

## PROJETO DE LEI DO SENADO Nº DE 2008

Determina a forma de realização de campanhas de chamamento dos consumidores (*recall*), relativas à periculosidade de produtos e serviços já introduzidos no mercado de consumo.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade ou nocividade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente, por escrito, ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC, da Secretaria de Direito Econômico - SDE, do Ministério da Justiça, ou órgão federal que vier a substituí-lo, aos órgãos estaduais de defesa do consumidor, bem como a todas as demais autoridades competentes.

§ 1º A comunicação deverá conter, além de outras informações que se fizerem necessárias, as seguintes:

I - identificação do fornecedor do produto ou serviço objeto do chamamento, informando:

- a) razão social;
- b) nome de fantasia;
- c) ramo de atividade;
- d) CNPJ/CPF;
- e) inscrição estadual;
- f) endereço, telefone e endereço eletrônico se houver;

II - descrição pormenorizada do defeito detectado, acompanhado das informações técnicas que esclareçam os fatos;

III - descrição dos riscos que o produto ou serviço apresenta, especificando todas as suas implicações;

IV - quantidade de produtos e serviços sujeitos ao defeito e o universo de consumidores que deverá ser atingido pelo chamamento;

V – forma de distribuição dos produtos e serviços objeto do chamamento, colocados no mercado, pelos Estados da Federação;

VI - data e modo pelo qual a periculosidade do produto ou serviço foi detectada pelo fornecedor;

VII - medidas adotadas para resolver o defeito e sanar o risco;

VIII - descrição pormenorizada do modo de realização da campanha publicitária de informação aos consumidores (Plano de Chamamento), de que trata o artigo 3º desta lei, sobre a periculosidade do produto ou serviço, informando:

a) a data de início e de fim da campanha (duração);

b) os meios de comunicação utilizados e frequência de veiculação;

c) as mensagens veiculadas;

d) os locais disponibilizados para reparação ou troca do produto ou serviço.

§2º Caso o fornecedor tenha conhecimento da ocorrência de acidentes decorrentes do defeito do produto ou serviço que originou o chamamento aos consumidores, com danos materiais ou à integridade física, deverá informar ainda:

a) o local e a data destes acidentes;

b) nome, endereço, telefone, endereço eletrônico e demais meios de localização das vítimas de que disponha;

c) descrição dos danos materiais e físicos ocorridos nos acidentes;

d) existência de processos judiciais nos quais tenha sido citado como réu, decorrentes do acidente, especificando as ações interpostas, o nome das partes, as Comarcas e Varas em que tramitam e os números de cada um dos processos;

e) as providências adotadas em relação aos danos materiais e físicos sofridos pelas vítimas.

§ 3º O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e os órgãos estaduais de defesa do consumidor poderão, a qualquer tempo, expedir notificação solicitando informações adicionais ou complementares referentes à comunicação de periculosidade ou nocividade de produto ou serviço e ao Plano de Chamamento apresentados.

Art. 2º O fornecedor deverá, além da comunicação de que trata o artigo anterior, informar imediatamente aos consumidores sobre a periculosidade ou nocividade do produto ou serviço por ele colocado no mercado, mediante campanha publicitária que deverá ser feita em todos os locais onde haja consumidores deste produto ou serviço.

§ 1º A campanha publicitária será veiculada na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço, e dimensionada de forma suficiente a que atinja o universo de consumidores adquirentes e utentes dos produtos ou serviços objeto do chamamento.

§ 2º Os anúncios publicitários deverão informar sobre o defeito que o produto ou serviço apresenta, bem como sobre os riscos decorrentes e suas implicações; as medidas preventivas e corretivas que o consumidor deve tomar e todas as demais informações que visem a resguardar a segurança dos consumidores do produto ou serviço, observado o disposto no Artigo 17 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

§ 3º Para informar aos consumidores sobre a periculosidade ou nocividade do produto ou serviço, além dos anúncios publicitários, poderá o fornecedor utilizar-se de outros instrumentos que entender aplicáveis ao caso, como correspondência, anúncios via internet, avisos por telefone, dentre outros.

Art. 3º O fornecedor deverá apresentar ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC, aos órgãos estaduais de defesa do consumidor e às demais autoridades competentes, relatórios de acompanhamento da campanha de chamamento aos consumidores, com periodicidade mínima de 60 (sessenta) dias, informando, pelo menos, o universo de consumidores atendidos (quantidade de produtos ou serviços efetivamente reparados ou trocados) até aquele momento e sua distribuição pelos Estados da Federação.

§ 1º O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e os órgãos estaduais de defesa do consumidor poderão, se a gravidade do problema e as circunstâncias fálicas assim indicarem, determinar a apresentação dos relatórios de acompanhamento em periodicidade inferior à estipulada no *caput* deste artigo.

§ 2º O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e os órgãos estaduais de defesa do consumidor poderão, a qualquer tempo, determinar a prestação de informações adicionais referentes à campanha de chamamento aos consumidores.

Art. 4º Ao término da campanha deverá o fornecedor apresentar relatório final ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e aos órgãos estaduais de defesa do consumidor onde constem, além de outras informações que se fizerem necessárias, as seguintes:

a) a quantidade de consumidores, tanto em valores numéricos quanto em percentual relativamente ao total, que foram efetivamente atingidos pelo chamamento, em termos globais e por Estados;

b) a justificativa para o percentual de consumidores eventualmente não atendidos (produtos ou serviços não reparados ou trocados);

c) identificação da forma pela qual os consumidores tomaram conhecimento do chamamento.

Art. 5º O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e os órgãos estaduais de defesa do consumidor poderão determinar, exclusiva ou cumulativamente, a prorrogação ou ampliação da campanha, às expensas do fornecedor, caso entenda que os resultados não foram satisfatórios.

Art. 6º O fornecedor não se desobriga da reparação ou substituição do produto ou serviço mesmo findo o prazo da campanha de chamamento.

Art. 7º O não cumprimento às determinações desta lei sujeitará o fornecedor às sanções previstas na Lei nº 8078/90.

Art. 8º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

## JUSTIFICAÇÃO

Verifica-se, hodiernamente, cada vez mais a ocorrência de produtos viciados colocados no mercado, que acabam se tornando instrumentos de acidentes de consumo para uma imensa gama de consumidores. Recentemente causou grande preocupação a ocorrência de diversas mutilações de dedos de consumidores resultantes do sistema de rebatimento do banco traseiro de um modelo de automóvel de grande vendagem no mercado.

A Lei 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor, tem norma específica determinando a realização de chamamento de consumidores para a reparação de partes viciadas em produtos que são colocados no mercado e, posteriormente à inserção, descobre-se que eram inseguros. O procedimento ficou comumente conhecido pela palavra *recall*, anglicismo já praticamente incorporado ao nosso vocabulário cotidiano.

Embora o Código de Defesa do Consumidor tenha sido promulgado no alvorecer da década de 90 foi somente com a impregnação da cultura de defesa

do consumidor na sociedade que as empresas começaram a adotar a prática do *recall* de forma sistemática.

Há uma portaria que trata do assunto no âmbito do Governo Federal, a Portaria 789/2001, mas não há uma lei que determine com maior precisão a forma pela qual o chamado *recall* deve ser realizado para aplicação em todos os níveis federativos. Assim, me parece importante normatizar esta questão de forma que o consumidor possa estar mais apropriadamente protegido dos acidentes de consumo. A presente proposição visa regular, de forma genérica e abstrata, todo o qualquer procedimento de *recall* que decorra de qualquer ato de fornecimento.

O *recall* tem, sabidamente, caráter preventivo, sendo um instituto jurídico complexo segundo o qual são impostos dois deveres aos fornecedores: o de informar sobre a periculosidade dos produtos e serviços, previsto no artigo 10 do CDC e o de fazer a reparação das partes viciadas, previsto no artigo 18, caput do mesmo diploma legal.

O presente projeto de lei cumpre importante função preventiva na proteção dos consumidores, o que, na sociedade de produção e consumo em massa como a que vivemos, é medida prioritária, porquanto se estará a proteger uma coletividade significativa de cidadãos.

A medida tem por objetivo possibilitar melhores condições para acompanhamento dos casos de *recall*, estabelecendo parâmetros mínimos de informações que o fornecedor deve prestar quando da comunicação.

É importante esclarecer que deixamos de impor o dever aos órgãos municipais de defesa do consumidor por entender que há desproporcionalidade entre imposição geral desta natureza aos fornecedores e o objetivo final de proteção do consumidor, o que de toda sorte dar-se-á pela comunicação aos órgãos estaduais.

Entre outras coisas, a proposição estabelece o conjunto das informações básicas que devem constar da comunicação, tais como: a descrição pormenorizada do problema detectado; a descrição dos riscos; a quantidade de produtos e serviços sujeitos ao problema; o universo dos consumidores que deverá ser atingido pelo recall, sua distribuição regional; a data e o modo pelo qual a periculosidade foi detectada pelo fornecedor; as medidas adotadas para sanar o risco e a descrição da campanha publicitária; a ocorrência de acidentes decorrentes do defeito do produto ou serviço, com danos materiais ou à integridade física, relacionando as eventuais vítimas; entre outras.

Além disso, o fornecedor deverá fornecer às autoridades relatórios de acompanhamento do andamento do processo de recall e relatório final.

É bom lembrar que a campanha de recall refere-se apenas ao chamamento dos consumidores pela mídia, rádio, televisão e jornais, sendo que a reparação do produto ou serviço deve ser realizada a qualquer tempo, mesmo findo o período de veiculação das mensagens.

Ante o elevado mérito da proposta aqui contida, peço o apoio dos nobres Parlamentares para sua aprovação.

Sala das Sessões,

Senador RENATO CASAGRANDE