

**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL MACHADO DE ASSIS
FACULDADES INTEGRADAS MACHADO DE ASSIS
CURSO DE DIREITO**

JÉSSICA RHODEN

**O SERVIÇO DE CONCESSÃO DE TELEFONIA E OS DIREITOS FUNDAMENTAIS
DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Santa Rosa
2017

JÉSSICA RHODEN

**O SERVIÇO DE CONCESSÃO DE TELEFONIA E OS DIREITOS FUNDAMENTAIS
DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Monografia apresentada às Faculdades Integradas Machado de Assis, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Ms. João Vitor Magalhães Mousquer

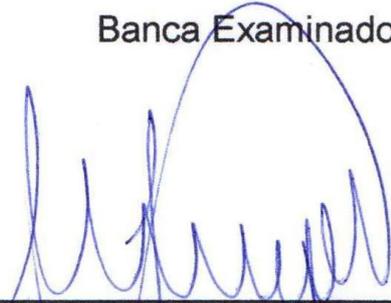
Santa Rosa
2017

JÉSSICA RHODEN

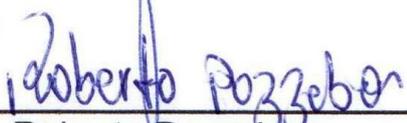
**O SERVIÇO DE CONCESSÃO DE TELEFONIA E OS DIREITOS FUNDAMENTAIS
DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE JURISPRUDENCIAL
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Monografia apresentada às Faculdades Integradas Machado de Assis, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Direito.

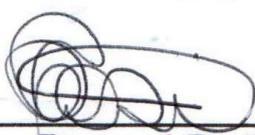
Banca Examinadora



Prof. Ms. João Victor Magalhães Mousquer – Orientador



Prof. Ms. Roberto Pozzebon



Prof.^a Ms. Rosmeri Radke

Santa Rosa, 18 de dezembro de 2017.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha mãe Laidés Maria Rhoden, a minha irmã Luisa Rhoden Herrmann, aos meus avós Abílio e Iria Rhoden e em especial ao meu namorado Anderson Bortoli, pessoas especiais em minha vida, que sempre estiveram ao meu lado me apoiando e me incentivando à nunca desistir desta grande etapa de minha vida, um sonho, virando realidade.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me dado forças para chegar até o final desta longa jornada. Agradeço aos meus amigos que me acompanharam nesta etapa, em especial a Paula Baú, pois são os amigos e colegas que a faculdade me proporcionou.

Deixo um agradecimento especial ao meu Orientador, Prof. Ms. João Victor Magalhães Mousquer, que sempre esteve disposto a me auxiliar nos momentos necessários e mais difíceis, que me incentivou a nunca desistir.

A justiça sustenta numa das mãos a balança que pesa o direito, e na outra, a espada de que se serve para defender. A espada sem a balança é a força brutal; a balança sem a espada é a impotência do direito.

Rudolf Von Lherin

RESUMO

O presente estudo monográfico aborda como tema o serviço de concessão de telefonia e os direitos fundamentais do consumidor: uma análise jurisprudencial. A delimitação temática trata das decisões que os tribunais tomam diante de alguns processos ingressados pelo consumidor, contra as empresas concessionárias. A pesquisa foi consagrada em doutrinas, artigos científicos, jurisprudências, revistas eletrônica e nas leis do Código de Defesa do Consumidor e da Constituição Federal. Trata-se de uma pesquisa no âmbito teórico-empírico, alicerçada com a proposta estabelecida de apontar os problemas que o consumidor passa com as concessionárias de telefonia. Buscar-se-á saber quais são os direitos e deveres do consumidor referente às contratações do serviço telefônico no Brasil e a conexão com os direitos fundamentais. Com efeito, a pergunta problematizada ao presente trabalho é: o que pode ser feito para coibir a violação dos direitos do consumidor na concessão e/ou contratação dos serviços de telefonia? Portanto, justifica-se a importância do presente estudo, que visa conduzir a solução de tais conflitos, dispostos a coibir a propaganda enganosa, os serviços inadimplentes, os produtos, entre outros considerados abusivos, mediante prestadora de serviço e consumidor, contudo, a imposição do estado como solução judicial, caso necessário. A pesquisa é de natureza teórica, se efetivando em pesquisa bibliográfica, junto a autores que tratam sobre o tema proposto, o que caracteriza uma pesquisa de caráter qualitativo. O método de abordagem utilizado foi o hipotético dedutivo, pois há a elaboração de um problema consistente em verificar quais são as implicações jurídicas na concessão dos serviços de telefonia perante os consumidores. Na pesquisa, são empregados os métodos de procedimentos: histórico, pois coloca o objeto de estudo em uma forma cronológica, estabelecendo a sua evolução; e comparativo, ensejando um entendimento melhor do objeto do estudo. Assim, objetivou-se, inicialmente, analisar o desenvolvimento desses serviços e o fornecimento de produtos aos consumidores ao longo do tempo. A Constituição da República Federativa do Brasil explicita em seu texto que o Estado Democrático de Direito possui seus direitos fundamentais, principalmente o da dignidade da pessoa humana. Contudo, o texto constitucional, por meio de seus princípios norteadores, deixa espaço para que a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) possa regular e fiscalizar a fim de garantir a igualdade e dignidade a todos, sem qualquer forma de discriminação. Por fim, o objetivo realizado foi um estudo comparado entre a Constituição Federal e a Lei específica do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Ao final do trabalho conclui que o Código de Defesa do Consumidor rege todo e qualquer serviço ou produto que o consumidor venha a adquirir, com seus princípios e regras, dessa maneira respeitando sempre em primeira ordem o princípio da dignidade da pessoa humana dentre outros princípios que regem o consumidor, pois prevalecem as constatações na lei especial – CDC, contudo o Estado como legislador deve cumprir com o seu papel perante a sociedade, mas não distinção de escolhas, mas sim na defesa e nos valores que o consumidor, sendo a parte mais fraca, tem por direito.

Palavras-chave: CDC - Consumidor - Direito - Direitos Fundamentais - Telefonia.

ABSTRACT

The present monographic study deals with the service of telephony concession and the fundamental rights of the consumer: a jurisprudential analysis. The thematic delimitation deals with the decisions that the courts take before some processes entered by the consumer, against the concessionary companies. The research was consecrated in doctrines, scientific articles, jurisprudence, and electronic magazines and in the laws of the Code of Consumer Defense and the Federal Constitution. It is a research in the theoretical-empirical scope, based on the established proposal of pointing out the problems that the consumer goes through with the telephone concessionaires. It will be sought to know what are the rights and duties of the consumer regarding the contracting of the telephone service in Brazil and the connection with fundamental rights. In fact, the question questioned to the present work is: what can be done to prevent the violation of consumer rights in the concession and / or contracting of telephone services? Therefore, it is justified the importance of the present study, which aims to solve these conflicts, prepared to curb misleading advertising, services delinquent, products, among others considered abusive, through service provider and consumer, however, the imposition of the state as a judicial solution, if necessary. The research is of a theoretical nature, being carried out in bibliographical research, together with authors who deal with the proposed theme, which characterizes a qualitative research. The method of approach used was the hypothetical deductive, since there is the elaboration of a consistent problem in verifying what are the legal implications in the concession of the telephony services before the consumers. In the research, the methods of procedures are employed: historical, because it places the object of study in a chronological form, establishing its evolution; comparative, yielding a better understanding of the object of the study. Thus, the objective was initially to analyze the development of these services and the supply of products to consumers over time. The Constitution of the Federative Republic of Brazil states in its text that the Democratic State of Law has its fundamental rights, especially that of the dignity of the human person. However, the constitutional text, through its guiding principles, leaves room for the National Telecommunications Agency (ANATEL) to regulate and supervise in order to guarantee equality and dignity for all, without any form of discrimination. Finally, the objective was a comparative study between the Federal Constitution and the specific Law of the Consumer Protection Code (CDC). At the end of the work, it is concluded that the Consumer Protection Code governs any service or product that the consumer may acquire, with its principles and rules, thus always respecting in the first order the principle of the dignity of the human person among other principles that prevail in the special law - CDC, however, the State as legislator must fulfill its role before society, but not distinction of choices, but in the defense and values that the consumer, being the most weak, has the right.

Keywords: CDC - Consumer - Law - Fundamental Rights - Telephony

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1A ORIGEM E EVOLUÇÃO DO DIREITO CONSUMERISTA	12
1.1 OS PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO	13
1.2 OS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO CONSUMIDOR	17
2AS DISPOSIÇÕES DA LEI 8.078/90 - DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	22
2.1 O RECONHECIMENTO DOS DIREITOS DIFUSOS E COLETIVOS DOS CONSUMIDORES	25
2.2 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO DE ACORDO COM A PRESTAÇÃO DO CDC	28
3O SURGIMENTO DA TELEFONIA NO SISTEMA DE CONCESSÃO E A RELAÇÃO COM O CDC	33
3.1 AS GARANTIAS E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR NA PROTEÇÃO CONTRATUAL.....	40
3.2 ANÁLISES JURISPRUDENCIAIS	48
CONCLUSÃO	59
REFERÊNCIAS	56

INTRODUÇÃO

A presente monografia tem por abordagem temática apontar os problemas que o consumidor passa com as concessionárias de telefonia. Buscar-se-á saber quais são os direitos e deveres do consumidor referente às contratações do serviço telefônico no Brasil e a sua conexão com os direitos fundamentais que as pessoas possuem, e assim observar as possíveis mudanças na cobertura desses critérios acima citados. A geração dos dados foi adquirida na doutrina, nos artigos publicados pela internet, nas jurisprudências, nas revistas eletrônicas e na Lei do Código de Defesa do Consumidor- 8.078/90 (CDC) e na Lei da Constituição da República Federativa do Brasil de 05/10/1988 (CF).

Com a presente pesquisa, objetiva-se verificar e analisar a efetividade dos direitos fundamentais relacionadas à solução das falhas do serviço de telefonia, que todo consumidor acaba enfrentando nos dias de hoje.

A escolha do presente tema em específico tem por objetivo servir como auxílio para a comunidade acadêmica em geral, visto buscar contemplar as diferentes situações que o consumidor convive no contexto atual da sociedade, sendo que essas situações que eles passam deve ser vista como uma maneira de solução e não de conflito, que é o caso.

A Constituição da República Federativa do Brasil tem explícita em seus artigos a defesa de todo cidadão inclusive como consumidor, deste modo, se criou o Código de Defesa do Consumidor, com o intuito de proteger todo consumidor e de instituir deveres aos fornecedores. O texto constitucional, por meio de seus princípios norteadores, deixou espaço para que fossem criados suportes para a defesa do consumidor no âmbito da telefonia, pelo crescimento elevado da tecnologia no mercado, sendo a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) aquela constituída para regular e fiscalizar os serviços e produtos disponibilizados pelas telefonias.

Com efeito, pode-se afirmar que o Código de Defesa do Consumidor é a maior ferramenta para a solução dos conflitos entre os consumidores e fornecedores, que ambos seguindo a lei não haveria discordância, nem má-fé e muito menos falta de caráter, que de acordo com a análise de um contexto geral, ainda não se possui o serviço ou produto ideal comercializado, causando ainda

discussões, processos na área jurídica e administrativa para a solução daquele problema que poderia inicialmente ser poupado se caso ocorresse dentro das regras que o CDC impõe.

Portanto, justifica-se a importância deste estudo, que visa caracterizar a proteção do consumidor, consagrada pela Constituição Federal de 1988 como um direito fundamental, no seu artigo 5º, inciso XXXII, bem como princípio da ordem econômica, cominado com o artigo 170, inciso V, como também pelo CDC expressamente, em seu artigo 6º, como direitos básicos do consumidor.

Com isso, é relevante a fundamentação constitucional que se tem exposto no CDC, nos artigos científicos e jurisprudências, com o intuito, na defesa da proteção do consumidor, a partir dessa fundamentação e refletido sobre a exatidão normativa desses dispositivos, sobre a real relação com os direitos básicos do consumidor.

A presente delimitação temática trata das decisões que os tribunais tomam diante de um processo instaurado contra as empresas concessionárias de telefonia e a relação dessas análises nas jurisprudências, artigos científicos, revistas eletrônicas e na doutrina, onde especificamente não se encontra muita informação em relação a consumidor e telefonia.

O problema foi enfatizado para a coibição da falha dos direitos e dos deveres que os consumidores enfrentam com a prestação dos serviços e produtos das empresas de telefonia móvel ou fixa. A metodologia aplicada nesta monografia é de caráter teórico-empírico, o tratamento de dados acontece de forma qualitativa, com a utilização do método hipotético-dedutivo, para a abordagem da problemática.

É importante ressaltar que o CDC é uma lei de função social, que traz em contexto normas de direito privado, mas de ordem pública, abrangendo todo público consumerista. O CDC visa resgatar a imensa coletividade de consumidores para solucionar os seus problemas com o acesso a Justiça, caso assim for necessário.

O presente estudo organizou-se em três eixos estruturantes: Em um primeiro momento, foi feita uma abordagem histórica de como nasceu o direito em defesa dos consumidores, os direitos fundamentais, os direitos difusos e coletivos dos consumidores e por fim a inclusão do CDC como um direito fundamental e a proteção dessa relação de consumo.

No segundo momento, foi realizado um estudo específico da relação jurídica, de consumo, relacionado à proteção do CDC, posteriormente, como ocorreu o surgimento da telecomunicação e como a telefonia móvel se instalou no Brasil até os tempos de hoje e por fim, as garantias e os direitos do consumidor na proteção contratual.

Por fim, em seu terceiro momento, se abordou o surgimento da telefonia de todos os tempos até os dias atuais, conjunto com os direitos e deveres de seus consumidores sobre uma análise jurisprudencial em relação aos conflitos entre consumidor e fornecedor.

1 A ORIGEM E EVOLUÇÃO DO DIREITO CONSUMERISTA

A relação de consumo teve origem nos Estados Unidos da América (EUA), pois foi este o primeiro país a adotar o sistema capitalista, a produção do marketing agressivo, a comercialização e o consumo em massa. As doutrinas apontam os primeiros movimentos consumeristas de que se tem notícia, de maneira progressiva e embrionária à relação atual já no século XIX (NUNES, 2011).

Como produto dessa dominação inicial do consumo o estado americano promulgou a lei de Sherman. Esta teve como finalidade, também, a repressão das fraudes praticadas no comércio, além de proibir práticas desleais, tais como a combinação de preço e o monopólio¹. Esta norma visava, pela primeira vez, regulamentar a relação de consumo. O Estado agia para regular uma relação totalmente privada (NUNES, 2011 p. 40).

Contudo, conforme nos ensina Cláudia Viegas, a lei de Sherman não foi aplicada na sua totalidade, deixando de atender aos interesses iniciais. Com isso em 1914 criou-se a Lei Federal Trade Commission²(Comissão Federal do Comércio), com o forte propósito de efetivar a lei antitruste e proteger realmente os interesses dos consumidores (VIEGAS, 2014).

No período pós-Revolução Industrial a partir do crescimento populacional nas metrópoles, o que, naturalmente, gerou um aumento da demanda consumerista, obteve-se, pela primeira vez na história da população humana, o consumo por ação da existência de produtos no mercado e não por existir uma necessidade prévia (NUNES, 2011).

Do século XIX para o XX, especialmente a partir da Primeira Guerra Mundial, houve incremento na produção. Já a partir da Segunda Guerra Mundial, houve o surgimento da tecnologia e com isso – a partir disso – houve o surgimento da informática e da telecomunicação (NUNES, 2011).

Dessa forma, a produção se tornou planejada unilateralmente pelo fabricante, sendo absorvida pelas massas populacionais que cresciam vertiginosamente, em

¹Foi um ato de regulação que visava garantir a concorrência entre as empresas nos EUA, evitando que qualquer delas se tornasse suficientemente grande pra ditar as regras do mercado em que atuava (NUNES, 2011).

² A Federal Trade Commission foi criada em 1914 como uma agência de regulamentação da concorrência e das relações de consumo. A FTC está legitimada para atuar em toda matéria antitruste, excluindo a de natureza penal (VIEGAS, 2014).

virtude da migração de pessoas do campo para as cidades. Diante de tal fenômeno, o Estado, através do ordenamento jurídico, passou a formalizar, mesmo que precariamente, essa relação através de um contrato de prestação de serviço, para assim formalizar o serviço adquirido (NUNES, 2011).

Há autores que identificaram três fases da evolução da proteção do consumidor no mundo. Rizzato Nunes assim nos ensina:

Na primeira fase delas, ocorrida após a 2ª Guerra Mundial, de caráter rudimentar, na qual ainda não se distinguiam os interesses dos fornecedores e consumidores, havendo apenas uma preocupação com o preço, a informação, e o rótulo adequado a ser utilizado nos produtos.

Na segunda fase, já havia um questionamento firme, em relação a atitude de menoscabo que as grandes empresas e as multinacionais tinham em relação aos consumidores da época, com a impressão, na época a figura do americano Ralph Nader (é um advogado e político estadunidense de origem libanesa, onde se tornou célebre pelas suas campanhas a favor dos direitos dos consumidores nos anos 60).

E na terceira fase, é correspondente aos dias atuais, de mais amplo espectro filosófico – marcado por consciência ética e mais clara da ecologia e da cidadania – exilando-se ao destino da humanidade, conduzido pelo exagero de uma tecnologia absolutamente triunfante e pelo consumismo exagerado desastrado e trefego que põe em risco a própria situação do homem. (NUNES, 2011, p. 41).

O grande marco histórico para o reconhecimento mundial do consumidor como sujeito de direito ocorreu em 1962, quando o presidente americano John Kennedy, citou e enumerou os direitos do consumidor e os considerou um grande trunfo ao mercado de consumo. O presidente Kennedy, na época, mencionou que emalgum momento de vida [...]

“todos os seres humanos serão consumidores”. (NUNES, 2011).

Contudo, se iniciou a inclusão dos princípios nesse ordenamento, conforme mais explicita no texto seguinte.

1.1 OS PRINCÍPIOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

O texto a seguir irá tratar de todo o surgimento dos princípios e como eles serão aplicados em defesa da parte mais fraca da relação de consumo e como as

empresas concessionárias devem aplicar em seu cotidiano na prestação de seus serviços e produtos.

A vulnerabilidade jurídica ocorre quando a parte lesada não possui o conhecimento sobre os direitos e deveres inerentes à relação de consumo estabelecida entre o consumidor e fornecedor, bem como a ausência de compreensão sobre as consequências jurídicas que podem vir a ocorrer partir dos contratos celebrados (LOPES, 2015).

A vulnerabilidade fática ocorre quando se trata da criança ou idoso, pelo fato de não possuir o real discernimento ou percepção e/ou ainda não possuir alfabetização, para se constituir a compreensão plena da informação sobre a relação de consumo estabelecida, além do doente, em face da debilidade física para o ato (LOPES, 2015).

Ocorre à vulnerabilidade também de ordem técnica, que está ligada aos meios de produção, cujo todo o reconhecimento é de monopólio do fornecedor. Já a vulnerabilidade de ordem econômica, diz respeito à maior capacidade econômica que, via de regra, o fornecedor tem essa relação com o consumidor, por ser a parte sem conhecimento específicos do produto ou serviço adquiridos (NUNES, 2011).

A exceção à regra é quando os consumidores individuais possuem capacidade plena e conhecimentos específicos (técnicos e econômicos) sobre o produto a adquirir com uma boa capacidade econômica, e, às vezes até superior à de pequenos fornecedores (NUNES, 2011).

Dessa maneira, as normas jurídicas estão relacionadas à regras e princípios, sendo as duas grandes categorias ligadas ao CDC, para a defesa do consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011).

As regras são proposições normativas que possuem relatos objetivos, descritivos em determinadas condutas, aplicáveis a hipóteses bem definidas, perfeitamente caracterizadas, sob a forma de tudo ou nada, já os princípios, que etimologicamente significam o início, começo, ponto de partida de alguma coisa, dão rumo à determinada situação. Por eles se inicia a análise no ordenamento jurídico e se afere para onde ele norteia, ligado também pelos valores éticos e morais abrigados no ordenamento jurídico (CAVALIERI FILHO, 2011).

Diferentemente das regras, os princípios são enunciações normativas de valor genérico, possuem conteúdo com maior teor pragmático, pelo fato de incidirem

na pluralidade das situações, na conduta destinada por algum processo a ser desenvolvido. Em síntese, a regra é a norma de conteúdo, sendo específico ou determinado, pois definem com alto grau de prescrição seus pressupostos fáticos, os assuntos a serem resolvidos no processo (CAVALIERI FILHO, 2011).

O princípio é a estrutura sobre a qual se constrói o sistema jurídico. (CAVALIERI FILHO, 2011). Dessa maneira a estrutura do Direito é resultado dos princípios jurídicos. Os princípios são encontrados na Constituição Federal de 1988 (CF) e no Código de Defesa do Consumidor (CDC). São eles:

- a) Princípio da Dignidade da Pessoa Humana (art. 1º, III, CF/88)- Garante o primeiro fundamento constitucional, sendo a partir da dignidade da pessoa humana, que deverão ser interpretadas as outras garantias constitucionais (CAVALIERI FILHO, 2011).
- b) Princípio da Isonomia (art. 5º, caput, CF/88)- Esse princípio penetra no direito do consumidor em defesa da sua vulnerabilidade.
- c) Princípio da Vulnerabilidade (art. 4º, I do CPC)-Como citado acima, está em defesa da parte mais fraca. Princípio da Boa Fé- Possui dois sentidos diferentes, sendo um objetivo e outro subjetivo.
- d) Boa Fé Objetiva: Representa o valor da ética, veracidade e correção dos contratantes, operando de diversas formas em todos os momentos do contrato. Boa Fé Subjetiva: Corresponde ao estado psicológico da pessoa, ou seja, da sua intenção ou seu convencimento de estar agindo de forma a não prejudicar ninguém (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 55).
- e) Princípio da Transparência (art. 4º, caput do CDC)-Trata-se de um dever imposto pela boa fé e que tem maior incidência na formação dos contratos, com informações claras, corretas e precisas sobre determinado produto ou serviço (CAVALIERI FILHO, 2011).
- f) Princípio da confiança (art. 30, caput do CDC)-A oferta vincula, cria a obrigação pré-contratual, para que não se frustrate a legítima expectativa criada no consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011).
- g) Princípio da Equidade (art. 51 do CDC)-Tem incidência na fase de execução contratual, visa garantir a justiça contratual, impede a imposição de cláusulas que imponham desvantagens unilaterais ou exageradas para o consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011).

- h) Princípio da Segurança (arts. 12 e 14 do CDC)-Proteção do consumidor contra riscos, consequências ou acidentes que venham a causar para si (CAVALIERI FILHO, 2011).
- i) Princípio da Reparação Integral (art. 6º, VI do CDC)-É relativo a reparação de danos que o consumidor venha a sofrer, essa reparação lhe será devida da forma mais ampla possível, abrangendo todos os danos sofridos (CAVALIERI FILHO, 2011).
- j) Princípio da Ação Governamental (art. 4º, II do CDC)-Impõe ao Estado o rigoroso cumprimento dos objetivos estabelecidos pela Política Nacional das relações de consumo (CAVALIERI FILHO, 2011).
- k) Princípio da Solidariedade (art. 7º, parágrafo único do CDC)-Está relacionado à responsabilidade aos danos causados aos consumidores, dessa maneira, cabe o fornecedor por quaisquer dano ou fatos relativos ao produto ou serviço (CAVALIERI FILHO, 2011).

Por tudo acima exposto, é importante apontar que os princípios, pelo papel que desempenham no sistema, influenciam a aplicação de todas as regras do CDC e da CF, para a defesa do consumidor como a parte mais vulnerável perante a prestação de serviços do fornecedor, pois se fazem presentes em todos os contratos de consumo e regem todas as relações de consumo entre o consumidor e fornecedor, desde a fase pré-contratual, contratual e a pós-contratual (CAVALIERI FILHO, 2011).

Diante disso, toda e qualquer relação de consumo, qualquer que seja a área do direito em defesa do consumidor e em penalidade do fornecedor, terá que preservar e respeitar todos os princípios e regras da confiança e informação, como toda e qualquer cláusula contratual formada entre consumidor e fornecedor ligada sempre ao princípio de boa fé, havendo a proteção devida a qualquer produto ou serviço invasivo, de risco ou acidental contra a vida e segurança de outrem (VIEGAS, 2014).

Concluindo, dessa maneira, em toda e qualquer relação entre consumidor e fornecedor haverá harmonização, pois os princípios direcionam o núcleo básico da ordem jurídica entre eles, com os objetivos de ambos a serem alcançados, havendo a satisfação para o consumidor e fornecedor, não sendo necessário o ingresso de ações nas áreas judiciais para acúmulo de processos com prazos indeterminados

para conclusão. Dessa maneira, o ponto de partida da relação de consumo deve ser a confiança e o respeito entre consumidor e fornecedor, conforme o Código de Defesa do Consumidor, a Constituição Federal e pela Política Nacional das Relações de Consumo (VIEGAS, 2014).

1.2 OS DIREITOS FUNDAMENTAIS DOS CONSUMIDORES

O presente texto apresenta os primeiros princípios colocados em prática, em defesa dos direitos e deveres do consumidor, em relação à prestação de serviço das concessionárias.

Tomou-se ciência, do reconhecimento dos seguintes direitos gerais ao consumidor: 01. DIREITO À SAÚDE E À SEGURANÇA, questão relacionada com a comercialização de produtos perigosos à saúde e à vida; 02. DIREITO À INFORMAÇÃO, relacionado à compra e propaganda de produtos, bens ou serviços que o consumidor venha a ter, dessa forma, garantir uma boa compra; 03. DIREITO À ESCOLHA, refere-se aos monopólios e às leis antitrustes, no incentivo a concorrência e a competitividade entre fornecedores; 04. DIREITO A SER OUVIDO, que o interesse dos consumidores no momento da elaboração das políticas governamentais fosse considerado (VIEGAS, 2014).

Já em 1973, a Comissão de Direitos Humanos da ONU, reconheceu os direitos fundamentais dos consumidores. Tal reconhecimento estabeleceu este direito como um direito social econômico, de igualdade material, sendo do mais fraco ao mais forte, de maneira igualitária em direitos, frente à relação com os fornecedores de produtos e serviços (VIEGAS, 2014).

Finalmente, em 1975, a Assembleia Geral da ONU, editou a resolução nº. 39/248 de 10 de abril de 1985, sobre a proteção do consumidor, positivando o princípio da vulnerabilidade no plano internacional com o intuito de gerar mais proteção aos consumidores como um todo (VIEGAS, 2014).

Com isso as diretrizes constituíram um modelo abrangente, descrevendo oito áreas necessárias para a defesa em proteção ao consumidor. São elas:

- a) Proteção dos consumidores diante aos riscos à saúde, à vida e à segurança;

- b) Os interesses econômicos em relação à promoção e proteção;
- c) Ter todo o acesso à informação real e adequada;
- d) A educação do consumidor;
- e) Em caso de danos, ter a possibilidade de compensação;
- f) Ter a liberdade de formar grupos e organizações de consumidores, para poder apresentar a melhor oportunidade com visões decisórias que os afetem (VIEGAS, 2014, p. 7).

Dessa maneira, muitos países começaram a aderir e abordar a questão da proteção do consumidor em jurisdição interna, adaptado ou elaborado em legislação própria e, de acordo com o processo de aplicação dessas diretrizes, o consumidor, onde o processo de tutela desenvolveu-se paralelamente à abertura de mercados (VIEGAS, 2014, p. 7).

Entende-se que no atual diploma constitucional o principal direito conquistado – como forma principiológica - é o da dignidade da pessoa humana. Tem-se isso como verdade, uma vez que esse princípio é o norteador das relações modernas³, também de consumo. Toda e qualquer relação consumerista partirá da proteção à dignidade do consumidor, seja travestido de hipossuficiente ou vulnerável (SILVA, 2015).

A dignidade é o último esboço de asilo dos direitos individuais e o primeiro fundamento de todo o sistema constitucional. É possível perceber a importância da dignidade já no artigo primeiro da Carta Magna, onde, após a formação coletiva do Estado, o primeiro direito individual dos cidadãos está instituído (BRASIL, 1988).

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

I - a soberania;

II - a cidadania;

III - a dignidade da pessoa humana;

IV - os valores sociais do trabalho e da livre-iniciativa;

V - o pluralismo político.

Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição (BRASIL, 1988).

³Na constituição do Estado do bem estar social a relação de consumo passa a ser protegida pelo Estado, mas com o viés voltado ao consumidor e não apenas na relação. Ou seja, a relação é importante para a ordem econômica do Estado, mas o respeito aos direitos fundamentais do consumidor se torna alicerce dessa relação (SILVA, 2015).

Os princípios constitucionais são verdadeiras vigas mestras, alicerces sobre os quais se constrói o sistema jurídico, bem como, ligados ao Código de Defesa do Consumidor (CDC). O princípio jurídico influi muito na interpretação, inclusive nas próprias normas magnas. Se dessa maneira um mandamento constitucional tiver pluralidade de sentidos, a interpretação deverá ser feita com vistas a fixar o sentido que possibilitar uma sintonia com princípio que for mais próximo dele. Já pelos normativos constitucionais, será resolvida pela aplicação do princípio mais relevante no contexto (SILVA, 2015).

Os princípios exercem uma função importante dentro de todo o ordenamento jurídico, já que orientam, direcionam e iluminam a interpretação das normas jurídicas, dessa maneira por serem normas qualificadas, ocupam certa posição de destaque no mundo, pois dá coesão ao sistema jurídico, orientando e condicionando a aplicação de todas as demais normas (SILVA, 2015).

A proteção do consumidor foi consagrada pela Constituição Federal de 1988 como um direito fundamental, no seu artigo 5º, inciso XXXII, bem como princípio à ordem econômica, cominado com o artigo 170, inciso V. Portanto, é relevante compreender o fundamento constitucional com o intuito de defesa da proteção do consumidor, a partir dessa dupla visão, refletindo sobre a exatidão normativa desses dispositivos em sede infraconstitucional, dessa forma, a real relação com os direitos básicos do consumidor (SILVA, 2015).

O Código de Defesa do Consumidor, instituído por meio da Lei 8.078/90, apresentou avanços significativos no ordenamento jurídico brasileiro. Colocou a acondicionar o movimento consumerista, baseada em princípios modernos e inovadores de defesa da sociedade, estabelecendo instrumentos ligeiros e efetivos de proteção e defesa do consumidor, com vistas à efetivação das garantias institucionais previstas na Constituição Federal (LOPES, 2015).

O CDC foi editado em 11 de setembro de 1990 e é, portanto, uma lei atualizada de proteção ao consumidor, um conjunto de normas que estabelecem os direitos dos consumidores, as responsabilidades de quem produz e vende os produtos ou serviços, regulamentando as práticas do comércio e a publicidade e proíbe práticas abusivas. Pois se passou o século inteiro aplicando as relações de consumo ao Código Civil (LOPES, 2015).

Pode-se dizer que o CDC, ao trabalhar com o consumidor na figura de vulnerável estabeleceu limites à liberdade de negociação na confecção dos contratos e, principalmente, ao descrever as possibilidades de vícios nos produtos e serviços. Ele está, como plano de fundo, a garantir a eficácia do direito fundamental, que é a proteção do consumidor e da relação de consumo. (LOPES, 2015).

O CDC visa resgatar a imensa coletividade de consumidores da marginalização, não apenas em face do poder econômico, mas também da proteção física e psicológica de cada pessoa, onde a transparência deve ser dotada de instrumentos adequados para o acesso a qualquer meio jurídico ou administrativo em causas de defesa aos consumidores (LOPES, 2015).

Na estruturação, o CDC possui características de codificação por dar tratamento abrangente à relação jurídica específica que eleger para regular determinada situação, no âmbito de incidência da lei, sendo aplicados em defesa dos consumidores os princípios e direitos básicos do sujeito protegido na causa, assim decorrentes os aspectos principais do direito material do consumidor, do direito processual, direito administrativo e direito penal, onde cada um desses aspectos irá depender do caso concreto da ação em defesa do consumidor lesionado. Dessa forma, expõe, em defesa do consumidor, os seus direitos básicos positivados no seu artigo 6º (LOPES, 2015).

Art.6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde, segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II – a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com a especificação correta da quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como os riscos que apresentem;

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão dos fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos assegurada à proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for

verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;
 IX – (vetado);
 X – a adequada e eficaz prestação dos serviços público em geral (BRASIL, 1990).

O CDC como direito fundamental foi à concretização do que preconizou a Constituição Federal de 1988, que em seu artigo 5º, XXXII, situado no capítulo dos direitos e garantias fundamentais estabelece que:

“O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.
 (BRASIL, 1988).

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
 (BRASIL, 1988);

Caracteriza-se, dessa maneira, a defesa do consumidor como um direito fundamental, que se justifica no reconhecimento de uma situação de desigualdade para a qual as normas de proteção realizam a equalização de condições, sendo relativa em cada caso, pois toda situação de constrangimento e de vulnerabilidade impostos ao consumidor terá consequências (LOPES, 2015).

O reconhecimento da fragilidade do consumidor está ligado a hipossuficiência técnica em relação ao produto ou serviço, pois o consumidor não participa da linha/ciclo de produção, não tem acesso aos meios de produção, assim sendo, não pode controlar aquilo que compra e/ou consome, precisando de proteção por ser a parte mais vulnerável (NUNES, 2011).

Reconhece-se o consumidor como a parte mais fraca da relação jurídica de consumo: fornecedor X consumidor. Essa fragilidade é real e concreta com relação a dois aspectos específicos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O artigo 4º da Lei 8.078/90 em seu inciso I expõe:

Art. 4º. A política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da 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 (BRASIL, 1990);

A noção de vulnerabilidade no CDC está associada à debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica de consumo (o consumidor) em razão de determinadas condições ou qualidades que lhes são inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser, por várias vezes, identificada no outro sujeito da relação jurídica (o fornecedor), que passam a se direcionar a uma relação restrita ou ampliada nas normas e direitos consumeristas ao destinatário final (LOPES, 2015).

Contudo, reconhecer a vulnerabilidade do consumidor diante dos fornecedores que prestam seus serviços e produtos, deixando claro que as prestadoras de serviço devem atenção extrema perante qualquer situação imposta aos seus clientes. Dessa maneira, se expõe o Código de Defesa do Consumidor no capítulo seguinte todos os direitos e deveres que um consumidor possui.

2 DAS DISPOSIÇÕES DA LEI 8.078/90 – CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Consumidor, pela lei especial, é considerado, toda pessoa ou empresa que numa relação de consumo, adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, ou seja, para satisfazer suas próprias necessidades. Já fornecedor é considerado, todo aquele que produz, distribui ou comercializa produtos ou presta serviços (LOPES, 2015).

O artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor trata especificamente sobre a política nacional de relações de consumo, Reconhecendo as reais necessidades que os consumidores apresentam. É importante fazer menção aos fundamentos que deram origem ao “Código de Defesa do Consumidor” Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990, antes mesmo de buscar compreender e expressar a extensão de sua aplicação na defesa dos consumidores (LOPES, 2015).

Dessa forma, compreender-se que o CDC, traz um regramento de alta proteção aos consumidores perante a sociedade capitalista contemporânea, com regras bem específicas que serão utilizadas para sanar dificuldades de interpretação das questões contratuais, da responsabilidade, da informação, da publicidade, do controle *in abstracto* das cláusulas contratuais, das ações coletivas, enfim, de tudo o

que está nele (CDC) estabelecido, para assim melhor servir aos consumidores (LOPES, 2015).

No que diz respeito ao interesse social, o CDC visa resgatar a imensa coletividade de consumidores, como expresso em todos os seus artigos, para dotar dos instrumentos adequados para o acesso à Justiça. Assim, como destinatário final de tudo o que é produzido em termos de bens, serviços e produtos, a comunidade de consumidores é nitidamente frágil em face do outro personagem das relações de consumo o fornecedor, motivo pelo qual o CDC pretende estabelecer o real equilíbrio de forças, tratando, muitas vezes os consumidores e fornecedores por serem claramente desiguais. (LOPES, 2015).

De tal maneira, verificamos que o fornecedor assume, por imposição da lei, a responsabilidade de proceder com a máxima franqueza em seu relacionamento com os consumidores. Tais procedimentos se aplicam especialmente à modalidade de contrato de consumo (VIEGAS, 2014).

Tecnicamente, chama-se contrato qualquer tipo de relação entre duas pessoas ou mais, em que uma delas assume a prestação de qualquer natureza em favor da outra, a ser realizado, em um determinado momento ou local, mas como regra, os contratos podem ser livremente realizados, observando apenas as limitações estabelecidas pela lei (VIEGAS, 2014).

Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e de seu alcance sem o esclarecimento total (VIEGAS, 2014).

Tanto os contratos específicos, como aquele por adesão tem regime legal estabelecido pelo CDC, que assim determina: (VIEGAS, 2014).

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance (BRASIL, 1990).

Pelo artigo citado, na ocasião em que o consumidor se sentir prejudicado, poderá se negar ao cumprimento do contrato e buscar junto ao Poder Judiciário o devido ressarcimento por todos os prejuízos sofridos. Já o artigo 47, esclarece os

termos contidos no contrato, se estes são contraditórios, abusivos ou confusos e haja qualquer conflito quanto ao seu cumprimento, pois deverá, de acordo com a Lei, buscar o entendimento que melhor atenda os interesses do consumidor. (BRASIL, 1990).

Inclui-se a essa verdade os contratos que não pactuados de forma instrumentalizada tradicional, ou seja, contratos verbais também deverão seguir tais procedimentos, conforme ensinado pelo artigo 48 (BRASIL, 1990).

Nos termos acima citados, pode-se concluir que, com a proteção contratual em defesa do consumidor, pretende-se garantir a boa-fé entre eles, de modo a trazer transparência e harmonia nas relações de consumo, mantendo-se assim o equilíbrio entre as partes, sem com isso prejudicar a opção de escolha do consumidor e nem a livre iniciativa do fornecedor, para com essa prestação de serviços, bens ou produtos. (VIEGAS, 2014).

No caso dos contratos de adesão escritos, estes devem ser regidos em termos claros e de fácil entendimento, com caracteres legíveis e específicos, com fonte de corpo doze (12), de modo a facilitar sua compreensão ao consumidor.

O contrato [...]

[...] é de adesão por uma característica evidente e lógica: o consumidor só pode aderir. Ele não discute cláusula alguma. Para comprar produtos e serviços o consumidor só pode examinar as condições previamente estabelecidas pelo fornecedor, e pagar o preço exigido, dentro das formas de pagamento também prefixadas (século XX) (VIEGAS, 2014, p. 59).

O CDC, atendo à vulnerabilidade do consumidor, estabeleceu as possibilidades de vícios dos produtos e serviços e suas características. O vício pode ser aparente e de fácil constatação, aparecendo singelamente ao uso ou consumo do produto, bem ou serviço, ou ele pode ser oculto, quando só aparece algum ou muito tempo depois do uso, ou seja, está inacessível ao consumidor. Portanto, a assistência técnica oferecida pelos fornecedores se aplica justamente no momento que lhes é dada a oportunidade de resolver o real problema que foi constatado, em aquisição de produtos, bens ou serviços. Nesse caso, o consumidor trata, em primeiro momento, da solução do problema ocorrido entre eles. (LOPES, 2015).

Dessa maneira, entende-se por fato do produto ou serviço o defeito que o atinge a essência da coisa, é o vício acrescido de um problema externo, ocorrido entre o consumidor e fornecedor, que pode acabar enfrentando dano maior que

um simples mau funcionamento, ou a quantidade errada, ou a perda do valor pago, dessa maneira verifica-se que a responsabilidade é do fornecedor, conforme determina o artigo 12:

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. (BRASIL, 1990).

Contudo, como exposto no artigo acima, os casos em que 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 pelos defeitos decorrentes de fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes e inadequadas sobre sua utilização e riscos, deste modo, tendo total responsabilidade por todos os produtos direcionados aos consumidores. Assim dispensa-se a proteção absoluta a todo consumidor, nacional ou estrangeiro.

2.1 O RECONHECIMENTO DOS DIREITOS DIFUSOS E COLETIVOS DOS CONSUMIDORES

Nas relações contratuais, no direito civil, há um pressuposto de que aqueles que querem contratar sentam-se à mesa em igualdade de condições e transmitem o elemento subjetivo de dentro para fora, transformado em dado objetivo, num contrato escrito (VIEGAS, 2014).

Acontece que essa maneira de se expressar não serve para as relações de consumo, uma vez que o Estado taxa os consumidores como vulneráveis em qualquer tipo de negociação consumerista. A oferta é um exemplo disso, no direito privado trata-se de um convite à oferta, já no direito do consumidor, a oferta é um pré-contrato (VIEGAS, 2014).

Dessa maneira, para poder alcançar o equilíbrio contratual nas relações, o CDC opta por regular também alguns aspectos da formação do contrato de serviços,

impondo novos deveres para o fornecedor do texto e consagrando novos direitos básicos para o consumidor. A possibilidade de alterar cláusula de contrato de consumo é avanço notável estabelecido pelo CDC para proteger o consumidor, que cuida-se dos direitos básicos e essenciais, para a correção de eventuais lesões, excessos e onerosidade excessiva nesses contratos (VIEGAS, 2014).

Para se efetivar a proteção administrativa do consumidor o CDC, em seu artigo 105, dispõe sobre o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, informando que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municípios e além das entidades privadas de defesa do consumidor. Concedeu o CDC a União, aos Estados e ao DF o poder de editar normas gerais reguladoras do consumo, sempre de acordo com os princípios e as normas estabelecidas pelo sistema consumerista, em relação à defesa e a proteção dos consumidores em todas as áreas que possam os tornar vulneráveis, como apresentado abaixo:

Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico – MJ, ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do consumidor cabendo-lhe:

VII – Levar ao conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violam os interesses difusos, coletivos, ou individuais dos consumidores (BRASIL, 1990).

Já no âmbito federal, foi criado o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor (DPDC), subordinado à Secretaria Nacional de Direito Econômico (SNDC), com a finalidade de coordenação da política nacional de proteção a todos os consumidores do Brasil. Nas esferas estaduais e municipais, foram instalados os PROCONs, órgãos exclusivos para fins de proteção á todo consumidor lesado. Diante disso, se esclarece que a responsabilidade de apuração das sanções administrativas é exercida pelo DPCD que comanda o SNDC, bem como pelo Órgão de Proteção do Consumidor (PROCON), incluem-se também as entidades civis e o Ministério Público, que também participam na tutela em defesa dos consumidores. (VIEGAS, 2014).

Nesse contexto, encontram-se diversas normas apreciando diferentes aspectos de participação do cidadão, com as instituições de várias ouvidorias junto a diferentes órgãos públicos, audiências públicas, consulta própria, criação de Conselhos, sistemas de disque-denúncia, coletas de opinião e tantas outras,

devendo ser destacadas suas virtudes perante o Estado Democrático de Direito, como instrumento de legitimidade de poder, para atender melhor todos os usuários dos serviços/produtos prestados pelas prestadoras de serviço, com a concessão do governo, para aproximar o Estado e a sociedade (GROTTI, 2006).

Dessa maneira, as leis que comandam essas atividades das agências reguladoras, avançaram nos mecanismos de participação estabelecidos pelas Leis de Concessões, que contém regras relativas à fiscalização e controle, onde a Anatel se junta, por ter a fiscalização direta diante as agências reguladoras (GROTTI, 2006).

A Agencia Nacional de Telecomunicações (Anatel) foi criada pela Lei 9.472, de 16 de julho de 1997, mais conhecida como a Lei Geral de Telecomunicações (LGT), sendo a primeira agencia reguladora a ser instalada no Brasil. A criação da Anatel fez parte do processo de reformulação das telecomunicações brasileiras, iniciado com a promulgação da Emenda Constitucional 8/1995, que eliminou a exclusividade na exploração dos serviços públicos a empresas sob controle acionário estatal, permitindo a privatização e introduzindo o regime de competição. Dessa forma o Estado passava da função de provedor para a de regulador dos serviços (SODRÉ, 2010).

A Anatel é uma entidade do Estado que auxilia a administração pública descentralizada, ela é fiscalizada pela sociedade e por órgãos de controle como o Tribunal de Contas da União (TCU), entre outros. A Anatel tem, portanto, poder normativo infra legal sobre o setor de telecomunicações em relação a defesa do consumidor (SOBRÉ, 2010).

A Lei LGT dispõe em seu artigo 2º, inciso II sobre o real dever do Poder Público de:

[...] “estimular a expansão do uso de redes e serviços de telecomunicações pelos serviços de interesse público em benefício à população brasileira”. (SODRÉ, 2010, pag. 23).

Verifica-se que há outras disposições dessa Lei, que também estão relacionadas aos princípios do Código de Defesa do Consumidor (SODRÉ, 2010).

O artigo 3º da LGT está cominado com os princípios dos artigos 4º e 6º do CDC na medida em que se estabelecem os direitos dos usuários dos serviços, bens ou os produtos contratados nas relações de telecomunicações, quais sejam:

Art. 3. O usuário de serviço de telecomunicações tem direito:

I – de acesso aos serviços de telecomunicações, com padrões de qualidade e regularidade adequados à sua natureza, em qualquer ponto do território nacional;

II – à liberdade de escolha de sua prestadora de serviço;

III – de não ser discriminado quanto às condições de acesso e fruição do serviço;

IV – à informação adequada sobre as condições de prestação dos serviços suas tarifas e preços;

V – à inviolabilidade e ao segredo de sua comunicação, salvo nas hipóteses e condições constitucional e legalmente previstas;

VI – a não divulgação, caso a requeira, se deu código de acesso;

VII – à não suspensão de serviço prestado em regime público, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização ou por descumprimento de condições contratuais;

VIII – ao prévio conhecimento das condições de suspensão do serviço;

IX – de resposta de sua privacidade nos documentos de cobrança e na utilização de seus dados pessoais pela prestadora do serviço;

X – de resposta às suas reclamações e a prestadora do serviço;

XI – de peticionar contra a prestadora do serviço perante o órgão regulador e os organismos de defesa do consumidor;

XII – à reparação dos danos causados pela violação de seus direitos. (grifo nosso), (BRASIL, 1997).

O inciso XVII do artigo 19 da Lei por sua vez, trata do dever da Anatel de reprimir as infrações a esses direitos, impondo ao poder público o dever de observar na disciplina das relações econômicas no setor de telecomunicações, o princípio constitucional da defesa do consumidor e o da continuidade do serviço prestado de maneira segura e clara no regime público sem ocorrer abuso sobre os consumidores de todo o país. (SODRÉ, 2010).

Contudo, a Anatel tem o dever de legislar e controlar as concessionárias prestadoras de serviço ou produto telefônico para assim garantir maior controle sobre a prestação deles para o consumidor que nessa relação se torna a parte mais frágil.

2.2 A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO DE ACORDO COM A PRESTAÇÃO DO CDC

O Código de Defesa do Consumidor, como já verificado, possui um campo de aplicação difuso, que abarca todas as áreas do direito em que ocorra relação de consumo. Por outro lado, ela é uma lei especial em razão da aplicação, pois só é

aplicável aos consumidores e fornecedores em suas relações (CAVALIERI FILHO, 2011).

A relação jurídica pode ser conceituada como toda relação social disciplinada pelo direito, pois ela envolve a atividade social do homem em diversas relações, sendo de natureza afetiva, cultural, religiosa e recreativa. Vale dizer, sem relevância jurídica; outras, entretanto tem natureza econômica, familiar, funcional, pública etc., dessa maneira pela questão da relevância social possui disciplina jurídica (CAVALIERI FILHO, 2011).

Na relação do consumo se forma o mesmo processo jurídico, onde as normas jurídicas de proteção ao consumidor nelas incluídos, independente de qualquer situação do direito, atos de consumo, que estão relacionados ao fornecimento de produtos e/ou serviços e/ou acidentes de consumo entre outros incidentes ao consumidor, fazendo assim que se operem os efeitos jurídicos previstos. Contudo, é a relação jurídica entre consumidor e fornecedor visto como sujeitos, tendo por objeto os produtos e serviços contratados (CAVALIERI FILHO, 2011).

Podem ser classificados conforme a doutrina, os elementos da relação jurídica em:

- a) Subjetivos: estão relacionados ao consumidor e fornecedor dessa relação jurídica;
- b) Objetivos: estão relacionados com os produtos, serviços e/ou acidentes ocorridos das prestações ali surgidas (CAVALIERI FILHO, 2011).

A corrente objetiva, entende que o CDC define, para a caracterização de destinatário final, o simples ato de consumo, a relação ocorrida entre fornecedor e consumidor. Porém, a corrente subjetiva, de acordo com o CDC, expõe a relação como a parte mais vulnerável. Dessa maneira, consumidor é aquele que põe fim a um processo econômico, sem mais estender a relação de ambos (CAVALIERI FILHO, 2011).

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) concorda com a teoria da corrente objetiva, pelo fato de haver relação de consumo, considerando o consumidor fático do bem, produto ou serviço, ainda que utilizado no exercício de sua profissão ou empresa, vendo dessa maneira, ser consumidor de produtos também para a venda e comercialização de novos produtos no mercado nacional ou internacional,

constatando uma relação consumerista na área profissional e pessoal (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 63).

Resumido já o conceito jurídico de consumidor padrão, citam-se a seguir as características marcantes da relação de consumo:

- a) Posição do destinatário fático e econômico, quando da aquisição de um produto ou da contratação de um serviço, de acordo com o CDC o destinatário fático mesmo recebendo tutela legal não será considerado consumidor padrão;
- b) Aquisição de um produto ou a utilização de um serviço para suprir suas próprias necessidades, de sua família ou daqueles que fazem parte de seu grupo familiar ou protetiva, para o não desenvolvimento de outra atividade como a negocial, pode se dizer ausência de reaproveitamento ou de revenda;
- c) Como regra geral, o não profissional, assim entendido a aquisição ou a contratação de produtos ou serviços se quer delongar o ciclo econômico desses bens deverá se encaixar cumulativamente em duas condições, não presumíveis e que devem ser comprovados pelo consumidor desejado: (1) aquisição de um produto ou contratação de um serviço fora da sua área profissional ou comercial; e (2) uma pequena empresa ou profissional que comprove a sua vulnerabilidade;
- d) Num sentido amplo, sendo técnica, jurídica ou científica, fática ou socioeconômica e psíquica, a vulnerabilidade para o consumidor é vista como a parte mais fraca numa relação de consumo, afetando sua liberdade, ferindo a sua segurança, influencia visual, pressão por necessidade, ignorância, falta de conhecimento e/ou desvantagens técnicas e econômicas (CAVALIERI FILHO, 2011).

Todavia, a legislação consumerista é aplicável a terceiros que, não são consumidores, num sentido jurídico, mas foram equiparados para os efeitos de tutela legal de acordo com o artigo 2º, parágrafo (§) único, artigo 17 e artigo 29 do CDC, considerados como verdadeiras normas de extensão do campo de incidência originário, como a seguir exposto (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 69):

Art. 2º, § único. Equipara-se à consumidor da coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo [...].

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento [...].

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas (BRASIL, 1990).

Dessa maneira, todos estão igualmente amparados, de acordo com o CDC, em defesa destes, para que os fornecedores, de alguma maneira, nas atividades decorrentes no mercado, não possam atingir ou prejudicar aqueles que não se encaixam ao conceito jurídico (CAVALIERI FILHO, 2011).

Diante disso, equiparam-se a consumidores, para efeitos dessa proteção legal:

- a) A coletividade de pessoas (art. 2º, § único / CDC);
- b) Todas as vítimas (art. 17 / CDC);
- c) Todas as pessoas, determináveis ou não, na prática abusiva dos comerciais e da disciplina contratual (art. 29 / CDC).

Contudo, de acordo com o CDC, não há diferença na intensidade dos deveres do fornecedor perante as do consumidor ou equiparados/terceiros. Todos recebem, sem distinções, o *status* de consumidor. Hoje este terceiro, é consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 73).

Nessa relação de consumo o objeto são os produtos e serviços, mas também se é visto como objeto na relação jurídica de consumo a prestação à qual tem direito o consumidor e inclusive à qual se obriga o fornecedor, possui em relação aos vínculos jurídicos que os ligam, diante disso, é o elemento em razão do qual a relação de consumo se constitui e sobre qual ele recai, consiste na existência do credor, como, no entanto a obrigação do devedor (CAVALIERI FILHO, 2011).

O CDC define em seu artigo 3º, §1º, que produto é qualquer bem, móvel, imóvel, material ou imaterial (BRASIL, 1990).

Produto é utilizado em seu sentido econômico e universal, tudo aquilo que resulta do processo de produção ou fabricação. Em princípio, qualquer bem pode ser considerado produto, desde que resulte em atividade empresarial de acordo com a mudança econômica, resultado da produção no mercado de consumo (CAVALIERI FILHO, 2011).

Os produtos quando bens móveis, são materiais ou juridicamente consumíveis, sendo aqueles cujo uso importa destruição imediata da própria substância, ou considerados tais os destinados à alienação. Os produtos imóveis e imateriais são atrelados aos serviços. Não se pode de conhecimento geral, vender um produto material ou imaterial sem a inclusão do serviço (CAVALIERI FILHO, 2011).

A distinção de produto também se faz como duráveis e não duráveis, conforme consta no art. 26, inciso (inc.) I e II do CDC:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

- I, trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produto não duráveis.
- II, noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produto duráveis (BRASIL, 1990).

Dessa maneira, os produtos ou serviços duráveis são os bens tangíveis que não se extinguem após o seu uso regular, feitos para durar e serem utilizados por várias vezes, porém não são eternos, podem chegar a algum momento e estragarem, sofrendo naturalmente os desgastes do tempo, já os produtos e serviços não duráveis são aqueles bem tangíveis que desaparecem, que se destroem, acabando com o seu uso regular, onde pode até haver sua extinção de imediato ou aos poucos (CAVALIERI FILHO, 2011).

Na legislação consumerista os serviços, como amplo conceito legal, são qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive de natureza bancária, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista. Essas atividades relacionadas aos serviços podem ser de natureza material, financeira ou intelectual, com prestação em empresas de caráter público ou privado, mediante remuneração direta ou indireta (CAVALIERI FILHO, 2011).

A remuneração direta é quando o consumidor efetua o pagamento direto ao fornecedor dos produtos ou serviços contratados e a remuneração indireta é quando proporcionados benefícios comerciais indiretos ao fornecedor, advindos da prestação aparentemente gratuita, visto que a remuneração já se encontra dissolvida e imposta em outros custos (CAVALIERI FILHO, 2011).

Contudo, o mercado de consumo não se restringe ao fornecimento de produtos ou serviços. A expansão tende sempre aumentar no setor terciário da economia sendo um fenômeno inolvidável, mormente diante da constante evolução tecnológica e das crescentes e contínuas robotizações e informatização do processo produtivo, assim se tornando a mão de obra humana, cada vez mais escassa e substituída por máquinas, assim migrando para os setores de serviços e para a economia informal (CAVALIERI FILHO, 2011).

A distinção reveste a importância do CDC, na aplicação dos direitos do consumidor e dos deveres do fornecedor mediante a prestação dos produtos e serviços, havendo de maneira ampla e singela os esclarecimentos devidos e a

exatidão dos bens contratados, considerando o vínculo consumerista direta e exclusiva (CAVALIERI FILHO, 2011).

Concluindo, que todo produto ou serviço deve ser essencial e útil para o consumidor que o adquire, sem lhe causar algum dano material ou sentimental, pois aquele bem material que ele havia adquirido foi pela confiança que teve no fornecedor que o prestou, assim sendo, a relação de consumo deve ser sempre a mais clara possível, sem a necessidade de ferir os direitos e princípios que a lei zela em defesa da parte mais fraca, que na maioria das vezes é o consumidor a parte mais lesada da relação de um contrato de consumo (CAVALIERI FILHO, 2011).

3 O SURGIMENTO DA TELEFONIA NUM SISTEMA DE CONCESSÃO E A RELAÇÃO COM O CDC

O homem tinha muitos sonhos, mas, foi sempre à ideia da comunicação instantânea entre pessoas a mais excitante criação, pois esteve sempre ligada ao progresso e crescimento do sistema eletrônico e das tecnologias do presente e do futuro (LÁRIOS, 2003).

Inicialmente, as telecomunicações surgiram como sistemas fixos de envio de mensagens – como um telégrafo, ele enviava sinais elétricos codificados através de cabos metálicos para as pessoas na época conversarem. O telégrafo foi inventado em 1838, pelo norte americano Samuel Morse⁴, que naquele momento do século era muito usado por uma sociedade de classe alta, onde poucos podiam ter condições de adquiri-lo (WALVIS, 2012).

Posteriormente, em 1876, apareceram os telefones, que também funcionavam através de cabos metálicos para a comunicação de voz entre pessoas um aparelho que dependia de uma bateria para funcionar, e dependia dela estar carregada, para assim haver a comunicação entre as pessoas (LÁRIOS, 2003).

A partir dessas criações, as primeiras comunicações foram por meio de radiotelegrafia, quando Hertz⁵, por volta de 1880, acabou realizando uma

⁴Samuel Finley Breese Morse foi um inventor, físico e pintor de retratos e cenas históricas estadunidenses. Tornou-se mundialmente célebre pelas suas invenções: o código Morse e o telégrafo com fios, em 1843 (LÁRIOS, 2003).

⁵Heinrich Rudolf Hertz foi um físico alemão. Hertz demonstrou a existência da radiação eletromagnética, criando aparelhos emissores e detectores de ondas de rádio (LÁRIOS, 2003).

demonstração prática de como funcionava o sistema criado, e posterior a isso, por volta de 1897, Marconi⁶ realizou a maior demonstração de comunicação alcançando mais de 18 milhas de distancia pela transmissão de rádio (LÁRIOS, 2003).

Na época, existiam muitas dificuldades tecnológicas e eram altos os custos para a expansão desses cabos metálicos, pois as vias terrestres eram extremamente distantes. Por volta de 1914, permitiram que as linhas telefônicas ligassem os Estados Unidos (EUA) de costa a costa para aumentar a telecomunicação e assim se tornar obviamente mais fácil, rápida e barata (LÁRIOS, 2003).

“Contudo, as ligações intercontinentais foram possíveis somente em 1930, após o desenvolvimento da radiodifusão⁷”. (LÁRIOS, 2003).

A radiodifusão é a transmissão por propagação de ondas de rádio pelo ar. O desenvolvimento dessa tecnologia foi extremamente importante para o Exército, tanto na Primeira Guerra Mundial quanto na Segunda Guerra Mundial, como meio de estratégia militar, os quais empregavam técnicas mais sofisticadas de modulação de sinais (WALVIS, 2012).

As primeiras redes móveis eram operadas manualmente, sendo necessária a intervenção de um operador para de maneira manual efetuar e conectar cada chamada e assim obter a comunicação prática entre os consumidores dessa rede. Além disso, os aparelhos e/ou terminais utilizados na época eram grandes, pesados e caros, sendo difícil deslocar ele de um lugar para outro, e nem todos tinham condições de obter um aparelho desses na época, pois ele custava muito caro (LÁRIOS, 2003).

A única exceção era que, a área de operação do serviço possuía limitações quanto à área de cobertura do sinal, nesses casos, se ocorresse uma distancia maior da área de operação o serviço não funcionava, dessa maneira não conseguindo se comunicarem de maneira rápida, pois o aparelho tinha a cobertura de sinal fraca. Devido à falta dessa capacidade de sinal para processar as

⁶Guglielmo Marconi foi um físico e inventor italiano. Em língua portuguesa, é por vezes referido por Guilherme Marconi. Inventor do primeiro sistema prático de telegrafia sem fios, em 1896 (LÁRIOS, 2003).

⁷Radiodifusão é a transmissão de ondas de radiofrequência que por sua vez são moduladas, estas se propagam eletromagneticamente através do espaço. É um meio de comunicação ao qual a maioria da população tem acesso como ouvinte (LÁRIOS, 2003).

chamadas e pela quantidade de usuários existentes para usufruírem desse serviço, mesmo sendo um pequeno numero naquela época, ocorria muito a falha de rede/sinal para completar as chamadas devidas (WALVIS, 2012).

Mas posteriormente, com o passar dos anos essa tecnologia foi sendo modificada e melhorada, surgindo à construção de sistemas mais tecnológicos e modernos. Pela ocorrência à integração de uma larga escala desses dispositivos eletrônicos, do desenvolvimento dos microprocessadores e permitindo dessa maneira maior capacidade de cobertura e sinal na telecomunicação móvel (LÁRIOS, 2003).

A partir de então, iniciou-se um novo momento, trazendo consigo a evolução da tecnologia móvel, na verdade um progresso tecnológico, que permitiu o desenvolvimento e a criação de novos equipamentos de comunicação sem fio e de fácil acesso, possuindo uma maior qualidade, proporcionando novos serviços e produtos úteis à sociedade. Com o início desse sistema de telecomunicação móvel, iniciou-se em conjunto de ideias inovadoras para a exploração comercial desses novos serviços, em relação a esse novo e moderno mercado (LÁRIOS, 2003).

Com o crescimento avançado da telecomunicação móvel e dos serviços prestados, sentiu-se então, a necessidade da criação de um órgão que regulasse todo esse crescimento tecnológico nas operadoras, para em defesa dos consumidores desses serviços ou produtos e para que disciplinasse a alocação das faixas de frequência utilizadas nas ligações e evitasse a interferência das redes entre as mesmas. O governo norte americano, em 1934 criou:

[...] a *Federal Communications Commission*⁸, mais conhecido como FCC, que até hoje regula mercado americano das comunicações. Esse órgão foi usado como modelo para vários outros países na regulamentação das telecomunicações e entre suas competências, estavam o fornecimento das licenças para as empresas de radiodifusão (WALVIS, 2012).

A regulamentação, liberação e alocação de frequência da telecomunicação das telefônicas móveis se davam em várias distribuições, no caso, entre várias empresas prestadoras da mesma rede de sinal, porém com produtos e serviços diferentes (LÁRIOS, 2003).

⁸ Comissão Federal de Telecomunicações (FCC) é o órgão regulador da área de telecomunicações e radiodifusão dos Estados Unidos criado em 1934 (WALVIS, 2012).

Atualmente no Brasil, o órgão responsável pela supervisão e regulamentação das telecomunicações corresponde a ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações, já na Europa, o órgão corresponde às telecomunicações do país é a UIT – União Internacional de Telecomunicações (WALVIS, 2012).

Em 1887, criou-se então a ICC- *Interstate Commerce Commission*⁹, pouco mais tarde, foi criada a FTC- *Federal Trade Commission*, direcionadas a condutas anticompetitivas de empresas e corporações monopolistas. Sistemas inicialmente criados por causa das redes ferroviárias que cresciam muito naquela época (GROTTI, 2006).

Num segundo momento entre 1930 e 1945, a economia americana, foi abalada por uma crise, onde foram ajudadas por inúmeras empresas administrativas, liderada pelo Presidente Roosevelt, como parte da política *New Deal*¹⁰(POGGI, 2008), (PERKINGS, 1967).

A partir dessas problemáticas se deu o início ao debate constitucional-jurisprudencial substancial, para suprimir os princípios básicos do Liberalismo que se havia muito naquela época, para sim averiguar a ampla autonomia das empresas administrativas (GROTTI, 2006).

O surgimento das telecomunicações no Brasil iniciou-se nos anos 60(sessenta) baseado em um conjunto de redes e serviços que funcionavam de forma precária sem muito ajudar o consumidor. No entanto, para resolver o incômodo dessa situação, foi promulgado em 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações, o primeiro e o importante marco na história das telecomunicações no Brasil (LÁRIOS, 2003).

A péssima prestação de serviço e de atendimento aos consumidores era precária, no modelo de origem no fornecimento da qualidade de sinal, mas claro, havendo falta de coordenação nas empresas que prestavam os serviços de telefonia o que de certa forma agravava a situação, pois havia uma insuficiência na prestação

⁹ A CCI foi um departamento regulador criado nos Estados Unidos, com o propósito original de regulamentar os caminhos de ferro criados pelas ferroviárias, para garantir tarifas justas, eliminar tarifas injustas ou até mesmo injustiça para com os portadores e regular outros aspectos da atividade dos portadores, como transportes rodoviários interestaduais e companhias de telefone(GROTTI, 2006).

¹⁰O New Deal (em português, novo acordo ou novo trato) foi o nome dado à série de programas praticados nos Estados Unidos entre 1933 e 1937, sob o governo do Presidente Franklin Delano Roosevelt, com o objetivo de recuperar e reformar, a economia norte-americana e ajudar os prejudicados pela Grande Depressão (POGGI, 2008), (BADGER, 1989).

de serviço de qualidade ao consumidor que necessitava dele para se telecomunicar com outras pessoas (WALVIS, 2012).

A existência de órgãos autônomos para representação das telefônicas se encontrava presente nas mudanças que as empresas administrativas obtiveram ao longo do tempo, para assim representar os consumidores em defesa dos direitos individuais e coletivos (POGGI, 2008), (GROTTI, 2006).

Após a segunda metade da década de noventa, foram criadas as agências reguladoras, estas específicas para cada setor administrativo, dotadas de autonomia e especialização. Para maior conhecimento de todas as normas e regras, regidas por cada agência, deliberada em diversas atividades administrativas dessas agências reguladoras, as concessionárias deviam cumprir seu papel de acordo com a Lei das Telecomunicações (GROTTI, 2006).

Foi criada então, em 1965 a Empresa Nacional de Telecomunicações – Embratel – com a principal missão de mudar esse cenário, para interligar o território nacional e viabilizar a comunicação internacional automática. A aquisição somente era possível, para as pessoas jurídicas de direito público, os bancos governamentais e empresas governamentais, dessa maneira, criando uma estatização no setor das telecomunicações (LÁRIOS, 2003).

Já em 1967, o poder pela prestação de serviços de telecomunicações foi concentrado ao Ministério das Comunicações, não obstante, já existiam no Brasil mais de mil empresas telefônicas, na década de 60 (sessenta), sendo elas de pequeno ou meio porte, cada uma delas atuando de acordo com as suas restrições e interesses, tendo exatamente uma divisão entre elas de acordo com os produtos e serviços disponibilizados ao consumidor (LÁRIOS, 2003).

Foi criada em 1972 a Telebrás, teve o propósito de planejar e coordenar às telecomunicações no país, havendo dessa maneira uma imediata aquisição das empresas de telefonia fixa, consolidando as em empresas de âmbito estatal, onde os seus operadores estaduais e operadoras de larga distância nacional e internacional, representando cerca de 91% dos telefones do país em uso (LÁRIOS, 2003).

A Telebrás, inicialmente conseguiu reverter à situação em que se exibia a telefonia no Brasil, sendo então possível organizar o sistema, para deixar ele com um perfil profissional nas telecomunicações do país. Porém esse modelo era restrito

somente as empresas de pessoa jurídica, dessa maneira havendo a restrição da prestação desses serviços a milhões de brasileiros, onde se tinha um acesso básico, fazendo-se necessário estender a oferta e prestação desses serviços de telefonia móvel e/ou fixa para toda a sociedade. Então, era preciso atrair mais investimentos sendo suficientes para a melhoria da infraestrutura e crescimento das telecomunicações, para acompanhar a melhoria do mercado, a modernidade e a evolução da tecnologia no Brasil, assim havendo uma evolução no sistema de telecomunicação na telefonia móvel e fixa. Porém a Telebrás, na década de 90, estava com o perfil abaixo do esperado e com investimentos insatisfatórios ocorrendo um tarifário inadequado (WALVIS, 2012).

A introdução da telefonia móvel e fixa no Brasil só veio no final dos anos 80 (oitenta). Por decreto, em 1988, definiu-se a telefonia como um serviço público restrito, ampliando então procedentes para a exploração pela iniciativa privada, porém garantindo os direitos das operadoras estatais de telecomunicações de operar o sistema atribuído. Em dezembro de 1990, se deu início nas operações comerciais de telefonia móvel celular de uma operadora da Banda A, em que o primeiro aparelho celular foi comercializado no estado do Rio de Janeiro. Já as empresas de telefonia fixa, não obtiveram de início a mesma sorte, pois não se havia investimentos suficientes para a expansão desse serviço para a sociedade (LÁRIOS, 2003).

Com as dificuldades e limitações que a Telebrás possuía, em 1995 iniciou-se a reformulação desse sistema, pois o modelo que se tinha já não vinha mais sendo suficiente para suprir a necessidade da sociedade. Desencadeava-se então a desregulamentação do programa no setor das telecomunicações, com o objetivo de quebrar o monopólio estatal que se havia criado de maneira restrita à sociedade (LÁRIOS, 2003).

A telefonia então passou a ser de iniciativa privada, ocorrendo assim à competição entre a prestação desses serviços. Com essa competição, tornou-se possível uma maior melhoria na qualidade e na prestação dos serviços, havendo redução dos preços e a ampliação de novos serviços, acabando com as filas para aquisição de linhas novas, tanto de telefones fixos ou móveis o que passou a ser um meio de comunicação acessível para todos e não mais de privilégio de poucos (WALVIS, 2012).

Com a mudança desse sistema, as faixas de frequência denominadas banda A, passaram a ser do processo de privatização denominadas faixas de banda B de atribuição para as novas operadoras privadas. As telefonias celulares do Brasil de banda B deram-se início em novembro de 1997, sucessivamente nos outros meses as demais empresas de telefonia entraram em operação e permanecem até nos dias de hoje (LÁRIOS, 2003).

Em 1997 foi aprovada pelo Congresso Nacional a Lei Geral de Telecomunicações – LGT. Essa lei autorizou a privatização do sistema da Telebrás e conformou o novo modelo nas telecomunicações no Brasil, em apresentação para os mercados, nacional e internacional (BRASIL, 1997).

A LGT foi à mesma lei que influenciou a criação da ANATEL¹¹, com o intuito de viabilizar as privatizações e depois desenvolver os trabalhos abrangentes de regulamentação, sendo dessa maneira cabível de outorgar e de fiscalizar todo tipo de serviço e produto, disponibilizado no mercado para os consumidores. Essa regulamentação no setor foi efetivada e inclusive esse projeto permanece até os dias de hoje no comando da ANATEL, que fiscaliza o cumprimento dos compromissos de qualidade e abrangência dos serviços firmados pelas concessionárias de serviços e produtos no conceito de universalização (LÁRIOS, 2003).

Cabe ainda a ANATEL estabelecer regras e limites, de maneira clara para o setor das telecomunicações, no caso as operadoras de telefonia, sendo cabível a fixação e o controle das tarifas de serviço, conquistando a confiança e o potencial dos investidores nacionais e estrangeiros com os objetivos básicos para atender os interesses e direitos do consumidor (WALVIS, 2012).

A formação do mercado de telecomunicações veio acanhar o surgimento de novas operadoras de telefonia móvel no Brasil, com a atração dessas empresas de variados setores da economia do Brasil e do mundo apresentava-se um mercado de grande potencial e demanda. Dessa maneira, as empresas interessadas firmavam parcerias, de composições diversas, atuando como consórcios para os

¹¹ Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) foi criada pela Lei 9.472/97, mas conhecida com Lei Geral de Telecomunicações (LGT), sendo a primeira agência reguladora a ser instalada no Brasil, sendo uma autarquia administrativamente independente, financeiramente autônoma, não subordinada hierarquicamente a nenhum órgão do governo com o objetivo de regular o setor das telecomunicações para contribuir com o desenvolvimento do Brasil (LÁRIOS, 2003).

consumidores para atribuir os interesses que tenham nos produtos e serviços (LÁRIOS, 2003).

Em 1997, deu-se início das atividades a primeira operadora de telefonia celular no País, e assim sucessivamente, foram surgindo as demais operadoras, conjunta em operação com as demais empresas, as quais se permanecem até os dias de hoje (LÁRIOS, 2003, p. 28).

Os objetivos principais dessa reforma, da telefonia na área das telecomunicações, era a universalização dos serviços e dos produtos conjunta com a competição entre as operadoras, na qualificação dos melhores produtos e serviços inclusive na maior cobertura de rede. Dessa maneira, a ANATEL provida a regulamentadora e fiscalizadora, possui a obrigação de cumprir as medidas definidas em Lei para impor limites, condições e restrições entre as operadoras, para assim, não gerar nenhum conflito entre elas e nem ferir os direitos e deveres do consumidor (WALVIS, 2012).

Essa privatização das operadoras de telecomunicações, veio a ser um controle governamental, pela questão de como deve apresentar os produtos e os serviços na venda, reestruturando a apresentação nas melhores condições ao fornecedor e consumidor sendo cabível o direito da parte mais fraca da relação de consumo prestado, sem ferir os direitos, deveres e princípios (LÁRIOS, 2003).

3.1 AS GARANTIAS E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR NA PROTEÇÃO CONTRATUAL

No ano de 2000, a ANATEL introduziu no sistema tecnológico novas regras com o Serviço Móvel Pessoal – SMP. Este serviço foi aplicado com vistas de ampliar e motivar a transição das operadoras, e assim obter as linhas sempre renovadas (WALVIS, 2012).

No Brasil, o serviço móvel de celular era de sinal analógico¹² e possuía a faixa do espectro de frequência dos sistemas móveis de acordo com o padrão norte-americano, onde uma mesma operadora não poderia ocupar duas bandas de rede/cobertura dentro uma determinada região geográfica. Com isso, dentre outras

¹² A tecnologia analógica, chamada de primeira geração, eram sinais contínuos cuja variação em relação ao tempo era a representação proporcional de outra variável temporal, considerado em sinal mais fraco e de pouca distância e cobertura (LÁRIOS, 2003).

ações que foram sendo realizadas e testadas, as operadoras tiveram que efetuar investimentos em equipamentos e infraestrutura, onde tiveram que criar planos estratégicos para inclusão de uma nova rede, priorizando regiões de cobertura, desse modo, se criou uma digitalização, com produtos e serviços de atendimento digital, bem como a elaboração de planos para a migração do sinal analógico para o sinal digital(LÁRIOS, 2003).

Em defesa da proteção dos consumidores, essa prestação de serviço teve a inclusão dos contratos, pelo excesso de estratégias que as empresas de telefonia submetiam aos seus consumidores, sem que os mesmos soubessem o que haviam adquirido, tornando-se assim um cenário de incertezas (CAVALIERI FILHO, 2011).

Os contratos são aqueles que regulam as relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor, propriamente dito, onde constam a não obrigação dos consumidores, se não lhes for dada oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos conteúdos e instrumentos foram redigidos de modo a dificultar a compreensão desse contrato, pode vir a acarretar a anulação do contrato (LOPES, 2015).

Diante disso, Anatel em 2000 teve a decisão de utilizar essa rede digital com determinada faixa, que de início no sistema brasileiro era chamada essa tecnologia de TDMA¹³, em um segundo plano essa tecnologia mudou para a CDMA¹⁴ e por ultimo até os dias de hoje se abrange a tecnologia GSM¹⁵ (LÁRIOS, 2003).

A supremacia da liberdade dos cidadãos era permanente e intransponível limite à atuação estatal. Sendo que, não era função do Estado intervir no contrato, a intervenção viria do juiz, que só se justificaria para fazer cumprir o contrato (CAVALIERI FILHO, 2011).

A sociedade contemporânea, a partir da metade do século XX, passou também a conviver com a relação de consumo, sendo totalmente nova para aquela época, sendo extremamente dinâmicas e impessoais. Porém, houve consequência, pois modelo contratual dessa época era muito tradicional sem regras, somente fortemente influenciado pelos dogmas do liberalismo, revelando-se insuficiente para suprir os direitos e garantir que o sistema contratual deveria obter em defesa maior

¹³ Acesso Múltiplo por Divisão de Tempo (LÁRIOS 2003);

¹⁴ Acesso Múltiplo por Divisão de Código (LÁRIOS, 2003);

¹⁵ Sistema Global para Comunicações Móveis (LÁRIOS, 2003).

aos consumidores, sendo sempre a parte lesada e a mais fraca (CAVALIERI FILHO, 2011).

Diante dessa mudança, houve a obrigação de se ajustar a essa nova realidade, onde a disciplina dos contratos passou por uma paulatina e continua modificação. Os contratos paritários¹⁶ tornaram-se exceção no comércio jurídico na época, onde foram trocados pelos contratos de adesão, nos quais as cláusulas e as condições gerais eram aplicadas de uma maneira geral, para todos os serviços e produtos, inclusive a toda uma constante mudança futura nas relações contratuais (CAVALIERI FILHO, 2011).

Mas essa nova mudança, teve uma fórmula de contratação personalizada, embora tenha por algum tempo atendido um público alvo, onde as expectativas dessa sociedade de consumo, conferindo de celeridade à atividade produtiva em massa e acesso ao consumo de um número cada vez maior de produtos e serviços, porém esse serviço estava se desvirtuando para servir os interesses dos poderosos para práticas abusivas, onde o consumidor não tinha escolha, pois os fornecedores já tinham os termos estabelecidos deixando sem escolha o consumidor para a aquisição de produtos e serviços, n caso, simplesmente não tinha a possibilidade de contratar eles (CAVALIERI FILHO, 2011).

Concomitantemente, temas como a função social dos contratos, a boa-fé objetiva, a proteção da confiança nas relações contratuais, o abuso de direito, a onerosidade excessiva e outros mais passaram a ser discutidos com maior intensidade e exigiram profunda releitura do conceito clássico do contrato. Desde então, a preocupação era com a segurança dos consumidores, onde o compromisso na teoria contratual deveria ser o mais justo possível, sem que se desmereça qualquer classe social. Dessa maneira se deixa claro pelo artigo 46 do CDC, que o consumidor possui direito pelas próprias escolhas (CAVALIERI FILHO, 2011).

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance (BRASIL, 1990).

¹⁶ São aqueles, cujas cláusulas são discutidas individualmente e em condições de igualdade (CAVALIERI FILHO, 2011).

Contudo, a garantia contratual sempre terá o termo escrito para se consumir a aquisição dos produtos e serviços, sendo de maneira correta sem ferir os direitos dos consumidores, conforme exposto no artigo 50 (LOPES, 2015, p. 30):

“Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito”. (BRASIL, 1990).

As cláusulas contratuais serão sempre interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor, consolidando a ele a proteção e os direitos devidos perante os fornecedores, como consta no artigo 47 (BRASIL, 1990).

Como exposto acima, toda relação de consumo deve possuir o seu contrato de adesão, onde fica explícito o serviço ou produto contrato pelo consumidor e por isso o CDC o fez explícito em seu artigo 54, nesses termos:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele que cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo à escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior¹⁷.

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão (BRASIL, 1990).

Dentre as características desse tipo de contrato, fica obvio estipulação unilateral pelos fornecedores, que adotando o modelo prévio, estudado e decidido por conta própria, como um modelo pronto, os impõe a todos os consumidores que quiserem ou precisar na aquisição de um produto ou serviço, a opção de escolha do consumidor, assim estabelecendo uma relação jurídica com o fornecedor (NUNES, 2011).

¹⁷ Art. 53 - §2º- Nos contratos do sistema de consórcio de produtos duráveis, a compensação ou a restituição das parcelas quitadas, na forma deste artigo, terá descontada, além da vantagem econômica auferida com a fruição, os prejuízo que o desistente ou inadimplente causar ao grupo (BRASIL, 1990).

Na verdade, para comprar qualquer produto ou serviço, o consumidor fica obrigado a aderir à oferta, pagando o preço anunciado e nas condições de pagamento exigidas. O contrato de adesão é um dos componentes da oferta e que existe na forma escrita e formal, no que se exige a natureza da operação do serviço ou do produto que o consumidor adquiriu do fornecedor (NUNES, 2011).

Na visão de Rizzatto Nunes, “Em todos os casos, o consumidor não discute as cláusulas contratuais e nem pode exigir alterações substanciais no termo escrito, ele apenas “adere” ao que já estava previamente preparado e ponto final.” Afinal, não é um consumidor que adere, e sim todos, pois o contrato de adesão é elaborado pelo fornecedor para ser de maneira igualitária e ter a mesma validade para todos os consumidores/clientes (NUNES, 2011).

Contudo, o termo de adesão envolve a relação jurídica de consumo entre consumidor e fornecedor, porém é o fornecedor quem decide, sem que o consumidor participe dessas decisões, tanto na criação ou distribuição dos produtos e até mesmo na aquisição destes, fazendo com que a sua distribuição e comercialização, opere em setor de *marketing* e publicidade, para apresentar e oferecer o melhor produto ou serviço conjunto com a elaboração do contrato ao consumidor final (VIEGAS, 2014).

No Brasil, o marco legal dessa renovação teórica de contrato de adesão foi o Código de Defesa do Consumidor, que teve uma revolução no ordenamento jurídico brasileiro, impondo uma revisão nas cláusulas contratuais, sendo aplicado e observado pelos contratantes para assim prestar o melhor fornecimento dos produtos e serviços aos consumidores, passando também a exigir a intervenção do Estado nas relações privadas e ingerências legislativas, para cada vez mais assegurar a justiça e a relação contratual da sociedade de consumo (NUNES, 2011).

O Estado por sua vez, deveria manter-se em posição de neutralidade em relação às cláusulas do contrato, com limitação na certificação e regularização desses contratos firmados, para ver se realmente ele é digno de tutela pelo ordenamento jurídico em defesa do consumidor (NUNES, 2011, p. 113).

Os consumidores nunca tiveram interesse de gerar conflitos entre a relação de consumo, inclusive após a firmação do contrato. Ele enfatiza o caráter de cooperação entre os contratantes de modo que seja preciso prestigiar a boa-fé, dever de informar, a lealdade recíproca, entre outros, sendo somente sobre a

celebração do contrato, mas também durante toda a sua execução e posterior a ele (NUNES, 2011).

O contrato passa a ser utilizado como um instrumento jurídico, desse modo, ele não pode satisfazer os interesses da parte mais interessada, mas sim, o cumprimento de sua função social e por isso deve ser visto como instrumento de cooperação, flexível e dinâmico, preocupado com o sujeito mais fraco da relação jurídica (VIEGAS, 2014).

Concedeu o CDC à União, aos Estados e ao Distrito Federal/DF- poder de editar normas gerais reguladoras do consumo, sempre de acordo com as normas e os princípios regidos pela lei. Em seu artigo 55, o CDC estabelece que a União, os Estado e o DF e sua competência legislativa dos entes da federação, pois teriam que legislar de forma concorrente em relação à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços como os de telefonia móvel (VIEGAS, 2014).

Para efetivar a proteção administrativa, o CDC dispõe sobre o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), informando que os órgãos federais, estaduais, municipais e do DF, obtinham a finalidade de coordenar a política nacional em defesa do consumidor. Sendo que no âmbito federal foi criado o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor e nas esferas estaduais e municipais, disposto no artigo 55 aos 60 do CDC (VIEGAS, 2014).

Art. 55. A União, os Estados e o DF, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o DF e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do DF e dos municipais com atribuições de fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os Órgão oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.5.1993)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência, ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 6.9.1993)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva (BRASIL, 1990).

Existem os PROCONs e outros órgãos afins de proteção ao consumidor, tendo como missão de orientar, proteger e defender os direitos e os interesses de todos os consumidores, bem como estimular a criação de novos entes em defesa do consumidor, dentro de seu território, com a principal finalidade nas atividades de orientação, mediação, fiscalização e das pesquisas realizadas em favor dos consumidores. O Ministério Público e as entidades civis também fazem parte da tutela do consumidor em defesa da parte mais fraca da relação de consumo(VIEGAS, 2014).

O principal objetivo desse projeto é de analisar a efetividade dos direitos fundamentais, que todo consumidor tem por lei constitucional (artigo 5º, inciso XXXII, artigo 48 da Constituição Federal) e mais explicitamente por leis específicas (Lei 8.078/90- Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) e a Lei 9.472/97-Lei Geral de Telecomunicações (LGT)). Referente aos serviços de telemarketing e/ou presenciais prestados e contratados pelas telefonia móvel e fixa, estes são constatados pela ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) e pelo PROCON (Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor) com um grande índice de reclamações perante aos consumidores. Concretizando com os efeitos que surgem na sociedade e no Poder Judiciário(VIEGAS, 2014).

Contudo, o CDC admite o concurso de pessoas devendo a pena daquele que concorre para o crime ou que decorreu do erro e da culpa, que o crime cometido para outrem seja definitivamente corrigido, em conformidade com o princípio da culpabilidade, pois todo consumidor por ser a parte mais fraca deve ser orientado da maneira mais clara possível sem causar danos, regido de boa-fé, segurança, justo com todos, neutralidade, verdade, respeito, cooperação, caráter, entre outros (VIEGAS, 2014, p. 60).

Desse modo, o consumidor por ser a parte lesada, possui uma Lei específica determinada pelo CDC em defesa dos direitos e princípios que os tem diante de tanta prestação de serviço e de aquisição de produto, assim defendendo os seus direitos em proteção dessa parte tão fraca (KINCHESKI, 2013).

3.2 ANÁLISES JURISPRUDENCIAIS

Jurisprudência é um termo jurídico, que significa o conjunto das decisões, aplicações e interpretações das leis. Também é descrita como a ciência do Direito e do estudo das leis. As decisões jurisprudências que serão abaixo expostas, foram pesquisadas no Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul, no Superior Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul e no Superior Tribunal Federal, onde representam o estudo acima abordado, de maneira mais prática:

APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. AÇÃO DECLARATÓRIA. SERVIÇO DE TELEFONIA NÃO CONTRATADO. CDC. NEGATIVAÇÃO INDEVIDA. DANO MORAL. Aplicável, à espécie, as disposições do Código de defesa do consumidor, flagrante a relação de consumo estabelecida, nos termos dos artigos 2º e 3º do CDC. REGULARIDADE DAS COBRANÇAS Em que pese sustente a regularidade das cobranças, em razão da efetiva contratação dos serviços, a requerida limitou-se a acostar aos autos "telas de computador" unilaterais e ininteligíveis, não se desincumbindo, assim, do ônus que lhe impunha o art. 373, II, do NCPC. DANOS EXTRAPATRIMONIAIS. Conforme a exegese do art. 14 da legislação consumerista, a responsabilidade do prestador de serviço é objetiva. Assim, restando comprovada a falha na prestação de serviço, consubstanciada pela negativação indevida do nome do demandante, configurada a ocorrência de dano moral *in re ipsa*¹⁸, o qual independe de comprovação. Apelo desprovido. Unânime. (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

Trata-se de início uma Ação Declaratória de Inexistência de Débito c/c indenização por danos morais, que a parte autora interpôs contra a parte ré, com isso a parte autora objetiva declaração de inexigibilidade de dívida oriunda de serviço não contratado, levantamento do apontamento restritivo de crédito em seu nome, e, por fim, a condenação da ré ao pagamento de indenização por danos extrapatrimoniais, gerando a sentença procedente (RIO GRANDE DO SUL, 2017).

Não contentea parte ré, instaurou a Ação de Apelação Cível com Recurso Adesivo, onde requereu total provimento do recurso para que fosse reformada integralmente a sentença prolatada pelo juiz *a quo*, julgando a ação improcedente e

¹⁸ Trata-se de um dano moral presumido, ou seja, independe da comprovação do grande abalo psicológico sofrido pela vítima. Um exemplo de dano moral *in re ipsa* é o decorrente da inscrição indevida em cadastro de inadimplentes, pois esta presumidamente afeta a dignidade da pessoa humana, tanto em sua honra subjetiva, como perante a sociedade (LÁRIOS, 2003).

invertendo os ônus sucumbências. Relatando a seguinte ação, o Desembargador/Relator apresentou ao Apelante:

(...) À vista do exposto, nego provimento ao apelo da ré, mantendo a respeitável sentença *a quo*, redimensionando, ainda, a fixação do pagamento dos ônus sucumbenciais e honorários para 15% do valor da condenação(RIO GRANDE DO SUL, 2017).

Diante disso, a decisão foi Apelo Desprovido. Unânime.

APELAÇÃO CÍVEL E RECURSO ADESIVO. RESPONSABILIDADE CIVIL. TELEFONIA. PEDIDO DE MIGRAÇÃO DO PLANO DE TELEFONIA PARA OUTRA OPERADORA PELO SISTEMA DA PORTABILIDADE. COBRANÇA INDEVIDA DE VALORES POR PARTE DA EMPRESA ORIGINARIAMENTE CONTRATADA. NEGATIVAÇÃO DO NOME DA CLIENTE NOS ÓRGÃOS DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM INDENIZATÓRIO. MAJORAÇÃO. Hipótese dos autos em que restou devidamente evidenciada a falha na prestação dos serviços da operadora de telefonia, na medida em que a prestadora de serviços deixou de cancelar o contrato de serviços telefônicos existentes em nome da autora após a consumidora ter aderido ao sistema de portabilidade e migrado sua linha telefônica para outra operadora. Como decorrência da inscrição indevida no órgão de restrição de crédito e seus nefastos efeitos, pelo notório alijamento do prejudicado do mercado de consumo, há a ocorrência de danos extrapatrimoniais suscetíveis de indenização, que independem de prova efetiva e concreta de sua existência. Dano moral puro ou *in re ipsa*. Comporta majoração o valor fixado na sentença para o montante de R\$ 8.000,00, observadas a natureza jurídica da condenação e os princípios da proporcionalidade e razoabilidade. RECURSO DA PARTE RÉ DESPROVIDO. APELO ADESIVO DA PARTE AUTORA PROVIDO (RIO GRANDE DO SUL,2016).

Trata-se de apelação e recurso adesivo interposto por OI S. A. e NEUSA DA SILVA, nos autos de ação de indenização por danos morais ajuizadasesta em face daquela, contra sentença de fls. 58/61, que julgou procedentes os pedidos deduzidos na exordial, para declarar a inexistência dos débitos, condenando a demandada ao pagamento de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), a título de danos morais, a ser corrigido monetariamente pelo IGPM a contar da publicação da sentença, acrescido de juros moratórios de 1% ao mês desde a data do evento danoso, nos termos da súmula 54 do STJ (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

A parte ré foi condenada, ainda, ao pagamento das custas processuais e de honorários advocatícios em favor do procurador da parte adversa fixados em 15% do valor da condenação. Apresentadas contrarrazões às fls. 80/82 e interposto

recurso adesivo pela autora (fls. 83/86), no qual postula a majoração do valor da condenação (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

A parte ré apresentou contrarrazões ao recurso adesivo da parte autora, fls. 91/95. Após, subiram os autos a esta Corte, representada pelo Desembargador/Relator Tasso Caubi Soares Delabary. Analisados os fatos pelos órgãos fracionários, apresentaram a parte ré, que seus recursos deram desprovidos, no entanto, a parte autora teve seu recurso de maneira unânime provido. Fica explícito então a parte contrária/ré (RIO GRANDE DO SUL, 2016):

À vista do exposto, voto no sentido de desprover o recurso da parte ré e prover o apelo adesivo da parte autora, para o fim de majorar o valor da indenização para R\$ 8.000,00 (oito mil reais), a ser atualizado monetariamente pelo IGP-M, a contar deste julgamento, e acrescido de juros de mora de 1% ao mês, desdeem que a parte autora tomou conhecimento das inscrições negativas (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

Contudo, ficou o valor ajustado de R\$ 5.000,00 para R\$ 8.000,00 e as restrições que havia em seu nome foram reparadas(RIO GRANDE DO SUL, 2016).

PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. TELEFONIA. FATURAS. LIQUIDAÇÃO DESENTENÇA. RECURSO ESPECIAL PARCIALMENTE PROVIDO.1. Cuida-se, na origem, de Ação Declaratória de inexistência de débito cumulada com pedido de indenização proposta por Dipam Gaúcha Distribuidora Ltda., ora recorrente, contra a Tim Celular S.A, ora recorrida, objetivando, quanto ao fornecimento de telefonia móvel, a devolução em dobro de valores cobrados indevidamente, a indenização por danos morais e a declaração de inexistência de débito.2. O Juiz de primeiro grau julgou parcialmente procedente o pedido.3. O Tribunal a quo negou provimento à Apelação da ora recorrente, e assim consignou na sua decisão: "Mas não é caso de condenar a parte ré ao pagamento de valores certos, tal como pleiteado pela parte autora, a título de repetição em dobro de valores. Em verdade, o valor a ser devolvido em dobro deverá ser apurado em liquidação de sentença, momento no qual deverá ser comprovado, de forma efetiva, o pagamento de valores decorrentes de cobrança indevida pelos serviços considerados não pactuados ou cobrados a maior, nos referidos itens, relativos aos períodos acima assinalados. Saliente-se, todavia, que caberá à parte autora, empresa sujeita à contabilidade regular de seus recebimentos e pagamentos, a juntada das respectivas faturas, já que, na petição inicial, demonstrou possuí-las, tanto que pleiteou pela juntada das contas detalhadas de 2012, se necessário, haja vista que ultrapassam 12.000 páginas (fl. 28)." (fls.1807-1808, grifo acrescentado).4. Contudo, esclareço que caberá à ré apresentar as faturas do período reclamado, quando da liquidação da sentença, e não à parte autora, pois a Primeira Seção do Superior Tribunal de Justiça, ao apreciar o REsp 1.074.799/MG, afetado sob o rito de recurso repetitivo (art. 543-C do CPC), Relator Ministro Francisco Falcão, decidiu que o fornecimento da fatura detalhada é ônus da concessionária.5. Recurso Especial parcialmente provido (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

O processo acima exposto se trata de uma Apelação Cível, interposta contra a decisão do Recurso Especial parcialmente. Que de origem, se trata de uma Ação Declaratória de inexistência de débito cumulada com pedido de indenização proposta por DIPAM GAÚCHA DISTRIBUIDORA LTDA., ora recorrente, contra a TIM CELULAR S.A, ora recorrida, objetivando, quanto ao fornecimento de telefonia móvel, a devolução em dobro de valores cobrados indevidamente, a indenização por danos morais e a declaração de inexistência de débito (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

Então o Juiz de primeiro grau julgou parcialmente procedente o pedido. O Tribunal a quo negou provimento à Apelação da ora recorrente e assim consignou na sua decisão: Invertido o ônus da prova pelo magistrado *a quo*, verifica-se que a ré, além de não contestar especificamente os pontos, não demonstrou a inexistência da cobrança referida pela parte autora, no período assinalado pela parte autora, tampouco, em caso de efetiva cobrança, a negociação entre as partes. Assim, coube à ré apresentar as faturas do período reclamado, quando da liquidação da sentença (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

Diante do exposto, o Ministro/Relator Herman Benjamin deu parcial provimento ao Recurso Especial (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

CONSUMIDOR E PROCESSUAL CIVIL. AÇÃO CIVIL PÚBLICA. SERVIÇO DE TELEFONIA MÓVEL. PRESTAÇÃO DEFICIENTE. SENTENÇA QUE SE BASEIA EM LAUDO DA ANATEL. ART. 333, II, DO CPC. AUSÊNCIA DE CONTESTAÇÃO A CONTENTO. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. POSSIBILIDADE. REQUISITOS AUTORIZADORES. REVISÃO. SÚMULA 7/STJ. JULGAMENTO ANTECIPADO DA LIDE COM DISPENSA DE PRODUÇÃO DE PROVA. CERCEAMENTO DE DEFESA AFASTADO PELO TRIBUNAL DE ORIGEM. REEXAME. SÚMULA 7/STJ. CONDENAÇÃO A DANO MORAL COLETIVO. POSSIBILIDADE. COMPROVAÇÃO. REEXAME. SÚMULA 7/STJ. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. AUSÊNCIA DAS HIPÓTESES PREVISTAS DO ART. 535 DO CPC. PRETENSÃO DE REEXAME E ADOÇÃO DE TESE DISTINTA. 1. Não são cabíveis os embargos de declaração cujo objetivo é ver reexaminada e decidida a controvérsia de acordo com tese distinta. 2. Procede a alegação de erro material no julgado quanto à presença na indexação da ementa da expressão "danos ambientais", uma vez que a presente demanda diz respeito à deficiência na prestação de serviços de telefonia, motivo pelo qual o termo deve ser decotado. 3. Na hipótese dos autos, as instâncias ordinárias consideraram que a empresa TIM CELULAR S.A., em contestação, não infirmou a contento o relatório produzido pela agência reguladora que instruiu a inicial, deixando de apontar a existência de fato impeditiva, modificativa ou extintiva do direito do

autor, Documento: 54633626. Afirmaram, ainda, a notoriedade dos fatos alegados na inicial da ação civil pública que, nos termos do inciso I do art. 334 do CPC, não dependem de prova, tampouco aqueles em cujo favor milita presunção legal de existência ou de veracidade. 4. A alteração das premissas fáticas consideradas pela Corte de origem ou mesmo a análise acerca da existência dos requisitos autorizadores da inversão do ônus probatório demandaria análise do material fático-probatório dos autos, o que esbarra no óbice da Súmula 7/STJ. 5. No que diz respeito à transindividualidade do direito tutelado, a jurisprudência desta Corte firmou-se no sentido do cabimento da condenação por danos morais coletivos em sede de ação civil pública. 6. O acórdão embargado também foi categórico ao afirmar que o Tribunal de origem apreciou a controvérsia sobre a ausência de comprovação da "existência de qualquer dano moral coletivo na presente demanda", a partir de argumentos de natureza eminentemente fática, não há como aferir eventual violação sem que se reexamine o conjunto probatório dos presentes autos, tarefa que, além de escapar da função constitucional deste Tribunal, encontra óbice na Súmula 7 do STJ, cuja incidência é indubitosa no caso sob exame. 7. Diferente do ocorre na espécie, contradição, omissão ou obscuridade, porventura, existentes só se dão entre os termos do próprio acórdão, ou seja, entre a ementa e o voto, entre o voto e o relatório etc, segundo a inteligência do art. 535 do CPC. Embargos de declaração acolhidos em parte, sem efeitos modificativos, apenas para decotar a expressão "dano ambiental" da indexação da ementa do acórdão embargado (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

A presente ementa apresenta um processo nos Embargos de Declaração no Agravo Regimental no Recurso Especial. Cuida-se de embargos de declaração opostos pela TIM CELULAR S.A. contra acórdão proferido pela colenda Segunda Turma que negou provimento ao agravo regimental da embargante nos termos da seguinte ementa (RIO GRANDE DO SUL, 2016):

"Consumidor e processual civil. Violação do art. 535, i, do cpc. alegação genérica. súmula 284/stf. violação do arts. 165, 458 e 535, ii, do cpc. inexistência. Devido enfrentamento das questões recursais. Ação civil pública. serviço de telefonia móvel. prestação deficiente. Inversão do ônus da prova. possibilidade. requisitos autorizadores. Revisão. Súmula 7/stj. Julgamento antecipado da lide com dispensa de produção de prova. Cerceamento de defesa afastado pelo tribunal de origem. Reexame. Súmula 7/stj. Violação dos arts. 128 e 460 docpc. julgamento extra petita. Inexistência. Redução do valor da condenação. Não indicação dos dispositivos violados. Fundamentação deficiente. Súmula 284/stf. Ação civil pública. Dano ambiental. Condenação a dano moral coletivo. Possibilidade. Agravo regimental improvido". (RIO GRANDE DO SUL, 2016).

Essa ementa era sobre o Agravo Regimental, onde o Ministro/Relator deu improvido ao processo como apresentado pela Corte (RIO GRANDE DO SUL, 2016):

É sabido ser "pacífico nesta Corte Superior o entendimento segundo o qual o Ministério Público, no âmbito de ação consumerista, faz jus à inversão do ônus da prova, a considerar que o mecanismo previsto no art. 6º, inc. VIII, do CDC busca concretizar a melhor tutela processual possível dos direitos difusos, coletivos ou individuais homogêneos e de seus titulares - na espécie, os consumidores -, independentemente daqueles que figurem como autores ou réus na ação". (BRASIL, 1990).

Desde modo a decisão da Turma, por unanimidade, acolheu em parte os embargos de declaração, sem efeitos modificativos, nos termos do voto do(a) Srº.

(a). Ministro(a)-Relator(a).

TRIBUTÁRIO. RECURSO EXTRAORDINÁRIO. ICMS SOBRE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO. TARIFA DE ASSINATURA BÁSICA MENSAL. CONTRAPRESTAÇÃO AO SERVIÇO DE COMUNICAÇÃO PROPRIAMENTE DITO PRESTADO PELAS CONCESSIONÁRIAS DE TELEFONIA. INCIDÊNCIA DO TRIBUTO. 1. O Plenário do Supremo Tribunal Federal, no julgamento do RE 572.020 (Rel. Min. MARCO AURÉLIO, Rel. p/ acórdão Min. LUIZ FUX, DJe de 13/10/2014), assentou que o ICMS não incide sobre serviços preparatórios aos de comunicação, tais quais o de habilitação, instalação, disponibilidade, assinatura (= contratação do serviço), cadastro de usuário e equipamento, etc., já que tais serviços são suplementares ou configuram atividade-meio. 2. A tarifa de assinatura básica mensal não é serviço (muito menos serviço preparatório), mas sim a contraprestação pelo serviço de comunicação propriamente dito prestado pelas concessionárias de telefonia, consistente no fornecimento, em caráter continuado, das condições materiais para que ocorra a comunicação entre o usuário e terceiro, o que atrai a incidência do ICMS. 3. Fica aprovada a seguinte tese de repercussão geral: "O Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) incide sobre a tarifa de assinatura básica mensal cobrada pelas prestadoras de serviço de telefonia, independentemente da franquia de minutos conferida ou não ao usuário". 4. Recurso extraordinário provido (BRASIL, 2014).

Trata-se de recurso extraordinário interposto em mandado de segurança preventivo impetrado com o fim de impedir a autoridade coatora (Diretor do Departamento de Receita Pública da Secretaria da Fazenda do Estado do Rio Grande do Sul) de cobrar ICMS sobre o valor pago a título de assinatura básica mensal pelo serviço de telefonia (BRASIL, 2014).

O presente recurso foi instaurado pelo fato de a Secretaria da Fazenda Pública querer cobrar ICMS sobre os valores básicos que as telefônicas possuem como suas atividades de habilitação, instalação, disponibilidade, assinatura (enquanto sinônimo de contratação do serviço de comunicação das telecomunicações), cadastro de usuário que adquiriu o serviço e do produto, entre

outrosserviços queconfigurem atividade-meio, de acordo ao recurso não sofrem incidência de ICMS (BRASIL, 2014).

É que, aqui, não se busca o afastamento da incidência do ICMS-comunicação sobre serviço acessório ou preparatório, mas sim sobre a tarifa denominada “assinatura básica mensal”¹⁹. Essa tarifa não retribui um serviço episódico e eventual, mas constitui, na verdade, a contraprestação mensal devida pelo usuário de forma contínua e durante todo o contrato em pagamento do próprio serviço de telefonia que lhe é prestado pela concessionária (BRASIL, 2014).

No mérito, o Tribunal, por maioria, deu provimento ao recurso extraordinário (BRASIL, 2017).

DIREITO DO CONSUMIDOR. AGRAVO INTERNO EM RECURSO EXTRAORDINÁRIO COM AGRAVO. AUSÊNCIA DE QUESTÃO CONSTITUCIONAL. ANÁLISE DE LEGISLAÇÃO INFRACONSTITUCIONAL E REAPRECIÇÃO DO MATERIAL FÁTICO-PROBATÓRIO. 1. A solução da controvérsia pressupõe, necessariamente, a análise de legislação infraconstitucional e o reexame dos fatos e do material probatório constantes dos autos (Súmula 279/STF), o que torna inviável o processamento do recurso extraordinário. 2. Inaplicável o art. 85, § 11, do CPC/2015, uma vez que não houve fixação de honorários advocatícios. 3. Agravo interno a que se nega provimento, com aplicação da multa prevista no art. 1.021, § 4º, do CPC/2015 (BRASIL, 2017).

Trata-se de agravo interno interposto em 20.03.2017, cujo objeto é decisão que negou seguimento ao recurso, sob o fundamento de que a decisão agravada está correta e alinhada aos precedentes firmados por esta Corte (BRASIL, 2017).

Gerando o recurso pelo fato de a parte ré não apresentar todos os detalhes da contratação do serviço, onde a mesma não estava presente na propaganda exposta, dessa maneira se firmando uma propaganda enganosa perante o consumidor, parte lesiva, se submeteu ao contrato indevido restado pela empresa concessionária do serviço (BRASIL, 2017).

Desde modo, o tribunal representado pelo seu Ministro/Relator e demais Ministros parte dessa Corte, deram de maneira unânime, provimento negado ao Agravo Regimental no Recurso Extraordinário com Agravo (BRASIL, 2017).

¹⁹“A assinatura básica mensal é uma contraprestação devida pelo usuário em pagamento do próprio serviço que lhe é prestado pela concessionária e, portanto, configura-se como efetiva prestação de serviço de comunicação para os fins de incidência do ICMS”. (Min. BARROSO, Luis Roberto), (ISTOÉ, Revista, 13/11/2017, p. Economia).

Conforme exposto em todo trabalho monográfico, se enfatizou o estudo no direito e dos deveres do consumidor em relação a concessão dos serviços e produtos fornecidos pelas empresas fornecedoras de telefonia móvel ou fixo.

Contudo, se analisou todos os direitos fundamentais do consumidor na prestação de serviço ou produtos das concessionárias, e a obrigação delas exercer o serviço de maneira correta conforme a lei rege, juntamente com a fiscalização e regulamentação das agencias reguladoras em defesa da parte mais prejudicada na relação de consumo.

CONCLUSÃO

Ao realizar este estudo sobre um tema atual e em alta no serviço de concessão de telefonia, se deparou o crescimento absurdo, com o excesso na venda de produtos e serviços, que as telefônicas obtiveram ao passar nos séculos, sendo hoje o meio de comunicação mais rápido e fácil.

O Serviço de Concessão de Telefonia e dos Direitos Fundamentais do Consumidor: Uma análise Jurisprudencial veio com a proposta de apontar os benefícios e malefícios, que as empresas prestadoras de serviços telefônicos podem causar aos seus consumidores. Onde a geração de dados foi realizada a partir da doutrina, dos artigos publicados na internet, nas revistas eletrônicas, da jurisprudência, na Constituição Federal 1988 e na Lei específica do Código de Defesa do Consumidor Lei 8.079/90, em defesa dos direitos e deveres que os consumidores possuem referente a contratação de serviços e aquisição de produtos perante as empresas prestadoras.

Dos direitos constitucionais e fundamentais bem como os direitos básicos do consumidor previstos na legislação infraconstitucional e em lei específica, se encontrou as reais concessões, apresentada e prestada pelas empresas de telefonia, onde se verificou a medida para coibir a violação dos direitos do consumidor/cliente na concessão dos serviços telefônicos.

Pelo fato de a demanda de linhas telefônicas, serviços ou produtos crescerem muito rápido, o mercado das empresas de concessão desses serviços, acaba não os prestando adequadamente, onde o seu consumidor/cliente fica em conflito com as empresas/prestadoras desses serviços.

Pela demanda exagerada de linhas telefônicas as concessões não conseguem atingir uma cobertura de rede/sinal suficiente para tantas pessoas adeptas desse sinal para poder se comunicar, tanto por áudios, vídeos, fotos, edição e assim entre outros recursos tão próximos do nosso alcance, porém de qualidade péssima, na cobertura de rede/sinal para atender a todos os clientes.

Sobre os produtos, eles são criados cada vez mais, para deixar nossa vida mais prática. Os aparelhos celulares são produtos de comunicação mais rápidos, que muitas vezes depende de um clique para resolver o que precisa ou ainda irá precisar. Realmente a tecnologia anda de uma maneira, a proporcionar a todos

os consumidores um serviço, ágil, prático e excelente, isso num contexto geral. Mas claro, não depende só de uma pessoa e sim de uma grande proporção delas para criarem e resolverem essas situações.

Onde o principal objetivo analisou a efetividade dos direitos fundamentais que todo consumidor tem por lei constitucional (artigo 5º, inciso XXXII, artigo 48/CF) e mais explicitamente por leis específicas (Lei 8.079/90 – Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei 9.472/97 – Lei Geral das Telecomunicações (LGT), Lei 9.472/97 - Agência Nacional das Telecomunicações (ANATEL) e a Lei 8987/95 – Lei das Concessões de Serviços Públicos (LCSP)), referente aos serviços de telemarketing ou presenciais prestados pelas empresas de telefonia móvel e fixa, observadas pela ANATEL e pelos PROCONs, como fato de ocorrer muitas reclamações dos consumidores. Contudo, os direitos e deveres serão sempre em favor da parte mais fraca, isso em relação à sociedade e ao Poder Judiciário.

Desse modo, estudou-se a legislação, as jurisprudências e bibliografias relacionadas ao código de defesa do consumidor na violação dos serviços prestados pelas telefônicas, apresentando os direitos e deveres do consumidor e da concessão das telefônicas nos serviços prestados, algumas vezes limitados por causa da cobertura de rede ou precário por estar fora do alcance de rede.

Analisaram-se os fatores que protegem o consumidor, sendo sociedade como um todo, em respeito aos direitos e deveres que toda pessoa possui, em favor de todos os danos sofridos ou causados, em relação aos mais aplicados, como os danos morais e materiais, pelos incômodos sofridos, muitas vezes em horários impertinentes, fora do horário comercial ou em serviços indevidos, sempre proporcionados sem o pedido do consumidor.

Conclui-se, finalmente, como consumidor, a justificativa pelas mudanças que ocorreram ao passar dos anos, a repercussão das telefônicas que passou a prestar e por muitas vezes deixou a desejar de prestar os seus serviços perante o consumidor, e quando justificado ou resolvido, não chegava ao alcance desejado que o consumidor deseje ter. Com isso se obteve maior fiscalização e controle perante as empresas pelas agências reguladoras de seus serviços, desse modo, havendo menor índice de reclamações dos consumidores.

Concluindo, se apresentou o Estado como o maior controlador, das leis e dos deveres que as agências reguladoras das empresas de telefonia devem cumprir e

seguir perante ao consumidor. Com o estudo, se teve maior fiscalização e controle sobre a prestação as concessionárias e a prestação de seus serviços, dessa maneira, o índice menor de reclamações nos órgãos de reclamação ao consumidor.

REFERÊNCIAS

- ANATEL- **Agencia Nacional de Telecomunicações**, (Site de busca: http://www.anatel.gov.br/hotsites/Direito_Telecomunicacoes/atual/telecom.pdf), Acessado em 30/05/2016.
- BADNER, Anthony, **The New Deal: The Depression Years**(Artigo: O Novo Acordo: Os Anos da Depressão), 1933-1940, Houdmilles: Macmillan, 1989.
- BRASIL, **Código de Defesa do Consumidor** de 1990.
- BRASIL, **Constituição da República Federativa do Brasil** de 1988.
- BRASIL, **Lei das Concessões de Serviços Públicos** de 1995.
- BRASIL, **Lei Geral das Telecomunicações** de 1997.
- BRASIL, **Superior Tribunal Federal**, Processo Nº.: 912.888, **Recurso Extraordinário**, Site de busca: <http://stf.jus.br/portal/jurisprudencia/listarJurisprudencia.asp?s1=%28912888%2ENU ME%2E+OU+912888%2EACMS%2E%29&base=baseAcordaos&url=http://tinyurl.com/h7xctyp>, Acessado em 19/11/2017.
- BRASIL, Processo Nº.: 1.024.515, **Agravo Regimental no Recurso Extraordinário com Agravo**, Site de busca: <http://stf.jus.br/portal/jurisprudencia/listarJurisprudencia.asp?s1=%281024515%2ENU ME%2E+OU+1024515%2EACMS%2E%29&base=baseAcordaos&url=http://tinyurl.com/ya5mrkor>, Acessado em 20/11/2017.
- CAVALIERI FILHO, Sérgio, **Programa de Direito do Consumidor**, 3ª. Ed., Editora Atlas, 2011.
- CUÉLLAR, Leila, **Poder Normativo das Agências Reguladoras Norte-Americanas**, Rio de Janeiro, 229: 153-176, 2002.
- DA CUNHA, Belinda Pereira, **Direito do Consumidor**, Editora Saraiva, 4ª Ed., São Paulo, 2011.
- DA SILVA, Altivo Conceição, **Artigo científico**, 2015. (site de busca: www.conteudojuridico.com.br - Acessado em 28/05/2016).
- DEL MASSO, Fabiano, **Curso de Direito do Consumidor**, Editora Elsevier, Rio de Janeiro, 2011.

GROTTI, Dinorá Adelaide Musetti, **As Agências Reguladoras**, Revista Eletrônica Redae, Nº.: 06, Salvador, 2006.

ISTOÉ, Revista, **STF Decide que ICMS Incide sobre Tarifa de Assinatura Básica Mensal de Telefone**, Edição Nº2501, Publicada em 13/11/2017, pág. Economia, Site de busca: <https://istoe.com.br/stf-decide-que-icms-incide-sobre-tarifa-de-assinatura-basica-mensal-de-telefonia/>, Acessado em 20/11/2017.

KINCHESKI, Fernanda Theophilo Carmona, **Apostila de Direito do Consumidor-OAB** (www.oabconcursos.com.br), Cuiabá, 2013.

LÁRIOS, Adriana, **Dissertação de Mestrado – UFRGS – Pós em Administração- Tema: Estudo e Construção de Cenários para a Telefonia Móvel Celular no Contexto Brasileiro**, Porto Alegre, 2003, Site de busca: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/4220/000408781.pdf?sequence=1>, Acessado em 16/10/2017.

LOPES, André Luiz, **Direito do Consumidor- Roteiro de Estudos**, Belo Horizonte, 2015.

LUSO, Revista. **Direito do consumo**. Editora Bonijuris, Vol. V, nº 19, Curitiba, 2015.

MARTINS, Plinio Lacerda. **Artigo científico**, 2009.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo, Editora Saraiva, 2011.

PERKINGS, Dexter, **A Época de Roosevelt**, Ed. Cruzeiro, 1932-1945, Rio de Janeiro, 1967.

POGGI, Tatiana, **Os Opositores Conservados New Deal(Novo Acordo)**, Revista Eletrônica, Nº.: 07, ISSN 1679-1061, 2008.

RIO GRANDE DO SUL, **Tribunal de Justiça**, Processo Nº.:70057829780, **Apelação Cível**, Site de busca: http://www.tjrs.jus.br/busca/search?q=&proxystylesheet=tjrs_index&client=tjrs_index&filter=0&getfields=*&aba=juris&entsp=a_politica-site&wc=200&wc_mc=1&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&sort=date%3AD%3AS%3Ad1&as_qj=&site=ementario&as_epq=&as_oq=&as_eq=&partialfields=n%3A70057829780&as_q=+#main_res_juris, Acessado em: 15/05/2016.

RIO GRANDE DO SUL, **Tribunal de Justiça**, Processo Nº.:70072238397, **Apelação Cível**, Site de busca:

http://www.tjrs.jus.br/busca/search?q=&proxystylesheet=tjrs_index&client=tjrs_index&filter=0&getfields=*&aba=juris&entsp=a_politica-site&wc=200&wc_mc=1&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&sort=date%3AD%3AS%3Ad1&as_qj=&site=ementario&as_epq=&as_oq=&as_eq=&partialfields=n%3A70072238397&as_q=+#main_res_juris, Acessado em 12/11/2017.

RIO GRANDE DO SUL, **Tribunal de Justiça**, Processo Nº.: 70071818561, **Apelação Cível e Recurso Adesivo**, Site de busca: http://www.tjrs.jus.br/busca/search?q=&proxystylesheet=tjrs_index&client=tjrs_index&filter=0&getfields=*&aba=juris&entsp=a_politica-site&wc=200&wc_mc=1&oe=UTF-8&ie=UTF-8&ud=1&sort=date%3AD%3AS%3Ad1&as_qj=&site=ementario&as_epq=&as_oq=&as_eq=&partialfields=n%3A70071818561&as_q=+#main_res_juris, Acessado em 12/11/2017.

RIO GRANDE DO SUL, **Superior Tribunal de Justiça**, Processo Nº.: 1.682.085 - RS (2017/0124673-9), **Apelação Cível**, Site de busca: http://www.stj.jus.br/SCON/jurisprudencia/toc.jsp?processo=1682085&&tipo_visualizacao=RESUMO&b=ACOR&thesaurus=JURIDICO&p=true, Acessado em 18/11/2017.

SODRÉ, Marcelo Gomes, **Série Pensando Direito- Agências Reguladoras e Tutela dos Consumidores**, 2010.

SCHLESINGER, Jr. Arthur, **The comingofthe New Deal**(Artigo: A Chegada do Novo Acordo),1933-1945, Boston: HoughtonMifflin, 2003.

VIEGAS, Cláudia Mara de Almeida Rabelo, **Direito do Consumidor**, Minas Gerais, 2014.

WALVIS, Célia Mariza de Oliveira, **Artigo: O Novo Papel do Estado na Prestação de Serviços Públicos: As Agências Reguladoras**, Revista FMU Direito. São Paulo, 2012.