

IZABELLA MOREIRA ALVES DA SILVA

**UMA ANÁLISE SOBRE A QUALIDADE DA PRESTAÇÃO DE  
SERVIÇOS DE BANDA LARGA OFERECIDOS PELAS  
OPERADORAS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

CURSO DE DIREITO UniEVANGÉLICA

2020

IZABELLA MOREIRA ALVES DA SILVA

**UMA ANÁLISE SOBRE A QUALIDADE DE PRESTAÇÃO DE  
SERVIÇOS DE BANDA LARGA OFERECIDOS PELAS  
OPERADORAS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Monografia apresentada ao Núcleo de Trabalho de Curso da UniEVANGÉLICA como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Professor Me Marcos Ricardo da Silva.

ANÁPOLIS

2020

IZABELLA MOREIRA ALVES DA SILVA

**UMA ANÁLISE SOBRE A QUALIDADE DA PRESTAÇÃO DE  
SERVIÇOS DE BANDA LARGA OFERECIDOS PELAS  
OPERADORAS À LUZ DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Anápolis, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

Banca examinadora

---

---

## RESUMO

Esta monografia tem o objetivo de analisar a qualidade da prestação de serviços de banda larga oferecidos pelas operadoras à luz do código de defesa do consumidor. A metodologia utilizada é a de compilação bibliográfica, englobando também leis do ordenamento jurídico brasileiro. Está didaticamente dividida em três capítulos. O primeiro capítulo busca demonstrar como era o direito do consumidor no período antigo, o direito norte-americano e o direito do consumidor antes do código de defesa do consumidor. O segundo ocupa-se em apresentar a tutela do direito do consumidor dada pelo código vigente, busca identificar quais os sujeitos e objetos da relação de consumo, os direitos básicos do consumidor e a fiscalização do Estado no descumprimento desses serviços. Por último o terceiro capítulo tem a finalidade de demonstrar os conceitos gerais da internet e banda larga e como se dá a efetividade da fiscalização do Estado sobre esses serviços.

**Palavra-chave:** Consumidor. Prestação de serviços. Banda Larga.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	06
<b>CAPÍTULO I – O DIREITO DO CONSUMIDOR NO PERÍODO ANTIGO</b> .....	08
1.1 O direito do consumidor no período antigo .....	08
1.2 O direito do consumidor norte-americano .....	13
1.3 O direito do Consumidor antes do Código de Defesa do Consumidor .....	15
<b>CAPÍTULO II – A TUTELA DO DIREITO DO CONSUMIDOR DADA PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR</b> .....	18
2.1 Sujeitos e objetos da relação de consumo .....	18
2.2 Os direitos básicos do consumidor .....	22
2.3 A fiscalização exercida pelo Estado e as Sanções, aplicáveis no descumprimento do código de defesa do consumidor .....	26
<b>CAPÍTULO III – UMA ANÁLISE SOBRE A QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA BANDA LARGA E A EFETIVIDADE DO ESTADO NA FISCALIZAÇÃO</b> .....	30
3.1 Conceitos gerais sobre internet e banda larga .....	30
3.2 A qualidade de serviços banda larga .....	34
3.3 A efetividade da fiscalização do Estado sobre esses serviços .....	36
<b>CONCLUSÃO</b> .....	41
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	44

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho monográfico tem como ideia central trazer uma análise sobre a qualidade da prestação de serviços de banda larga oferecidos pelas operadoras de acordo com o código de defesa do consumidor, utilizando como pilares a legislação brasileira, especialmente o Código de Defesa do Consumidor (Lei. N° 8078/1990).

Não é possível falar sobre qualidade sem primeiro saber o que é o serviço de banda larga. A um certo tempo que a internet banda larga substituiu a internet discada, e a grande maioria das pessoas arriscam em dizer que banda larga é a concorrente ou diferente de 3G e etc. Mas na verdade a conexão 3G assim como a conexão a cabo é um dos tipos de conexão a internet banda larga. Banda larga é um termo utilizado para descrever a internet de alta velocidade. A internet Banda larga possui vários tipos de conexão como por exemplo a internet a cabo, 3G, 4G, via rádio e via satélite, são alguns principais tipos de conexão que a internet banda larga possui.

O bom atendimento ao cliente é um diferencial para um serviço de qualidade, porém, o mesmo não atende as necessidades do cliente, trazendo insatisfação ao consumidor, pelo modo em que eles atendem, pois não tiram as dúvidas e nem resolvem os problemas de imediato. Assim pode se constatar que o serviço prestado é de má qualidade.

O código de defesa do consumidor em seu artigo 20, se destaca onde o fornecedor responde pelos vícios de qualidade quando impróprios para o consumidor.

Vista a necessidade de tratar do tema, pois a maioria dos provedores de internet , por muitas vezes não seguem o contrato, disponibilizando para o cliente menos gigas do que realmente foi contratado.Com isso acaba levando-os a tomar as providências necessárias.

Evidencia-se as pesquisas realizadas, por meio de compilação bibliográfica bem como as normas do sistema jurídico brasileiro. Deste modo, expõe-se que esta monografia foi didaticamente dividida em três capítulos.

## **CAPÍTULO I - O DIREITO DO CONSUMIDOR NO PERÍODO ANTIGO.**

O presente capítulo tem como ideia trazer a evolução histórica nas relações de consumo, abordando o direito do consumidor no período antigo bem como se deu o surgimento do direito do consumidor. Visa delimitar a importância da proteção do consumidor mostrando a necessidade de sua criação para assim reequilibrar a relação de consumo. A necessidade do Direito do Consumidor teve origem com o surgimento do chamado movimento consumerista, mostrando a real situação dos consumidores. Visa também a história do direito do consumidor norte americano, onde pretende mostrar que ao decorrer dos anos aconteceu algumas campanhas para o incentivo dos consumidores. O direito do consumidor antes do código de defesa do consumidor era bastante desconhecido, pois existia o direito, mas nem toda sociedade o conhecia, desde a criação do código foi ficando mais fácil o conhecimento desse direito.

### **1.1. O direito do consumidor no período antigo**

Desde os tempos antigos, os consumidores que tivessem seus direitos violados contavam com a proteção estatal. Mesmo que as normas protetivas variassem entre as civilizações, a proteção ao consumidor existia, porém, em razão do estado social da época, com caráter individualista e sem ideia de vulnerabilidade (SIDOU 1977). Na Mesopotâmia no Egito Antigo e na Índia do Século XVIII a C., o



Código de Massú previa pena de multa e punição além de ressarcimento de danos que adulterassem gêneros ou entregassem coisa de espécie inferior à acertada ou

ainda, vendessem bens de igual natureza por preços diferentes (SANTOS, 1987).

No Direito Romano Clássico, o vendedor era responsável pelos vícios da coisa, a não ser que estes fossem por ele ignorados. Porém no Código de Justiniano, a responsabilidade era atribuída ao vendedor, mesmo que desconhecesse do defeito (PRUX, 1998).

[...] no período romano, de forma indireta, diversas leis também atingiam o consumidor, tais como: a Lei Sempcônia de 123 a.C., encarregando o Estado da distribuição de cereais abaixo do preço de mercado; a Lei Clódia do ano 58 a.C., reservando o benefício de tal distribuição aos indigentes e; a Lei Aureliana, do ano 270 da nossa era, determinando fosse feita a distribuição do pão diretamente pelo Estado. Eram leis ditadas pela intervenção do Estado no mercado ante as dificuldades de abastecimento havidas nessa época em Roma (PRUX, 1998, p 67).

A França de Luiz XI (1481) tinha como punição o banho escaldante aquele que vendesse leite com água para aumentar o volume, ou manteiga com pedra no interior para aumentar o peso (FILOMENO, 2000).

O direito do consumidor teve uma construção mais fixa a partir dos anos cinquenta, após a segunda guerra mundial, quando surgiu a sociedade em que a maioria estava envolvida na produção, na distribuição e no consumo de bens e serviços. Tendo este, o objetivo de garantir que os consumidores tenha acesso a informações quanto a origem e a qualidade dos produtos (NUNES, 2008).

A proteção do consumidor foi identificada no antigo Egito. Os egípcios por questões religiosas, estéticas e ate mesmo de saúde, cultivavam o habito de pintar todo o corpo com alguns tipos de pó, tintas e etc. Naquela época podia se observar

que existia uma concorrência entre os fabricantes dos mencionados produtos, gerando assim competições entre os mesmos com intuito de oferecer produtos de qualidade, em razão das exigências dos consumidores (ALMEIDA, 2000).

A necessidade de proteção ao consumidor surgiu pela ideia de o homem ser capaz com sua vontade e razão de regular o mercado e decidir o seu destino, pois os contratos eram fruto da autonomia da vontade das partes os meios de produção possuía muitas vantagens e para o consumidor sobravam as desvantagens (ALMEIDA, 2000).

Pelo motivo acima é possível observar que era necessário a criação de uma legislação de proteção do consumidor, afim de reequilibrar a relação de consumo.

A proteção do consumidor pode ser identificada em textos antigos como o do Código de Hamurabi, que contém uma forte legislação contendo regras dos artigos, 229 e 233 do referido Código, que previa:

Art. 229 - Se um pedreiro edificou uma casa para um homem mas não a fortificou e a casa caiu e matou seu dono, esse pedreiro será morto.

Art. 233 - se um pedreiro construiu uma casa para um homem e não executou o trabalho adequadamente e o muro ruiu, esse pedreiro fortificará o muro às suas custas.

É possível notar, já em um texto legal, a presença da responsabilidade objetiva, que hoje em nosso Código de Defesa do Consumidor é evidente pelo princípio da boa-fé objetiva. Ou seja, com a preocupação da reparação dos danos causados aos consumidores, por defeitos oriundos de projetos, fabricação,

construção, possui o diferencial da pena capital, prevista no art. 229 daquele texto já inexistente em nosso ordenamento jurídico (SIDOU, 1977).

O Código de Hamurabi em sua lei nº2355, relatava que aqueles que construíssem barcos, em caso de defeito estrutural, deveria refazê-lo com o prazo máximo de um ano, sem prorrogação (NUNES, 2008).

No século XIII, o Código de Manu demarcava multa, punição e/ou o ressarcimento de danos para o indivíduo que adulterassem gêneros, ou entregasse coisa diferente da que realmente havia sido acertada, ou as que vendessem bens da mesma natureza para pessoas diferentes por valores diferentes (NUNES, 2008).

Na Idade Média há uma mesma preocupação com a qualidade dos produtos, pela fabricação de espadas para os guerreiros, que eram ainda mais exigentes em relação a qualidade daqueles produtos (NUNES, 2008).

Entre as pessoas a relação de consumo é um dos mais antigos meios de sobrevivência, desde muito antes do nascimento do cristianismo, já existia relações de troca de alimentos entre pessoas, por outros produtos do qual necessitavam (ALMEIDA, 2005).

Tanto em doutrinas quanto na legislação o direito do consumidor é um novo ramo do direito, seu nascimento se dá a partir do século XX, mesmo com relatos que o Código de Hamurabi possuía regras, de forma indireta que tinham finalidade de proteger o consumidor (ALMEIDA, 2000).

O direito do consumidor obteve a necessidade de seu nascimento pelo surgimento do movimento consumerista, onde mostrou a situação dos consumidores passando-os do patamar de reis do sistema para vítimas ou servos do mesmo sistema (ALMEIDA, 2005).

Na Europa ocorreu movimentos consumeristas com a necessidade de uma cooperação internacional após a terrível Segunda Guerra Mundial, aspirando a reconstrução da Europa no Pós-guerra, ocasionando pelo regime capitalista, proporcionando a criação de diversos organismos com o objetivo à proteção e defesa do consumidor na Europa e em outros países (NUNES, 2008).

No ano de 1929, foi criada a chamada “Consumers Research In” , uma organização sem fins lucrativos, sendo a primeira instituição a visar um interesse público com finalidade de examinar produtos disponíveis a venda (NUNES,2008).

Em 1948 com a intervenção dos Estados Unidos, foi criada a chamada de Organização Europeia de Cooperação Econômica, com o objetivo de administrar o auxílio financeiro americano (NUNES, 2008)

Pode se observar que o Direito do Consumidor no Brasil possui fincas na CF/88, onde a garantia de defesa do consumidor encontra-se em seu artigo 5º, XXXII (CF, 88). O Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), constitui-se como um pequeno sistema com vinculação aos preceitos constitucionais.

## **1.2 O direito do consumidor norte-americano.**

A origem do consumidor é atribuída aos EUA, pois foi o país que primeiro dominou o capitalismo, sofrendo a consequência do marketing agressivo da produção, da comercialização e do consumo em massa. Encontra-se nas doutrinas que os primeiros movimentos consumeristas de que se tem notícia ocorreram no século XIX (LUCCA, 2008).

Há autores que identificam duas fases relativas à evolução da proteção ao consumidor no mundo. Newton de Lucca, assim nos ensina:

Na primeira fase, ocorrida após a segunda guerra mundial, de caráter incipiente, na qual ainda não se distinguem os interesses dos fornecedores e consumidores, havendo apenas uma preocupação com o preço, a informação e a rotulação adequada dos produtos (LUCCA, 2008)

Na segunda fase, já se questionava com firmeza a atitude de menoscabo que as grandes empresas e as multinacionais tinham em relação aos consumidores, sobressaindo-se na época a figura do advogado americano Ralph Nader (LUCCA, 2008).

O movimento consumerista aconteceu por volta dos anos vinte, tendo o Estados Unidos como o país pioneiro em tal movimento. O movimento possuía

pontos principais como por exemplo o de fomentar um movimento social para as empresas oferecer melhor tratamento aos consumidores (ALMEIDA,2005).

O direito do consumidor norte americano, possui movimentos consumeristas que se originaram nos EUA no final do século XIX. Em 1872 ocorreu a edição da SHERMAN ANTI TRUST ACT (Lei Sherman), com a finalidade de reprimir as fraudes praticadas no comércio, e proibir comerciantes desleais a promover combinação de preços (NUNES, 2008).

Já em 1892 surgiu a NEW YORK CONSUMERS LEAGUE, sendo o primeiro órgão de defesa do consumidor, fundado por Josephine Lowell. Anos depois Florence Kelly, fundou a NATIONAL CONSUMERS LEAGUE, com o intuito de incentivar a compra de produtos fabricados por empresas que respeitavam os direitos humanos, com esse incentivo à aquisição de produtos que respeitem o meio ambiente sendo possível garantir o consumo sustentável no mundo inteiro (NUNES, 2008).

No ano de 1927 Stuart Chase e Frederick Schilink, lançaram uma campanha com o objetivo de comprar produtos, orientando os consumidores a consumir com plena consciência (NUNES, 2008).

A CONSUMERS UNION, com seu surgimento em 1936 é o maior órgão de proteção do consumidor, tendo como uma de suas atribuições publicar materiais didático e revistas para a orientação dos consumidores (NUNES, 2008).

Em 1962, o presidente Kennedy em seu discurso de posse demonstrou preocupação com as relações de consumo daquela época. Em março desse mesmo ano, o então presidente emitiu mensagem ao Congresso Americano, onde

reconhecia que “ consumidores somos todos nós”, pois a todo momento praticamos relações de consumo (LUCCA, 2008).

No dia 05 (cinco) de março de 1962 o presidente Kennedy citou os direitos fundamentais dos consumidores, que são quatro:

1- DIREITO À SAÚDE E À SEGURANÇA, relacionando à comercialização de produtos perigosos à saúde e à vida; 2- DIREITO A INFORMAÇÃO, compreendido à propaganda e à necessidade do consumidor ter informações sobre o produto para garantir uma boa compra; 3- DIREITO À ESCOLHA, referindo-se aos monopólios e às leis antitrustes, incentivando a concorrência e a competitividade entre os fornecedores; 4- DIREITO A SER OUVIDO, visando que o interesse dos consumidores fosse considerado no momento da elaboração das políticas governamentais (LUCCA, 2008, p.41).

Kennedy na mensagem afirmou que os consumidores seriam o maior grupo da economia, afetando e sendo afetado pelas decisões econômicas, públicas ou privadas. Todavia seria o único grupo importante da economia não organizado, onde o que será discutido quase não era ouvido. Na mensagem clamou ao Estado a voltar toda a tentação a esse grupo (LUCCA, 2008).

A data da entrega da “mensagem” (documento entregue ao Congresso Americano pelo presidente Kennedy), 15 (quinze) de março, passou a ser celebrada como dia Mundial dos Direitos do Consumidor (LUCCA, 2008).

### **1.3 O Direito do Consumidor antes do Código de Defesa do Consumidor.**

O Direito do Consumidor quando não existia o Código de Defesa do Consumidor, era bastante desconhecido, existia o direito, mas o consumidor era bastante leigo sobre tal assunto. No ano de 1980, ir ao supermercado pegar um



pacote de pão de forma, olhar a embalagem em busca de informações como percentual de gordura, entre outras buscas não eram encontradas naquela época.

Essa realidade só mudou a partir dos anos de 1990, quando foi sancionado o Código de Defesa do Consumidor (CDC), lei que determinou que as empresas fornecessem informações claras sobre os produtos. Antes do CDC, as relações de consumo eram regidas pelo Código Civil e pela Constituição Federal (SIDOU, 1997).

A sociedade já buscava soluções no judiciário para tentar resolver seus conflitos comerciais, e como as relações de consumo eram regidas pelo Código Civil, as regras aplicadas para resoluções dos problemas eram de acordo com o referido código (FILOMENO, 2000).

Antes do surgimento do CDC, já existia fortes legislações como o Código de Hamurabi, o de Manu, código de Massú, código de Justiniano. Todavia esses possuíam o intuito de mostrar ao consumidor que ele possui direito e que podem exercer esse direito (FILOMENO, 2000).

Havia uma necessidade da criação de regras específicas para a regulação da relação de consumo, pois as negociações eram feitas diretamente entre comerciante e consumidor sem a interferência estatal, onde uma parte elaborava os contratos sendo os comerciantes e os empresários, e a outra parte apenas tinha que cumprir esse contrato. Os consumidores se viam bastante inferior aos comerciantes e produtores, pois se os lucros desses consumidores ficassem insatisfeito deixaria de comprar certo produto (ALMEIDA, 2000).

A lei nº2333 do Código de Hamurabi havia certas regras, que mesmo de forma indireta tinham a finalidade de proteger o consumidor. A referida lei do código dizia que o arquiteto que construísse uma casa e as paredes se revelassem deficientes teria a obrigação de reconstruí-las ou paga-las de seu próprio bolso (LEI N° 2333).

O Código de Hamurabi ainda aludia sobre as consequências de essa construção referida acima vir a desabar causando mortes, além da pessoa responsável pela construção assumir o dever de reparar todos os danos causados, teria como punição final a morte, se no desabamento da mesma o defensor viesse a morrer, velar ressaltar se o filho desse defensor viesse a morrer, o responsável pelo desabamento pagaria com a morte de seu filho (NUNES, 2008).

Havia uma punição também ao cirurgião que operasse alguém com lanceta de bronze e lhe causasse morte por imperícia tinha como pena a indenização cabal, assim como na empreiteira (LUCCA, 2008).

## **CAPÍTULO II - A TUTELA DO DIREITO DO CONSUMIDOR DADA PELO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

O presente capítulo tem como ideia abordar os sujeitos e objetos da relação de consumo, os direitos básicos do consumidor, a fiscalização exercida pelo Estado e as sanções aplicáveis no descumprimento do Código de Defesa do Consumidor. A relação de consumo se dá quando existe um consumidor, um fornecedor, e um produto/serviço, para haver relação de consumo necessariamente, deve haver, concomitantemente, os três elementos. Onde podemos chamar essa relação de tripe. Quando constatada, as normas aplicadas são as do Código de Defesa do Consumidor, caso não haja relação de consumo, é aplicado o que está previsto no Código Civil.

### **2.1 Sujeitos e objetos da relação de consumo:**

A relação jurídica de consumo possui três elementos, sendo eles os elementos subjetivos “fornecedor e consumidor; elementos objetivos “produtos e serviços, objetos da relação de consumo; e o elemento finalístico ou teleológico (LUCCA, 2008).

O elemento subjetivo do conceito de consumidor trazido pelo CDC elenca como consumidor toda pessoa física ou jurídica, ressalta-se que não poderá haver qualquer distinção entre essas pessoas, seja em razão de sua natureza, seja em

razão de sua nacionalidade. O elemento objetivo refere-se aos produtos e serviços onde está

previsto no parágrafo 1º e 2º do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor. O elemento teleológico diz respeito ao fim, ao objetivo daquela relação jurídica, ou seja, se a aquisição de serviços ou produtos é para uso próprio ou para reempregar no mercado de consumo (LUCCA, 2008).

É de extrema importância relatar o conceito do sujeito e do objeto da relação de consumo, para que seja extraído com mais êxito o papel de cada um. Já salientando o conceito de consumidor adotado pelo CDC em seu artigo 2º: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Não só o adquirente, mas também o usuário de produto ou serviço são considerados consumidor. O fato de ser pessoa jurídica ou física não revela, por si só a figura do consumidor, importando, isto sim, se a aquisição ou utilização se faz como destinatário final” (BRASIL, 1990).

O conceito de fornecedor adotado pelo artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor. “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestações de serviços (BRASIL, 1990).

Anteriormente no conceito de consumidor, foi possível observar se a aquisição ou utilização do produto que se faz como destinatário final, existindo duas correntes onde procuram explicar o significado de destinatário final, sendo elas a dos finalistas e a dos maximalistas (NUNES, 2008).

Para os finalistas destinatário final é mais que destinatário fático do produto ou serviço, não basta simplesmente alguém adquirir ou utilizar um produto ou serviço, retirando-o do mercado. É necessário ser o destinatário econômico desta forma, não é consumidor aquele que adquiri bem para revenda ou para uso

profissional. Os finalistas adotam uma posição interpretativa com relação ao destinatário final, baseada fundamentalmente na classificação dos bens, os bens estariam divididos, por um critério econômico, em bens de produção e bens de consumo. Para eles essa diferença seria fundamental para o reconhecimento de uma relação de consumo (NUNES, 2008).

De acordo com a corrente finalista, somente seria consumidor a pessoa física que adquirisse produtos ou serviços para uso próprio, de sua família ou até de terceiros, desde que não houvesse revenda, pois só nestas hipóteses é que seria dado ao bem de consumo a sua destinação final, encerrando assim a cadeia produtiva (NUNES,2008).

Já para os maximalistas, destinatário é todo aquele consumidor que adquire o produto para o seu uso, independente de destinação econômica conferida ao mesmo. A teoria maximalista confere uma interpretação abrangente ao artigo 2º do CDC, podendo o consumidor ser tanto uma pessoa física que adquire o bem para uso pessoal, quanto uma grande indústria, que pretende utilizá-lo nas suas atividades produtivas (NUNES,2008).

Essa teoria inclui no conceito de consumidor, as pessoas físicas profissionais e as pessoas jurídicas, independentemente da aquisição do produto ou serviço visando lucro, critério este adotado pelos finalistas ao diferenciarem os bens em bens de produção e bens de consumo. Para dita corrente, os bens são tão somente bens, em seu sentido genérico, não comportando qualquer destinação em bens de produção e bens de consumo. O conceito de consumidor não estaria ligado ao bem propriamente, mas sim a ideia de destinação final (ALMEIDA,2000).

O critério seguido a definição de destinatário final seria apenas o da retirada do bem do mercado de consumo, encerrando o ciclo econômico, pois só não incidiriam as normas do Código de Defesa do Consumidor nos casos em que a

pessoa adquirisse ou utilizasse produtos ou serviços para introduzi-los novamente no mercado de consumo (NUNES, 2008).

A relação de consumo se caracteriza basicamente como o vínculo jurídico, ou o pressuposto lógico do negócio jurídico celebrado de acordo com as normas do Código de Defesa do Consumidor, essa relação possui alguns elementos como sendo eles, os elementos subjetivos e os elementos objetivos. Os subjetivos ocorrem quando o credor, o devedor e o consensualismo que deve existir entre eles como uma convergência de vontades para que o acordo seja pactuado sem que ocorra vícios e sem prejuízo de igualdade entre os envolvidos. O negócio celebrado entre as partes, como um instrumento para a concretização e formalização do vínculo jurídico, e o bem, seja imóvel, móvel corpóreo ou incorpóreo, objeto mediato da relação jurídica, é a ocorrência do elemento objetivo (LUCCA,2008).

O Código de Defesa do Consumidor não apresenta expressamente o significado de relação de consumo, referindo-se apenas aos seus elementos subjetivos e objetivos, o que já possibilita o delineamento deste tipo de relação jurídica (LUCCA, 2008).

MARIA A. ZANARDO DONATO (1993;70) conceitua a relação de consumo como “a relação que o direito do consumidor estabelece entre o consumidor e o fornecedor, conferindo ao primeiro um poder e ao segundo um vínculo correspondente, tendo como objeto um produto ou serviço”.

Pode-se afirmar que são elementos da relação de consumo, elementos subjetivos sendo o consumidor e o fornecedor, e elementos objetivos sendo o produto ou o serviço. Para que a relação jurídica seja caracterizada como uma relação de consumo, é necessário a presença dos elementos subjetivos e de pelo menos um dos elementos objetivos mencionados acima. Se houver a falta de qualquer um desses requisitos gera a descaracterização da relação jurídica de

consumo, afastando-a, portanto, do âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor (DONATO, 1993).

Assim se conclui que é indiferente o tipo contratual feito entre as partes para que uma dada relação jurídica seja ou não de consumo, pois não é o negócio jurídico que faz incidir as normas do Código de Defesa do Consumidor. Pode se dizer que são certos elementos essenciais que fazem nascer uma relação de consumo, como consumidor, fornecedor e produtos ou serviços, a qual é pressuposto para a aplicação do CDC, independente da espécie contratual pactuada pelas partes, como a compra e venda, o seguro, o financiamento entre outros (SIDOU, 1997).

## **2.2 Os direitos básicos do consumidor.**

Os direitos básicos do consumidor estão elencados na Lei. 8078/90 o então Código de Defesa do Consumidor, sendo o direito a proteção a vida, a saúde, a segurança, a educação , sobre o consumo, a liberdade de escolha, igualdade nas contratações, direito a informação, proteção contra publicidade enganosa ou abusiva, direito a proteção contratual, a prevenção e reparação de danos, acesso a justiça, direito a inversão do ônus da prova, direito a adequação e eficaz prestação dos serviços públicos (TARTUCE, 2016).

O artigo 6º do código de defesa do consumidor em seu inciso I, prevê o direito a proteção a vida, saúde e segurança, contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados nocivos e perigosos. Pode se dizer que trata da dignidade da pessoa humana, é garantia fundamental que respalda todos os demais princípios e normas aquelas estabelecidas pela Constituição Federal. Assim antes do consumidor comprar um produto ou utilizar um serviço o fornecedor deve alertá-lo de todos os possíveis riscos que podem oferecer a saúde e segurança (CDC, 1990).



No direito à educação sobre o consumo, liberdade de escolha e igualdade nas contratações, o consumidor tem o direito de ser orientado sobre o uso dos produtos e serviços, possui também o direito de escolher o produto e o serviço que achar melhor. Esses direitos estão previstos no artigo 6º inciso II (BRASIL, 1990).

Todo produto deve trazer informações claras sobre sua quantidade, peso composição, preço, riscos que apresenta e sobre o modo de utilizá-lo. O consumidor precisa estar bem informado, antes de comprar qualquer produto ou contratar qualquer serviço, mesmo que este ainda não tenha sido adquirido pelo consumidor. Antes de contratar um serviço o consumidor tem o direito de saber todas as informações de que necessitar. O fornecedor tem a obrigação de esclarecer tudo o que for necessário sobre o produto ou serviço, mesmo que este ainda não tenha sido adquirido pelo consumidor. O direito à informação encontra-se referido no inciso III do artigo 6º:

III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem (BRASIL, 1988).

O direito de produção contra publicidade enganosa ou abusiva se embasa a boa-fé e a transparência na relação de consumo. Esse direito está disciplinado no inciso IV artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor. O dispositivo prevê que o consumidor possui o direito de exigir que tudo o que for anunciado seja cumprido, se caso não for cumprido é seu direito de cancelar o contrato e receber o dinheiro de volta (FILOMENO, 2015).

A publicidade é a propaganda de um produto ou serviço, cada publicidade deve ser fácil de entender, a publicidade enganosa é verificada quando as informações sobre o produto/serviço oferecidas pelo fornecedor não correspondem à realidade, enquanto a propaganda abusiva é identificada pela agressividade, podendo causar ao consumidor algum comportamento prejudicial ou ameaçador à saúde. A proteção contra a publicidade enganosa e como a abusiva, decorre diretamente do princípio da vulnerabilidade do consumidor (TARTUCE, 2016).

O consumidor é a parte mais frágil da relação de consumo e como tal deve ser protegido dos atos praticados pelo fornecedor que tenha como intenção prejudicar estes. Assim, é proibida a prática de determinados atos como publicidade que induzam a realidades que não existem, tal como acontecem em algumas campanhas de produto de beleza que induzem a um fato que não é comprovado cientificamente; ou a inserção nos contratos de cláusulas que visam beneficiar somente o fornecedor, tal como cláusula de juros abusivos (NUNES, 2008).

O direito contratual funda-se ao princípio da autonomia da vontade, onde estabelece um amplo aspecto de realização de negócio jurídico a ser tratado entre as partes contratantes. O artigo 4º da lei 8.078/90 reconhece a indenizabilidade do consumidor no mercado de consumo, assim estabelece proposições que se transpõem para a defesa de direitos individuais, coletivos e difusos, a harmonizar os interesses sob comando constitucional do artigo 170 da constituição de 88, pelo qual é o direito do consumidor o princípio fundante da própria ordem jurídico-econômica e constitucional (NUNES, 2008).

O Código de Defesa do Consumidor, prevê que os contratos precisam ser escritos de forma clara e simples para que todos os clientes possam entender o conteúdo, sabendo quais são os direitos e deveres que eles possuem. As cláusulas absurdas e abusivas podem ser questionadas judicialmente e posteriormente declaradas sem valor. A revisão contratual é também um direito do consumidor, ao ocorrer fato posterior à formação da relação de consumo, do qual nenhuma das partes podia prever, e em virtude deste o consumidor passar a ter uma prestação maior do que havia anteriormente contratado, deve haver a revisão contratual a fim de que seja restabelecido o equilíbrio contratual (CDC, 1990).

O direito à prevenção e reparação de danos, está previsto no art. 6º, inciso VI do código de defesa do consumidor. A reparação de danos possui a necessidade de se pautar tanto no prejuízo sofrido pelo consumidor sendo ele material ou moral bem como ter caráter punitivo para o fornecedor, evitando assim reincidências. O

dispositivo prevê que, caso o consumidor tenha sido prejudicado por determinada situação tem o direito de ser indenizado com a aplicação da responsabilidade civil objetiva do fornecedor, ou seja, o fornecedor responderá independentemente de culpa pelos danos causados ao consumidor. A efetiva prevenção e reparação de danos sendo eles patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, essa reparação decorre de que todos pratiquem ato ou fato ilícito tem o dever de indenizar, assim o fornecedor que praticar qualquer ato ilícito contra o consumidor, mesmo sendo de exclusividade moral deve repará-lo (TARTUCE, 2016).

O artigo 6º, inciso VII do Código de Defesa do Consumidor, prevê o acesso aos órgãos judiciário e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados, o efetivo acesso ao judiciário. Assim quando o consumidor tiver seus direitos violados, tem o direito de recorrer à justiça para reprimir ou prevenir qualquer insatisfação ao produto ou serviço, seja pela falsa expectativa, seja pela existência de vício ou defeito. O direito ao acesso à justiça dá ao consumidor a oportunidade de ver o seu conflito resolvido de forma mais rápida. Para isso foi criado em 1995, pela Lei n. 9099, os juizados especiais cíveis e de defesa do consumidor, permitindo processos de menor potencial ofensivo até 20 (vinte) salários mínimos, buscar seus direitos face aos fornecedores, sem a necessidade da assistência de um advogado, com rito mais rápido (BRASIL, 1990).

O Código de Defesa do Consumidor facilitou a defesa dos direitos do consumidor, permitindo a inversão do ônus da prova, ou seja, a critério do Juiz; sendo identificadas a possibilidade das alegações e a hipossuficiência do consumidor, é possível determinar que o fornecedor produza as provas, sendo uma proteção importante trazida pelo CDC onde estabelece a igualdade e o equilíbrio da relação processual entre consumidor e fornecedor. Pode se citar também o Código de Processo Civil, que trata como regra, aquele que alega o fato é quem possui obrigação de fazer a prova do mesmo, muitas vezes o consumidor em desvantagem tanto financeira como técnica e jurídica não tem como fazer prova do dano

provocado pelo fornecedor. Nessas hipóteses o Código de Defesa do consumidor determina que a obrigação de fazer a prova é do fornecedor ainda que de fato negativo (LUCCA, 2002).

A eficiência exarada no artigo 22 do CDC, passou a ser redundante desde que foi inserida no artigo 37 da Constituição Federal em 1998 na Emenda Constitucional, ser eficiente concretiza-se na atividade administrativa de modo a conseguir mais efeitos positivos aos administrados, assim só não basta haver adequação, nem estar a disposição das pessoas, também é preciso que o serviço oferecido seja realmente eficiente, é importante cumprir sua finalidade, ter eficiência remete aquilo que funciona. O Código de Defesa do Consumidor traz normas que asseguram a qualidade de prestação de serviços públicos, bem como o bom atendimento ao consumidor em serviços públicos, tanto os serviços da Administração Pública, quanto por suas concessionárias. Sendo esse o último direito básico do consumidor, pode se dizer que é o reconhecimento de que os órgãos da administração direta e indireta também são fornecedores para os fins de incidência do Código de Defesa do Consumidor, desta forma, todos que contratam com eles são considerados consumidores (ALMEIDA, 2000).

### **2.3 A fiscalização exercida pelo Estado e as sanções aplicáveis no descumprimento do CDC.**

O Código de Defesa do Consumidor estabelece a competência legislativa dos entes da federação dispondo que a União, os Estados e o Distrito Federal, nas suas áreas de atuação administrativa, legislarão de forma concorrente em relação à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviço. Em seu artigo 55 parágrafo primeiro, esses entes possui a responsabilidade de fiscalizar e controlar a produção, a industrialização, a distribuição, a publicidade de produtos e serviços 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 (ANDRADE, 2015).

Nos Estados e municípios existem os PROCONs e outros órgãos afins de proteção ao consumidor como as secretarias de saúde e agricultura. A responsabilidade de apuração administrativas é exercida pelo DPDC, que coordena o SNDC, bem como pelo Órgão de Proteção do Consumidor o PROCON (FILOMENO,2015).

Segundo João Batista de Almeida, os PROCONs possui a missão de orientar, proteger e defender os direitos e interesses dos consumidores, tendo também a missão de estimular a criação de órgãos municipais de defesa do consumidor, no respectivo território, tendo como principais atividades, a orientação, a mediação, a fiscalização, e as pesquisas em favor dos consumidores (ALMEIDA,2000).

Instituído pela Lei nº 9192/1995 o PROCON, tem objetivo elaborar e executar a política estadual de proteção e defesa do consumidor, representa portanto, a Administração Pública, com papel ativo, dentre seus objetivos está, receber, analisar, encaminhar e acompanhar o andamento das reclamações, consultas, denúncias e sugestões de consumidores ou de entidade que os representem, prestar aos consumidores orientação sobre seus direitos, desenvolver programas educativos, estudos e pesquisas na área de defesa do consumidor, fiscalizar a execução das leis de defesa do consumidor e aplicar as respectivas sanções. O PROCON é o principal órgão responsável pela defesa dos direitos e interesses do consumidor (FILOMENO,2015).

A competência do PROCON se mostra essencial, posto que concentra no mesmo órgão os exercícios fiscalizados, e protetor. No estudo do mercado e na convivência com os consumidores, tem maior possibilidade de identificar ilícitos do fornecedor, e se necessário, aplicar a sanção educativa (ANDRADE, 2015).

A Lei 1878/90 traz algumas sanções previstas em seu artigo 56, sendo elas: multa, apreensão do produto, inutilização do produto, cassação do registro do

produto junto ao órgão competente, proibição de fabricação do produto, suspensão de fornecimento de produto ou serviços, revogação de concessão ou permissão de uso, cassação de licença do estabelecimento de obra ou de atividade, intervenção administrativa e a imposição de contrapropaganda (FILOMENO, 2015).

A aplicação da pena de multa observará a gravidade da infração, a vantagem auferida pelo fornecedor e a condição econômica do fornecedor. A multa consiste em uma quantia de natureza não tributária, mas sim de penalização, a multa em nenhum momento possuirá caráter confiscatório e os valores arrecadados pelos Estados, Distrito Federal e Municípios serão recolhidos aos fundos de proteção ao consumidor (FILOMENO, 2015).

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, 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 (FILOMENO, 2015).

O Estado é o responsável legal pela fiscalização de tudo o quanto acontece no mercado de consumo, ao referir Estado, lembre-se de todos os entes da Federação nas suas esferas de competência. A grande parte dos produtos e serviços oferecidos no mercado tem uma certa autonomia em relação à fiscalização do Estado, como a indústria e comércio de vestuário, a produção e distribuição de livros, jornais e revistas, a oferta de cursos livres, etc. Pode se observar a autonomia no que citamos acima, pois a maioria das vezes passamos por situações onde percebemos a falta da fiscalização do ente responsável, se houvesse a fiscalização que precisa seria menor o transtorno passado pelo consumidor (FILOMENO, 2015).

O mercado de consumo resolve suas questões por conta própria, como se existisse uma “lei” de mercado capaz de corrigir os excessos e as faltas, na falta de fiscalização os empresários e as grandes corporações tiram proveito e pioram a qualidade de seus produtos e serviços, para gerar mais lucros e acabam correndo mais risco de oferecer piores produtos e serviços ao consumidor (FILOMENO, 2015).

Como a regra do mercado de consumo é faturar mais e mais, ainda que piore a qualidade e segurança dos produtos e serviços, é necessário maior participação do Estado diretamente na economia. O Estado comete um grave erro saindo do mercado, deixando que este resolva os próprios problemas criados, onde muitas das vezes é apenas o Estado que consegue resolver (MEIRELLES, 2010).

A fiscalização é de competência conjunta entre os entes da federação, órgãos correspondentes, entidades civis de defesa do consumidor, bem como o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, sendo exercida por agentes fiscais oficialmente designados e vinculados a cada órgão. As entidades e órgãos da Administração Pública, que possuem a finalidade de defender os direitos do consumidor, são competentes para apurar e punir, administrativamente, as infrações relacionadas ao tema. Estas entidades e órgãos poderão possuir âmbito federal, estadual ou municipal, dependendo da abrangência e natureza da infração administrativa aos direitos do consumidor (FILOMENO, 2015).

## **CAPÍTULO III – UMA ANÁLISE SOBRE A QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA BANDA LARGA E A EFETIVIDADE DO ESTADO NA FISCALIZAÇÃO.**

O presente capítulo tem como objetivo apresentar os conceitos gerais sobre a internet e a banda larga, a qualidade do serviço de banda larga e a fiscalização do Estado sobre esses serviços.

A internet se tornou uma ferramenta essencial na vida de todos, praticamente toda a sociedade necessita da Internet para sobreviver, mas afinal o que realmente é a Internet? Pode se dizer que Internet é uma rede em que se conecta as tecnologias dos dias atuais. Considera-se Internet como um fenômeno, pois graças a ele existe a possibilidade de coletar e trocar informações acerca de qualquer assunto em qualquer lugar e horário no mundo. A internet com o decorrer dos anos foi se aperfeiçoando e tornando assim mais rápida, a banda larga é um conjunto de transmissões de dados de conexão e acesso à internet , conhecida como conexão de alta velocidade.

### **3.1- Conceitos gerais sobre internet e banda larga.**

Internet é uma rede mundial de computadores, que inclui desde grandes computadores como micros de pequeno porte, como PCs e Notebooks. Esses equipamentos são interligados através de linhas comuns de telefone (modem), linhas de comunicação privadas, cabos submarinos, cabos ópticos, canais de



satélite e diversos outros meios de telecomunicação. A palavra internet vem de “inter” que vem de internacional e “net”, que significa rede, ou seja, rede de computadores mundial, já citado acima. Para se ligar à internet é preciso configurar um plano com um Fornecedor de Serviços Internet, que é uma empresa onde permite o acesso à internet e a outros serviços da Web. Esta empresa fornece diversas formas para se ligar, incluindo acesso telefônico, cabo, fibra ótica ou Wi-Fi a famosa internet sem fio, com essas diferentes ligações determina a velocidade do acesso à internet (COMER, 2001).

A origem da internet é datada em 1960, quando os Estados Unidos encomendaram uma pesquisa para construir uma forma de comunicação segura e sem falhas através de redes de computadores. Embora este trabalho, juntamente com projetos no Reino Unido e na França, tenha levado a criação de redes precursoras importantes, ele não criou a internet de fato. Entretanto a internet surgiu oficialmente em 1993, onde se utilizava apenas por governos e de natureza acadêmica, e passou a estar presente nos diversos segmentos de empresas, residências, e etc (DANTAS, 2002).

As conexões para acessar a internet também evoluíram muito com o passar dos anos, tornando-a cada vez mais rápidas e práticas, no período entre a década de 1990 e o início dos anos 2000, notou-se um rápido crescimento do uso da internet, por conta das inovações tecnológicas que foram sendo criadas a partir dela (CASTELLS, 2003).

A internet é o conjunto de redes de computadores que, espalhados por todas as regiões do planeta, conseguem trocar dados e mensagens utilizando um protocolo comum. Este protocolo compartilhado pela internet é capaz de unir

vários usuários particulares, entidades de pesquisa, órgãos culturais, institutos militares, bibliotecas e empresas de todos os tipos em um mesmo acesso. Ela então é formada por computadores comuns e por outros especiais, chamados de servidores, que são máquinas com grande poder de processamento e conexões velozes, esses servidores são controlados por universidades, empresas (DANTAS, 2002).

A internet possui um alcance e uma abrangência ímpar, podendo auxiliar inclusive mídias eletrônicas e impressas, uma vez que uma informação pode ser acessada de qualquer lugar do mundo e a qualquer hora, por uma única pessoa. Atualmente é possível encontrar computadores conectados à internet em praticamente todos os lugares como empresas, lares, escolas, universidades, clubes, igrejas. Ela não está ligada somente nos computadores, mas também em celulares, tablet até mesmo em relógios, televisões. As pessoas que já utilizam esse meio de comunicação experimentam cada vez mais alterações em seu modo de vida por meio da internet (COMER, 2001).

Para o funcionamento da internet existem os protocolos, que é o conjunto de regras que as máquinas adotam para completar tarefas, sem esse conjunto de regras a comunicação entre os dispositivos não aconteceria. São os protocolos que fornecem método e a língua comum que as máquinas usam para transmitir dados, existem diversos protocolos na internet, um deles é o “http”, usado para ver sites no navegador, aparece na frente de qualquer endereço web. Os sites se comunicam usando pacotes, que são pequenas quantidades de informação. Eles possuem cabeçalhos e rodapés que dizem aos computadores o que está no pacote e como a informação se encaixa com outros pacotes para criar o arquivo inteiro. Quando o servidor do site que se deseja acessar já se comunicou com o da companhia da internet utilizada, a página vai sendo carregada dependendo da velocidade contratada (CASTELLS, 2003).

Diferente de sistemas de comunicação mais antigos, os protocolos da internet foram desenvolvidos para serem independentes do meio físico de transmissão. Qualquer rede de comunicação, seja através de cabos ou sem fio, que seja capaz

de transportar dados digitais de duas vias é capaz de transportar o tráfego da Internet. Por isso, os pacotes da internet podem ser transmitidos por uma variedade de meios de conexão tais como fibra ótica, redes sem fio ou por satélites. Juntas, todas essas redes de comunicação formam a internet (CASTELLS, 2003).

Banda larga se refere a um conjunto de transmissão de dados de conexão e acesso à internet. Banda larga é uma das melhores opções desde que permite para desfrutar de uma maior taxa de dados, o que acontece com acesso via dial-up, além disso a banda larga permite manter um acesso permanente à internet, sem quebrar a conexão de telefone, desde que eles recorrem a modems externos (SANCHES, 2007).

Banda larga também pode aparecer em muitos lugares como “conexão de alta velocidade” ou “alta velocidade internet”. Enquanto que o dial-up pode atingir uma velocidade máxima de 56 kbits por segundo, banda larga funciona com um mínimo de 256 kbits por segundo, atingindo 2 Mbits por segundo. Um dos detalhes fundamentais de banda larga é que permite uma conexão constante à internet, mas para muitos especialistas, essa situação gera o número de usuários simultaneamente, usando o serviço para crescer tão notório, conseqüentemente, causando problemas na informação de tráfego, bem como a conexão (SANCHES, 2007).

Por outro lado, os preços tendem a oferecer o serviço de banda larga é baseado em uma taxa fixa que não aumenta a quantidade de utilitário que é dado ao serviço independentemente. Ao contrário de dial-up, banda larga, em seguida, oferece maior velocidade a um preço fixo e seguro. Banda larga baseia-se o uso das tecnologias DSL e modems a cabo. No entanto a tecnologia Wi/Fi, o que precisa sem fiação, está crescendo cada vez mais, especialmente para aqueles usuários que vivem em áreas sem tecnologias ou recursos para desenvolver sistemas complexos de moldem a cabo. A fibra ótica, o material usado para a transmissão

de dados em banda larga, tem provado para ser muito mais eficiente do que cobre e muito mais eficaz em relação a dinâmica possível (TEIXEIRA, 2015).

Banda Larga é a conexão da internet que possui velocidade acima de 128kbps de forma ininterrupta, dispensando qualquer linha telefônica. Isso significa que ela nada mais é do que o envio e o recebimento de dados de forma muito acelerada. A Banda Larga possui diversas vantagens, uma delas é o tempo de conexão que persiste por 24 horas, com essa disponibilidade e velocidade, ela garante que arquivos de diferentes tipos podem ser compartilhados e tudo pode ser feito ao mesmo tempo (DANTAS, 2002).

### **3.2- A qualidade de serviços de banda larga.**

A Banda Larga possui diversas tecnologias, através delas é possível verificar a qualidade da mesma. As redes de telefonia convencionais são utilizadas para transmitir dados em alta velocidade, conhecida no Brasil por conexão ou link dedicado que foi superado pela rede ADSL. Esta sigla é um tipo de conexão ADSL que permite a transferência digital de dados em alta velocidade por meio de linhas telefônicas comuns. É o tipo de conexão à internet em banda larga mais usado no Brasil, e um dos mais conhecidos no mundo, tem a característica principal de que os dados podem trafegar mais rápido em um sentido do que em outro (COMER, 2001).

A grande vantagem do ADSL é que o usuário é conectado ponto a ponto com a central telefônica, sem precisar compartilhar sua linha com outros usuários, contrariamente ao modem a cabo. O modem ou roteador ADSL pode ser ligado ao computador via uma placa ethernet, através de uma porta USB ou ainda em sem fio. A tecnologia ADSL divide a linha telefônica em três canais virtuais, para voz, para download de velocidade alta, e para upload com velocidade média se comparado ao canal de download (COMER, 2001).

A banda larga através de suas tecnologias consegue oferecer para os usuários uma conexão melhor com alta velocidade. Mesmo com essas tecnologias o serviço prestado nem sempre é de boa qualidade, em 2010 várias associações entraram em uma campanha no *site* [campanhabandalarga.redelivre.org.br](http://campanhabandalarga.redelivre.org.br) contra a má qualidade de Internet oferecida no Brasil. Em dezembro de 2015 a associação Proteste entrou com ação civil pública na Justiça Federal contra Claro/Net, Vivo, GVT, Oi e TIM devido ao serviço de má qualidade oferecido por essas empresas. A associação pediu transparência e desconto nas faturas dos clientes lesados, indaga assim a Proteste, que as empresas não cumprem nem 60% das metas fixadas pela Agência Nacional de Telecomunicações ANATEL quanto a velocidade contratada e a efetividade oferecida, milhões de consumidores vêm sendo lesados há anos, ao pagar por um serviço em desacordo com as regras e que não oferece a qualidade esperada (TEIXEIRA, 2015).

Na maioria das vezes as prestações de serviços não são fornecidas como contratado pelo consumidor, onde gera diversas reclamações e até mesmo ações contra as empresas que fornecem o serviço. Infelizmente a realidade do serviço de banda larga de internet no Brasil, possui rápida popularização e expansão, mas com qualidade ruim, de acordo com um levantamento internacional realizado em 2010, a banda larga teve crescimento de 71% no País em relação ao ano anterior, foram 14,2 milhões de novos assinantes, segundo dados da Associação Brasileira de Telecomunicações. Na contramão dessa expansão, o Brasil caiu oito posições no ranking mundial de velocidade de banda larga em relação a 2010. O País ficou na 76ª posição de um total de 168 países analisados, segundo uma consultoria mundial que compara e classifica as velocidades de download feitos por consumidores. O Brasil está atrás de Gana e Cazaquistão, que ocupam o 39º e o 52º lugares (FAUSTO, 2010).

A qualidade do serviço resulta em problemas, diversos consumidores já enfrentou dificuldades com a conexão, o publicitário Carlos Baumann, de 55 anos disse : “Quase tive problemas na empresa onde trabalho”, o mesmo ficou com alguns projetos atrasados por causa da indisponibilidade do serviço. O engenheiro

Flávio Tadão Yamaguchi, de 35 anos, também teve problemas com a rede, e relata que quase nunca conseguia navegar, e que a conexão caía inúmeras vezes. Assim como o publicitário e o engenheiro, existem diversos outros relatos da má qualidade do serviço, para os consumidores, é injusto o preço cobrado pelo que é realmente fornecido (FAUSTO, 2010).

Em apenas um ano a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) recebeu cerca de 5.510 reclamações a mais sobre a banda Larga. Até dezembro de 2009, foram registrados 11.853 relatos. Durante o ano de 2010, foram em torno de 17.363 reclamações. As entidades de Defesa do Consumidor estão atentas ao problema, tanto que há dois anos a Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (Pro Teste) pediu que o Ministério Público averiguasse o tamanho do prejuízo dos consumidores. “A internet é essencial. Tem de ser oferecida pelo Poder Público. O Estado tem de garantir o serviço”, diz a advogada do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), Veridiana Alimonti.

### **3.3 A efetividade da fiscalização do Estado sobre esses serviços.**

A Agência Nacional de Telecomunicações é uma autarquia federal de natureza especial, caracterizada por sua independência administrativa, ausência de subordinação hierárquica, mandato fixo e estabilidade de seus dirigentes e autonomia financeira (COMERGE, 2015).

O modelo de fiscalização contra empresas que ofertam serviços de internet e telefonia, as chamadas teles, são submetidas a uma vigilância que normalmente resulta na aplicação de uma multa, ou seja, um paradigma com foco na punição. Mas será que somente isso resolve o problema do consumidor?. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), entende que não, por esse motivo a agência reguladora apresentou no ano de 2017, uma proposta que prevê uma mudança na atuação desse órgão público a partir de revogação do Regulamento de Aplicação de Sanções Administrativas. Isso significa que a Anatel quer priorizar uma fiscalização na atuação e na orientação por resultado e direcionamento por

gestão de riscos das empresas. Em outras palavras, segundo Carlos Baigorri, superintendente executivo da Anatel, o órgão busca siar da aplicação de penalidade como única medida para solucionar eventuais infrações (BAIGORRI, 2017)

Ainda de acordo com Baigorri, o projeto piloto prevê a atuação em diversos temas, mas com destaque para três áreas de extrema importância para o consumidor: oferta e contratação de serviços, monitoramento da qualidade do tratamento das reclamações e cobrança de serviços e o problema relacionado a questão da velocidade de banda larga inferior ao contratado. Haverá também mudança na atuação da Anatel em assuntos que dizem respeito a rotina das empresas que são elas: oferta de infraestrutura de atacado, transferência de controle societário, composição acionária e societária, outorga (licenciamento de estações de radiodifusão), recursos de numeração, análise de canal ou faixa de frequência, direito dos consumidores (fidelização) (BAIGORRI, 2017).

Na sociedade brasileira e nos meios de comunicações existe um intenso debate acerca dos rumos da Internet no desenvolvimento socioeconômico do país. Tendo em vista as novas perspectivas proporcionadas pela Internet e da sua importância para cada pessoa e empresa, a Anatel, realizou uma consulta pública para receber sugestões acerca dos problemas resultantes das tarifas de chamadas do STFC (Serviço Telefônico Fixo Comutado) na Internet e da falta de Provedores de Acesso espalhados no território nacional, sendo que a maioria deles se concentra no Sul e Sudeste. Esta consulta pública objetiva apresentar um estudo para a implementação da universalização dos serviços de Telecomunicações e a inclusão digital da sociedade brasileira na era da Informação (COMER, 2001).

A ANATEL na apresentação dos resultados da Consulta Pública, que a Internet não faz parte dos serviços de Telecomunicações, sendo considerado um Serviço de Valor Adicionado aos serviços de Telecomunicações, pois traz “novas utilidades relacionadas ao acesso, armazenamento, apresentação, movimentação

ou recuperação de informações”, conforme o determinado no art. 61 caput da Lei de Telecomunicações. Tais argumentos de forma alguma, podem afastar a ANATEL da regulamentação e fiscalização da Internet no Brasil (COVERGE, 2015).

É necessário analisar os aspectos técnicos e jurídicos inerentes ao funcionamento das redes de telecomunicações, tal como descrito no artigo 60 da Lei de Telecomunicações, que define no seu § 1º:

Telecomunicação é a transmissão, emissão ou recepção por fio, radioeletricidade, meios ópticos ou qualquer outro processo eletromagnético, de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza ( BRASIL, 1997).

A Internet em nada se diferencia, em sua infra-estrutura, de Telecomunicação, pois, em sua essência, é um serviço de transmissão de informações, sons e imagens, por meio de linha telefônica, cabo ou por sinais de rádio, de um emissor a um receptor, que podem ser tanto computadores como outros aparelhos eletrônicos. Dessa forma não há razão técnico-jurídica que fundamente a não-intervenção e omissão da ANATEL para fiscalizar e regulamentar as relações da Internet, relacionadas diretamente com a sua infra-estrutura. E dessa forma prescreve o art. 61, §2º da Lei de Telecomunicações, que diz:

É assegurado aos interessados o uso das redes de serviços de telecomunicações para prestação de serviços de valor adicionado, cabendo à Agência, para assegurar esse direito, regular os condicionamentos, assim como o relacionamento entre aqueles e as prestadoras de serviço de telecomunicações (BRASIL, 1997).



Assim sendo, não se requer que a ANATEL regulamente as relações jurídicas que surjam em razão da relação do Provedor com o usuário ou das relações advindas da utilização deste e pelo browser de navegação à Internet, por exemplo, crimes na Internet, spam, cookies, vírus. Mas sim das relações jurídicas existentes na infra-estrutura de Telecomunicações da Internet, no controle de tráfego de dados e informações, na atuação dos Provedores como prestadores de serviços de Telecomunicações, nas questões relacionadas com a Concorrência entre provedores e estes com as prestadoras de serviços de Telecomunicações (COVERGE, 2015).

A desregulamentação governamental do setor de Telecomunicações no Brasil gera sérios riscos à livre iniciativa e concorrência na infra-estrutura e no desenvolvimento da Internet e das Telecomunicações no Brasil. Não há qualquer fiscalização ou controle das atividades das prestadoras de serviços de Telecomunicações e dos Provedores de Acesso, nem regulação dos aparelhos e softwares que controlam os dados trafegados pela Rede. Assim, a Internet fica vulnerável, não somente aos ataques de hackers, mas à espionagem industrial, à cartelização de mercados, trusts, monopólios regionais e oligopólios nacionais, que impedem a universalização das Telecomunicações e, conseqüentemente, da inclusão digital de todos os brasileiros (COVERGE, 2015).

A ANATEL deve tratar, regular e discutir com a sociedade brasileira os aspectos relacionados com a infra-estrutura das telecomunicações e Internet. Como regular os aparelhos e ferramentas tecnológicas das telefônicas? Como impedir o monitoramento do fluxo de informações na Internet? Qual a responsabilidade civil das telefônicas sobre interceptações e invasões através de seus roteadores? Esta responsabilidade civil é subjetiva ou objetiva? Existem muitas outras indagações e colocações sobre o assunto que até hoje não foram feitas e que são de suma importância para a expansão e o incremento da Internet com vistas a permitir a inclusão digital do povo brasileiro á sociedade da informação (COVERGE, 2015).

Se a ANATEL responsável por este setor não coibir este liberalismo eletrônico atualmente vigente, a exclusão digital da população aumentará sensivelmente por falta de opções, além do que todas as informações trafegadas nas redes nacionais de telecomunicações ficarão sob o controle de poucos gigantescos grupos econômicos nacionais e estrangeiros, que vigiarão e monitorarão o dia-a-dia de qualquer pessoa e empresa na Internet, podendo utilizar ou disponibilizar as informações que adquiriram para benefícios próprios ou alheios, assim, obstruindo o desenvolvimento do conhecimento científico no Brasil e no mundo inteiro (COVERGE, 2015).

## CONCLUSÃO

O objetivo dessa pesquisa é analisar a qualidade da prestação de serviço de banda larga oferecido pelas operadoras, pois é um tema em que acontece no dia a dia de toda a população, tendo em vista que a grande maioria necessita de internet para sobreviver, sendo assim necessária uma internet de qualidade e com velocidade, mas infelizmente está sendo insatisfatório o serviço prestado.

Com a pesquisa é possível observar, que a banda larga possui diversas tecnologias, que tenta melhorar a qualidade da mesma. Uma dessas tecnologias usadas é a ADSL, a sigla de uma conexão que permite a transferência digital de dados em alta velocidade por meio de linhas telefônicas comuns, sendo a conexão mais usada no Brasil e uma das mais conhecidas do mundo.

No dia-a-dia pode se verificar que o serviço de internet contratado por um consumidor não é fornecido da forma apresentada antes da contratação, onde acaba ocasionando diversas reclamações e até mesmo ações contra as empresas que fornecem o serviço. Infelizmente a realidade do serviço de banda larga possui rápida popularização, justamente por apresentar um determinado serviço, mas fornecer outro. A qualidade do serviço resulta em problemas, diversos consumidores enfrentam dificuldades com a conexão ocasionando assim alguns transtornos.

Com base no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, onde trata dos direitos básicos do consumidor, traz algumas garantias de direito uma delas é a qualidade do serviço contratado, onde é possível observar na pesquisa as diversas reclamações dos consumidores, que não está sendo fornecido um serviço de qualidade através da banda larga.

O presente trabalho mostra que o consumidor é a parte mais frágil da relação de consumo e como tal deve ser protegido dos atos praticados pelo fornecedor que tenha como intenção prejudicar estes. É possível verificar na pesquisa que existe alguns órgãos responsáveis em proteger o consumidor, um deles são os PROCONs, que tem objetivo elaborar e executar a política estadual da proteção e defesa do consumidor, representa a Administração Pública, com papel ativo, dentre seus objetivos está receber, analisar, encaminhar e acompanhar o andamento das reclamações, consultas, denúncias e sugestões de consumidores, pode se dizer que o PROCON é o principal órgão responsável pela defesa dos direitos e interesses do consumidor.

A Agencia Nacional de Telecomunicações, recebeu cerca de 5.510 reclamações a mais sobre a banda larga em apenas um ano, até dezembro de 2009 foram registrados 11.853 relatos de má qualidade da banda larga, na presente pesquisa pode se notar que no passar dos anos esses números de reclamações só aumentam, tanto que há alguns anos a Associação Brasileira de Defesa do Consumidor pediu que o Ministério Publico averiguasse o tamanho do prejuízo dos consumidores.

Existem fiscalizações contra empresas que oferecem serviços de internet e telefonia, geralmente ocorre através das chamadas teles, assim como outros tipos de serviços oferecidos pelos consumidores, o de internet também são submetidos a uma vigilância que normalmente resulta na aplicação de uma multa. Sabemos que só isso não resolve o problema dos consumidores, a ANATEL entende que não resolve mesmo e por esse motivo apresentou uma proposta que prevê uma mudança na atuação desse órgão publico, ou seja a Agencia Nacional de Telecomunicações, quer priorizar uma fiscalização na atuação e na orientação por resultado e direcionamento por gestão de riscos das empresas, o órgão busca sair da aplicação de penalidade como única medida para solucionar eventuais infrações.

Finalizando, a pesquisa desenvolvida espera colaborar, ainda que de maneira modesta, para a melhor compreensão da questão planteada, indicando observações doutrinárias e jurisprudenciais relevantes para a uniformização dos critérios objetivos que devem ser aplicados quando do confronto judicial com o tema.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Carlos Ferreira **Os direitos dos consumidores**. São Paulo Coimbra 1982.

ALMEIDA, João Batista. **A Proteção jurídica do consumidor**. São Paulo Saraiva, 2000.

ALMEIDA, Carlos Ferreira de **Curso de Direito do Consumidor** São Paulo Coimbra, 2005.

BRASIL. Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BRASIL, **Código de defesa do consumidor**. Brasília, Senado Federal, 1990.

BRASIL, **Lei 9.472/1997**, Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais nos termos da Emenda Constitucional nº8, de 1995.

BRASIL, **Código Civil** 53. Ed. São Paulo, Saraiva 2000.

CASTELLS, Manuel **A galáxia da internet reflexão sobre a internet, negócios e a sociedade**. São Paulo, Zahar, 2003.

COMER, Douglas, **Redes de computadores e Internet**. São Paulo, Bookman, 2001

CONVERGE **Atlas Brasileiro de Telecomunicações** São Paulo, Converge Comunicações , 2015.

DANTAS, Marcos **A lógica do capital informação** Rio de Janeiro, Contraponto, 2002

FILOMENO, José Geraldo Brito, **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo, Atlas, 1991.

FILOMENO, José Geraldo Brito, **Manual de direito do consumidor**, 10. Ed São Paulo Atlas 2010.

FILOMENO, José Geraldo Brito, **Tutela administrativa do consumidor**. São Paulo, Atlas 2015.

GRINOVER, Ada Pellegrini **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado** pelos autores do anteprojeto 10 ed. Revista, atualizada e reformulada Rio de Janeiro Forense 2011.

LUCCA, Newton. **Direito do Consumidor**. São Paulo, Quartier, 2008.

MEIRELLES, Hely Lopes. **Direito administrativo brasileiro**. 36<sup>o</sup> ed. atual. São Paulo: Malheiros Editores Ltda., 2010.

NUNES, Rizzatto, **Curso de Direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

SANCHEZ, Ricardo L. **O papel dos pequenos provedores de Internet e de serviços de telecomunicações no contexto da oferta de banda larga, na competição na última milha**. Artigo publicado em [www.teleco.com.br](http://www.teleco.com.br) 08 de julho de 2007.

SIDOU, Othon, **Proteção do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 1977.