

PARECER Nº , DE 2008

Da COMISSÃO DE MEIO AMBIENTE, DEFESA DO CONSUMIDOR E FISCALIZAÇÃO E CONTROLE, em decisão terminativa, sobre o PLS nº 190, de 2008, que *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.*

RELATORA: Senadora **MARISA SERRANO**

I – RELATÓRIO

O Projeto de Lei do Senado (PLS) nº 190, de 2008, de autoria do Senador Renato Casagrande, tem por objetivo dispor sobre a realização de campanhas de chamamento dos consumidores no caso de problemas relativos a produtos ou serviços já introduzidos no mercado de consumo.

A proposição contém oito artigos. O art. 1º trata das informações que devem constar da comunicação a ser feita aos órgãos de defesa do consumidor sobre a periculosidade ou nocividade do produto ou serviço. O art. 2º cuida da campanha publicitária destinada aos consumidores do produto ou serviço. O art. 3º dispõe sobre os relatórios bimestrais de acompanhamento que devem ser apresentados aos órgãos de defesa do consumidor. O art. 4º prevê a elaboração de relatório final do chamamento pelo fornecedor do produto perigoso ou nocivo. O art. 5º trata da determinação da prorrogação ou ampliação da campanha pelos órgãos de defesa do consumidor, no caso de resultado insatisfatório. O art. 6º prevê que o término do prazo da campanha de chamamento não desobriga o fornecedor a reparar ou substituir o produto perigoso ou nocivo. O art. 7º determina a aplicação das sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, no caso de descumprimento da lei resultante do projeto. O art. 8º prevê a imediata entrada em vigor da lei resultante do projeto.

Não foram apresentadas emendas à proposição.

II – ANÁLISE

Compete a esta Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle manifestar-se sobre a matéria em decisão terminativa.

O projeto cuida de matéria inserida na competência legislativa concorrente da União, dos Estados e do Distrito Federal. Cabe ao Congresso Nacional dispor sobre a matéria, sendo legítima a iniciativa parlamentar, nos termos do art. 61 da Lei Maior. Tampouco há norma constitucional que, no aspecto material, esteja em conflito com o teor da proposição em exame. Assim, não se vislumbra óbice algum quanto à constitucionalidade da medida. Não há vício de injuridicidade.

Acerca da técnica legislativa, são necessárias algumas alterações na redação do projeto para que sejam observadas as regras previstas na Lei Complementar nº 95, de 26 de fevereiro de 1998, com as alterações promovidas pela Lei Complementar nº 107, de 26 de abril de 2001. Propomos uma emenda, ainda, para alterar a ementa do projeto, com o objetivo de retirar de seu texto a palavra inglesa “recall”.

No mérito, somos favoráveis à aprovação do projeto. O seu conteúdo é bastante semelhante ao da Portaria nº 789, do Ministério da Justiça, de 24 de agosto de 2001, que atualmente regula a comunicação, no âmbito do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC, relativa à periculosidade de produtos e serviços já introduzidos no mercado de consumo.

O § 1º do art. 10 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, determina que o fornecedor, caso tenha conhecimento da periculosidade de produtos ou serviços posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

O objetivo do procedimento de chamamento dos consumidores é preservar a vida, a saúde, a integridade e a segurança do consumidor, bem como prevenir ou minimizar prejuízos de ordem material e pessoal. O serviço de reparo dos defeitos deve ser gratuito e a campanha de chamamento deve abranger todo o universo de consumidores expostos aos riscos decorrentes dos defeitos verificados nos produtos ou serviços.

Deve-se dar visibilidade e notoriedade aos casos de fornecimento de produtos ou serviços defeituosos que possam causar problemas, possibilitando aos consumidores o acesso às informações, de forma ampla e detalhada, sobre a real situação das ocorrências, evitando-se a concretização de novos acidentes de consumo.

III – VOTO

Pelos motivos expostos, manifestamo-nos pela aprovação do Projeto de Lei do Senado nº 190, de 2008, com as seguintes emendas.

EMENDA Nº – CMA

Dê-se a seguinte redação à ementa do Projeto de Lei do Senado nº 190, de 2008:

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

EMENDA Nº – CMA

Dê-se a seguinte redação aos arts. 1º, 2º, 3º, 5º e 7º do Projeto de Lei do Senado nº 190, de 2008:

Art. 1º

§ 1º

I -

a) nome empresarial;

.....

d) número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica ou no Cadastro de Pessoas Físicas da Receita Federal do Brasil;

e) número de inscrição na Secretaria de Fazenda Estadual ou do Distrito Federal;

f) endereço geográfico, número do telefone e endereço eletrônico;

.....

V – a distribuição, pelos Estados da Federação, dos produtos ou serviços objeto do chamamento;

VI – a data e o modo pelo qual o fornecedor detectou a periculosidade do produto ou serviço;

VII – as medidas adotadas pelo fornecedor para resolver o defeito e sanar o risco;

VIII - descrição pormenorizada da forma de divulgação dos anúncios publicitários de que trata o art. 2º desta Lei, contendo as seguintes informações:

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

.....

c) o conteúdo das mensagens veiculadas;

.....

IX – descrição de acidentes decorrentes do defeito do produto objeto da campanha, que tenham causado danos materiais ou à integridade física do consumidor, devendo informar:

a) o local e a data dos acidentes;

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

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

d) existência de processos judiciais decorrentes do acidente, especificando as ações interpostas, o nome dos autores e dos réus, 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.

§ 2º Ficam autorizados o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e os órgãos estaduais de defesa do consumidor, a qualquer tempo, a determinar a prestação de informações adicionais ou complementares referentes à comunicação de que trata este artigo.

Art. 2º O fornecedor deverá 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 do produto ou serviço.

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

§ 2º Os anúncios publicitários conterão a descrição do defeito que o produto ou serviço apresenta, os riscos dele decorrentes, as medidas preventivas e corretivas que o consumidor deve tomar, bem como quaisquer outras informações que visem a resguardar a segurança dos consumidores do produto ou serviço.

.....

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 dos consumidores, com periodicidade mínima de 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.

Parágrafo único. Ficam autorizados o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC e os órgãos estaduais de defesa do consumidor, a qualquer tempo, a determinar a prestação de informações adicionais referentes à campanha de chamamento dos consumidores.

.....

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

.....

Art. 7º O não cumprimento às determinações desta Lei sujeitará o fornecedor às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

.....

Sala da Comissão,

, Presidente

, Relatora