizado como tal, e, portanto, deve respeitar os princípios e normas do ordenamento jurídico atinentes à proteção do consumidor; bem como, o cadastro positivo também se sujeita a estes pressupostos legais, em que as suas leis criadora (Lei n. 12.414/2011) e regulamentadora (Decreto n. 7.829/2012) dialogam com as demais fontes do direito do consumidor.

As condutas contrárias, perpetuadas por estes novos bancos de dados, aos limites jurídicos são práticas ilícitas, que perpassam o tênue liame do exercício regular de um direito e se tornam abusivas, capazes de acentuar a vulnerabilidade dos consumidores, violando diversos princípios e direitos fundamentais protegidos constitucionalmente – tais como a dignidade da pessoa humana, os direitos de personalidade, a boa-fé objetiva, o dever de transparência, o dever de informar, etc. -, e de influenciar negativamente no momento da liberação de crédito ao consumidor, reduzindo-o ou até mesmo não o concedendo, o que acaba por afetar a própria causa do contrato de consumo.

Por essa razão, tantas são as demandas judiciais referentes ao sistema *score*, pois é caracteriza-se como uma ferramenta obscura, em que não sabemos ao certo o seu funcionamento, causando arrepio à proteção do consumidor. Desta forma, o judiciário brasileiro busca dar uma resposta a este questionamento, já que oportunizou o debate sobre a natureza desse sistema, porém, devemos aguardar para saber se o Supremo Tribunal de Justiça irá de encontro ou ao encontro das normas do direito do consumidor.

Nesse passo, pode-se afirmar que o estudo sobre a atuação do *score* e do cadastro positivo ainda pode ser aprofundado, tanto sob a perspectiva fática quanto legislativa, haja vista a sua atualidade e possibilidade de adequação para uma efetiva prestação de serviços atenta às peculiaridades de cada membro deste negócio e aos direitos fundamentais.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. A boa-fé nas relações de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 14, p. 20-27, jun/1994.

AZEVEDO, Antônio Junqueira de. Cadastro de restrição ao crédito. Dano moral. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 983-992.

BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe; MARQUES, Cláudia Lima. **Manual de Direito do Consumidor**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

BESSA, Leonardo Roscoe. Cadastro Positivo: algumas anotações à Lei 12.414/2011. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 79, p. 367-385, set/2011.

\_\_\_\_\_. Limites jurídicos dos bancos de dados de proteção ao crédito: tópicos específicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 1039-1062.

\_\_\_\_\_. **O consumidor e os limites dos bancos de dados de proteção ao crédito**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

BITTAR, Eduardo C. B. Direitos do consumidor e direitos da personalidade: limites, intersecções, relações. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 37, p. 197-205, 2001.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em:

<[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicaocompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Planalto**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997. **Presidência da República**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/D2181.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2181.htm)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Lei nº 12.414, de 09 de junho de 2011. **Planalto**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12414.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12414.htm)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Decreto nº 7.829, de 17 de outubro de 2012. **Presidência da República**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7829.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2012/Decreto/D7829.htm)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Superior Tribunal de Justiça. Súmula n. 323 de 25 de novembro de 2009. Disponível em: <<http://www.stj.jus.br/SCON/sumulas/doc.jsp?livre=@num=%27323%27#>>. Acesso em: 17 mai. 2014.

CARVALHO, Ana Paula Gambogi. O consumidor e o direito a autodeterminação informacional: considerações sobre o banco de dados eletrônicos. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, p. 915-963, 2011.

CATALAN, Marcos Jorge. Negócio jurídico: uma releitura à luz dos princípios constitucionais. **Revista Scientia Iuris**: revista do curso de mestrado em direito negocial da UEL, Londrina, p. 367-390, 2004.

COVAS, Silvânio. O cadastro positivo e a proteção dos dados pessoais do consumidor. **Revista de Direito Bancário e do Mercado de Capitais**, São Paulo, n. 45, p. 31-59, jul/2009.

DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. Considerações iniciais sobre os bancos de dados informatizados e o direito à privacidade. In: TEPEDINO, Gustavo (Coord.). **Problemas de direito civil-constitucional**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000. p. 111-136.

EFING, Antônio Carlos. **Bancos de dados e cadastro de consumidores**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

GONÇALVES, Leonardo de Carvalho Ribeiro. Abordagem constitucional do banco de dados. **Revista Magister de Direito Empresarial**, Porto Alegre, n. 7, p. 56-68, mar/2006.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa (Org.). **Doutrinas Essenciais de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, v. 3, 2011. p. 595-614.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 5. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2005.

MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. **Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

\_\_\_\_\_. Mercado, Fidúcia e Banca: uma introdução ao exame do risco bancário e da regulação prudencial do sistema financeiro na perspectiva do crédito. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 77, p. 185-243, mai/2011.

\_\_\_\_\_. O direito do consumidor como direito fundamental: consequências jurídicas de um conceito. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n.43, p. 111-132, set/2002.

\_\_\_\_\_. Os direitos da personalidade e os direitos do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 49, p.40-76, mar/2004.

\_\_\_\_\_. Regulamentação da lei que disciplina a formação e consulta dos bancos de dados com informações de adimplemento e formação de histórico de crédito: comentários ao Dec. 7.829/2012. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 84, p.317-336, out/2012.

PINCINATO, Marcelo Frossard. Histórico, natureza jurídica e responsabilidade civil dos bancos de dados e cadastros de consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 60, p. 103-121, out/2006.

RIO GRANDE DO SUL. Tribunal de Justiça. Ato n. 001/2014-P, de 14 de janeiro de 2014. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www3.tjrs.jus.br/legisla/publ\\_adm\\_xml/documento1.php%3Fcc%3D139%26ct%3D1%26ap%3D2014%26np%3D1%26sp%3D1%26feed%3Dfeed+&site=legisInternaFeed&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www3.tjrs.jus.br/legisla/publ_adm_xml/documento1.php%3Fcc%3D139%26ct%3D1%26ap%3D2014%26np%3D1%26sp%3D1%26feed%3Dfeed+&site=legisInternaFeed&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8)>. Acesso em: 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Embargos Infringentes 70041171976. Embargante: Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre – CDL; Embargado: José Alberto Echevenga. Relator: Des. Romeu Marques Ribeiro Filho. Porto Alegre, 03 jun. 2011. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70041171976%26num\\_processo%3D70041171976%26codEment%3D4200773+70041171976&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8&numProc=70041171976&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=03-06-2011&relator=Romeu+Marques+Ribeiro+Filho](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70041171976%26num_processo%3D70041171976%26codEment%3D4200773+70041171976&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8&numProc=70041171976&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=03-06-2011&relator=Romeu+Marques+Ribeiro+Filho)>. Acesso em: 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 70037585148. Apelante: Taiana Almada dos Santos; Apelado: Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre – CDL. Relator: Des. Gelson Rolim Stocker. Porto Alegre, 25 mai 2011. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70037585148%26num\\_processo%3D70037585148%26codEment%3D4177861+70037585148&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70037585148%26num_processo%3D70037585148%26codEment%3D4177861+70037585148&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8)>

8&numProc=70037585148&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=25-05-2011&relator=Gelson+Rolim+Stocker>. Acesso em: 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 70051183143. Apelante: José Fernando da Silva Freitas; Apelado: Boa Vista Serviços. Relator: Des. Leonel Pires Ohlweiler. Porto Alegre, 27 set. 2012. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70051183143%26num\\_processo%3D70051183143%26codEmenta%3D4992215+70051183143&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70051183143%26num_processo%3D70051183143%26codEmenta%3D4992215+70051183143&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8)

8&numProc=70051183143&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=27-09-2012&relator=Leonel+Pires+Ohlweiler

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 70053278545. Apelante: Enedino Pitano Rodrigues / Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre - CDL; Apelado: Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre – CDL / Enedino Pitano Rodrigues. Relator: Des. Ney Weidemann Neto. Porto Alegre, 19 mar. 2013. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70053278545%26num\\_processo%3D70053278545%26codEmenta%3D5191995+70053278545&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70053278545%26num_processo%3D70053278545%26codEmenta%3D5191995+70053278545&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8)

8&numProc=70053278545&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=19-03-2013&relator=Ney+Wiedemann+Neto>. Acesso em: 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 70056228737. Apelante: Ministério Público; Apelado: Câmara de Dirigentes Lojistas de Porto Alegre – CDL; Interessado: Carla de Deus Vieira Silveira; Interessado: Companhia Zaffari Bourbon. Relator: Des. Jorge Luiz Lopes do Canto. Porto Alegre, 11 set. 2013. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70056228737%26num\\_processo%3D70056228737%26codEmenta%3D5449056+70056228737&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70056228737%26num_processo%3D70056228737%26codEmenta%3D5449056+70056228737&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8)

8&numProc=70056228737&comarca=Porto+Alegre&dtJulg=11-09-2013&relator=Jorge+Luiz+Lopes+do+Canto>. Acesso em: 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Agravo de Instrumento 70056993967. Agravante: Carlos Eduardo de Oliveira Machado; Agravado: Boa Vista Serviços S/A. Relator: Des. Eugênio Facchini Neto. Porto Alegre, 23 out. 2013. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70056993967%26num\\_processo%3D70056993967%26codEmenta%3D5518862+70056993967&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26versoao%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70056993967%26num_processo%3D70056993967%26codEmenta%3D5518862+70056993967&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8)

8&numProc=70056993967&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=23-10-2013&relator=Eug%EAnio+Facchini+Neto>. Acesso em 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 70057807273. Apelante: Vilmar Bobsin da Silva; Apelado: Serasa S/A. Relator: Des. Miguel Ângelo da Silva. Porto Alegre, 11 dez. 2013. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70057807273%26num\\_processo%3D70057807273%26codEment%3D5620933+70057807273&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8&numProc=70057807273&comarca=Comarca+de+Os%F3rio+%28Terra+de+Areia%29&dtJulg=11-12-2013&relator=Miguel+%C2ngelo+da+Silva](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70057807273%26num_processo%3D70057807273%26codEment%3D5620933+70057807273&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8&numProc=70057807273&comarca=Comarca+de+Os%F3rio+%28Terra+de+Areia%29&dtJulg=11-12-2013&relator=Miguel+%C2ngelo+da+Silva)>

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Apelação Cível 70053772471. Apelante: Francisco Melo Engleitner; Apelado: Serasa. Relator: Des. Umberto Guaspari Sudbrack. Porto Alegre, 11 abr. 2014. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70053772471%26num\\_processo%3D70053772471%26codEment%3D5210820+70053772471&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8&numProc=70053772471&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=11-04-2013&relator=Umberto+Guaspari+Sudbrack](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70053772471%26num_processo%3D70053772471%26codEment%3D5210820+70053772471&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8&numProc=70053772471&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=11-04-2013&relator=Umberto+Guaspari+Sudbrack)> Acesso em: 17 mai. 2014.

\_\_\_\_\_. Tribunal de Justiça. Agravo Interno 70057891046. Agravante: Francini Magalhães Soares; Agravado: Boa Vista Serviços. Relator: Des. Túlio de Oliveira Martins. Porto Alegre, 24 abr. 2014. Disponível em:

<[http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site\\_php/consulta/consulta\\_processo.php%3Fnome\\_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao\\_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id\\_comarca%3D700%26num\\_processo\\_mask%3D70057891046%26num\\_processo%3D70057891046%26codEment%3D5749762+70057891046&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml\\_no\\_dtd&oe=UTF-8&numProc=70057891046&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=24-04-2014&relator=T%FAlio+de+Oliveira+Martins](http://google8.tjrs.jus.br/search?q=cache:www1.tjrs.jus.br/site_php/consulta/consulta_processo.php%3Fnome_comarca%3DTribunal%2Bde%2BJusti%25E7a%26verso%3D%26versao_fonetica%3D1%26tipo%3D1%26id_comarca%3D700%26num_processo_mask%3D70057891046%26num_processo%3D70057891046%26codEment%3D5749762+70057891046&site=ementario&client=buscaTJ&access=p&ie=UTF-8&proxystylesheet=buscaTJ&output=xml_no_dtd&oe=UTF-8&numProc=70057891046&comarca=Comarca+de+Porto+Alegre&dtJulg=24-04-2014&relator=T%FAlio+de+Oliveira+Martins)>

SANTOS, Janaína de Carli dos. A comercialização de dados cadastrais do consumidor e a ponderação em face da colisão entre os direitos fundamentais à privacidade e ao livre acesso às informações: análise de um caso. **Revista do Ministério Público: Estado do Rio Grande do Sul (nova fase)**, Porto Alegre, n. 60, p. 235-246, ago. 2007/abr. 2008.

SCHMITT, Cristiano Heineck. A proteção do interesse do consumidor por meio da garantia à liberdade de concorrência. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 880, p. 09-32, fev/2009.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. Atualizadores: Nagib Slaibi Filho e Gláucia Carvalho. 26. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2005.