

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO**

FACULDADE DE DIREITO - COORDENADORIA GERAL  
DE ESPECIALIZAÇÃO, APERFEIÇOAMENTO E EXTENSÃO DA PUC-SP

**ASPECTOS GERAIS DO INSTITUTO  
DO *RECALL* NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

LIGIA LIMA GODOY

**ASPECTOS GERAIS DO INSTITUTO  
DO *RECALL***

Ligia Lima Godoy

Trabalho de Monografia Jurídica  
apresentado ao Curso de Pós-Graduação  
como parte dos requisitos para obtenção  
do título de Especialista na área  
de Direito das Relações de Consumo,  
sob a orientação da Professora Doutora e  
Mestre Fabíola Meira.

SÃO PAULO

2017

**ASPECTOS GERAIS DO INSTITUTO  
DO *RECALL* NA ATUALIDADE DO PAÍS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de especialista em Direito das Relações de Consumo

---

Orientadora Fabíola Meira

São Paulo, \_\_\_\_ de janeiro de 2017.

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso visa apresentar os aspectos gerais do instituto do *recall* no ordenamento jurídico nacional, bem como a visão atual dos tribunais e dos órgãos administrativos acerca do processo de chamamento.

Para tanto, o estudo abordará o conceito do *recall*, com nuances da natureza do instituto e legislação aplicável, mirando, sobretudo, no dever de informação e transparência previstos no Código de Defesa do Consumidor, como pilares de um mercado de consumo saudável.

Por meio deste trabalho, ainda, serão apresentadas as definições para cabimento do instituto, aí compreendida a diferenciação entre vício e defeito do produto e o risco à saúde e segurança do consumidor, segundo a legislação atualmente em vigor.

A metodologia do trabalho consiste na análise de legislação, doutrina e jurisprudência sobre o tema, bem como na utilização prática do instituto em nosso país, considerando os recentes avanços envolvendo a temática abordada e os principais projetos de lei em processamento.

PALAVRAS-CHAVE: *recall*; processo de chamamento; Portaria MJ 487/2012; saúde e segurança; nocividade e periculosidade; Código de Defesa do Consumidor.

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO: A SOCIEDADE DE CONSUMO E OS ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR</b> .....	6
1.1. A RESPONSABILIDADE OBJETIVA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	12
1.1.1. A RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR .....	14
1.2. DEVERES E PRINCÍPIOS QUE REGEM AS RELAÇÕES DE CONSUMO: O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA E O DEVER DE INFORMAÇÃO.....	18
1.3. BREVE DIFERENCIAÇÃO ENTRE VÍCIO E DEFEITO DO PRODUTO .....	21
<b>CAPÍTULO II – RECALL: CONCEITO, LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E NATUREZA</b> .....	27
2.1. O PROCESSO DE CHAMAMENTO – PROCEDIMENTO .....	30
<b>CAPÍTULO III - QUESTÕES PRÁTICAS ENVOLVENDO O RECALL</b> .....	38
3.1. A IMEDIATIVIDADE NO PROCEDIMENTO .....	38
3.2. CABIMENTO: O RISCO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR. RECALL SEM DEFEITO? .....	42
3.3. O CHAMAMENTO INDIVIDUAL: POSSIBILIDADE? .....	46
3.4. O CHAMADO RECALL BRANCO .....	49
<b>CAPÍTULO IV - PENALIDADES AO INFRATOR – NÃO REALIZAÇÃO DE RECALL</b> .....	52
<b>CAPÍTULO V - O RECALL AUTOMOBILÍSTICO: ANÁLISE DE IMPLICAÇÕES PRÁTICAS</b> .....	58
<b>CAPÍTULO VI - O RECALL NA ATUALIDADE: ENTENDIMENTO DOS TRIBUNAIS</b> .....	64
6.1. A AUSÊNCIA DE PRESUNÇÃO DE DEFEITO: ZELO PELA SAÚDE DO MERCADO DE CONSUMO .....	64
6.2. O RECALL NÃO ENSEJA DANOS MORAIS .....	68
<b>CAPÍTULO VII - CONCLUSÃO DO ESTUDO</b> .....	72
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	75

## CAPÍTULO I

### INTRODUÇÃO: A SOCIEDADE DE CONSUMO E OS ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Desde a sedimentação da Terceira Etapa da Revolução Industrial<sup>1</sup>, marcada por profundas evoluções no campo tecnológico decorrentes do binômico ciência-produção industrial, o mercado de consumo encontra-se em exponencial ascensão.

Como implicação, o homem passou a viver em função da sociedade de consumo, caracterizada pela existência de um número crescente de produtos e serviços, pelo domínio do crédito e a presença constante do *marketing*. Além de corroborar para melhores condições à qualidade de vida, o comércio se estabeleceu como fonte estratégica de política externa<sup>2</sup>. Logicamente, ampliando-se as relações comerciais, os conflitos daí decorrentes também se ampliaram, sendo necessária uma legislação específica para tutelá-los.

No Brasil, a regulamentação normativa direcionada para o direito consumerista chegou tardiamente. Apesar de o projeto para este fim específico ter surgido no país ainda em meados de 1977, a codificação dos direitos dos consumidores só teve início onze anos depois, a partir da promulgação da Constituição Federal de 1988, que previu no seu artigo 5º, inciso XXXII que “o Estado promoverá na forma da lei a defesa do consumidor” (“Constituição Federal”).

A esse respeito, cumpre destacar que a Constituição Federal de 1988, em seu Ato de Disposições Transitórias, apresentou a exigência de se sistematizar e ordenar o sistema infraconstitucional das normas de direito privado e público, por meio da criação de um código de defesa dos consumidores<sup>3</sup>. Nesse cenário é que sobreveio o Código de Defesa do

---

<sup>1</sup> Fase marcada pelo uso crescente de recursos da informática nos processos de produção industrial (automação).

<sup>2</sup> FEDERIGHI, Suzana Catta Preta. A prescrição e a decadência no Código de Defesa do Consumidor. Prescrição no Código Civil: uma análise interdisciplinar. Editora Saraiva, p. 419.

<sup>3</sup> ADCT, art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

Consumidor, aprovado pelo Congresso Nacional em 1990 (“Código de Defesa do Consumidor”).

Com sua vigência se iniciando em 11 de março de 1991, o *diploma consumerista* recém completou vinte e cinco anos no ordenamento pátrio, servindo como importante balizador nas relações mercadológicas que prosseguem em ascensão ante o fenômeno da globalização, apurado com a quebra de fronteiras decorrente do desenvolvimento das mídias digitais.

Desde sua promulgação, o Código de Defesa do Consumidor “*visa a resgatar a imensa coletividade de consumidores da marginalização não apenas em face do poder econômico, como também dotá-la de instrumentos adequados para o acesso à justiça do ponto de vista individual e, sobretudo, coletivo*”<sup>4</sup>. Assim é que, o Direito das Relações de Consumo passou a se constituir no país como um subsistema jurídico absolutamente autônomo. Não é uma parte do Direito Civil, nem do Direito Comercial, tampouco do Direito Administrativo, mas, sim, classificado como *um dos ramos do direito difuso*<sup>5</sup>.

O resultado da tardia implementação da norma de proteção específica no ordenamento jurídico trouxe máculas até hoje não superadas na prática. Isso porque, em praticamente todo o Século XX, os legisladores do país “*acabaram aplicando às relações de consumo a lei civil para resolver os problemas que iam surgindo*”<sup>6</sup>, e, por isso, a aplicação da lei vem ainda ocorrendo de modo equivocado em diversas oportunidades. A esse respeito, RIZZATO NUNES afirma que “*esses equívocos permanecem na nossa formação jurídica, ficaram na nossa memória influenciando na maneira como nós enxergamos as relações de consumo, e, atualmente, temos toda a sorte de dificuldade para interpretar e compreender um texto que é bastante enxuto [o Código de Defesa do Consumidor]*”<sup>7</sup>.

O papel da doutrina e da jurisprudência na correção desses equívocos é mister, de tal modo que, aos operadores do Direito, cabe o zelo na aplicação da lei e na construção de novos paradigmas que acompanhem a sociedade de consumo e não torne a intenção

---

<sup>4</sup> FILOMENO, José Brito. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000. p. 26,

<sup>5</sup> SANTANA, Hector Valverde. Prescrição e Decadência nas Relações de Consumo, Editora RT, vol. 22, pag. 44.

<sup>6</sup> NUNES, Rizzatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 5ª Edição. Editora Saraiva, p; 58.

<sup>7</sup> NUNES, Rizzatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 5ª Edição. Editora Saraiva, p; 58.

do legislador, de proteger o *vulnerável* na relação de consumo e manter um mercado de consumidor saudável, algo próximo de obsoleto.

Sendo o Código de Defesa do Consumidor *norma principiológica* de ordem pública, entendida como deflagradora de um microsistema jurídico, o *códex* prevê normas de cunho civil, administrativo e penal visando dar cumprimento ao regramento do mercado de consumo. O Código de Defesa do Consumidor, no âmbito da tutela civil, prevê como regra, a responsabilidade objetiva do fornecedor do produto e serviço; no âmbito da tutela penal prevê a imposição de multa e sanções para fazer valer suas previsões; e, no âmbito da tutela administrativa, prevê a implementação/criação de órgãos que atuem com *poder de polícia* na gestão das relações de consumo, com o objetivo de dar efetividade e coesão ao sistema.

A esse respeito, destaca-se que a tutela administrativa se dá por meio de diversos órgãos, sistematizados por meio do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (“SNDC”), que foi regulamentado pelo Decreto n. 2.181, de 20 de março de 1997, “*integrando órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municípios, incluindo ainda entidades civis de defesa do consumidor sem que haja, entre eles, hierarquia ou subordinação (art. 105, CDC)*”<sup>8</sup>.

Para coordenar esse conjunto de estruturas é que o artigo 106 do Código de Defesa do Consumidor e o artigo 3º do Decreto n. 2.181/97 previram a criação da Secretaria Nacional do Consumidor (“SENACON”), que integra o Ministério da Justiça e que, ao lado do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor da Secretaria Nacional do Consumidor (“DPDC”), Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor (“PROCONS”) e demais órgãos regulatórios, fiscaliza a observância às regras consumeristas no país.

Cumprir destacar, sobre a organização do sistema de consumo, o importante papel da SENACON, pois, “*além do planejamento, elaboração, coordenação e execução da Política Nacional das Relações de Consumo, a SENACON também atua na análise de questões que tenham repercussão nacional e interesse geral, na promoção e coordenação de diálogos setoriais com fornecedores, na cooperação técnica com órgãos e agências reguladoras, na*

---

<sup>8 8</sup> <http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/manual-do-direito-do-consumidor.pdf>



*advocacia normativa de impacto para os consumidores, na prevenção e repressão de práticas infratoras aos direitos dos consumidores<sup>9</sup>”.*

A SENACON tem atuação concentrada no planejamento, elaboração, coordenação e execução da Política Nacional das Relações de Consumo<sup>10</sup>. De acordo com o artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor, 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;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

---

<sup>9</sup> <http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/manual-do-direito-do-consumidor.pdf>

<sup>10</sup> <http://justica.gov.br/seus-direitos/consumidor>

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, define o artigo 5º da lei consumerista, ainda, que o Poder Público contará com os seguintes instrumentos, sem prejuízo de outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

E é, pois, no âmbito da SENACON que atualmente se processam os processos de chamamento objeto deste trabalho, razão pela qual o enfoque a este órgão será maior nesse estudo.

De acordo com os estudos e levantamentos realizados pela SENACON, em conjunto com o Departamento Nacional de Trânsito (“DENATRAN”), o procedimento do *recall* é crescente

no país<sup>11</sup>, sobretudo no setor automobilístico. Tanto que os órgãos passaram a atuar simbioticamente na regulamentação do mercado, editando, recentemente, o chamado “BOLETIM DE VEÍCULOS”, com apontamento comparativo dos processos de chamamento realizados nos últimos três anos e que adiante será melhor explicitado<sup>12</sup>.

A esse respeito, destaca-se que a postura dos órgãos administrativos de defesa do consumidor e a conscientização da população como um todo sobre os benefícios do processo de chamamento são fatores que contribuirão para o aumento gradativo da realização do *recall* no Brasil, embora ainda baixo se comparado com países da América do Norte e Europa.

Cite-se, por oportuno, que a SENACON, em meados de 2015, apresentou balanço dos *recalls* realizados no país em 2014, apontando um total de 120 casos, algo superior ao registrado em 2013, quando foram 109 campanhas realizadas e, ainda, superior à quantidade processada nos idos de 2012, quando houve a apuração de apenas 67 casos<sup>13</sup>. Esses dados refletem uma maior adesão dos fornecedores de produtos ao processo de chamamento e, sobretudo, uma maior atuação fiscalizatória dos órgãos regulatórios, entendendo-se que, atualmente, o mercado de consumo está mais protegido com a prática de *recall*.

Pois bem. Lançadas as considerações sobre o cenário geral acerca da tutela do direito do consumidor no país e, antes de adentrar ao objeto do estudo em questão, cumpre tecer breves esclarecimentos quanto à responsabilidade do fornecedor do produto no âmbito da legislação consumerista e, a partir daí, apresentar a diferenciação entre vício e defeito do produto, imprescindíveis às conclusões quanto ao cabimento do *recall* no âmbito da legislação nacional.

---

<sup>11</sup> De acordo com o levantamento, em 2015 teriam sido realizados 114 recalls; ao passo que em 2016, somente até o mês de junho, já havia anunciado 68 recalls (<http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016>).

<sup>12</sup> <http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

<sup>13</sup>VIDE: <http://www.exame.com.br/topicos/ministerio-da-justica> e <http://www.exame.com.br/topicos/recall>

## 1.1. BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE A RESPONSABILIDADE NO ÂMBITO DAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

Em breves linhas, cumpre destacar, a priori, que o Código de Defesa do Consumidor adotou inúmeros mecanismos com o intuito de fixar equilíbrio e igualdade nas relações de consumo, reconhecidas pela produção em larga escala de produtos e serviços.

Dentre tais mecanismos é certo afirmar que o Código de Defesa do Consumidor apresentou importante inovação ao reconhecer a responsabilidade objetiva e solidária dos fornecedores, conforme dispõe o *caput* do artigo 12 e do artigo 14 do referido diploma consumerista:

“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”.

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

A responsabilidade objetiva tem por finalidade facilitar a reparação integral do consumidor afetado por problemas de vício e defeito no produto ou serviço, razão pela qual será ele responsabilizado independentemente de ter agido com culpa, porquanto esta modalidade de responsabilidade é “*fundada no dever de segurança do fornecedor*<sup>14</sup>”.

A despeito desses esclarecimentos, destaca-se que a responsabilidade objetiva não é absoluta, vez que o § 3º do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor apresenta hipóteses excludentes da responsabilidade civil no âmbito consumerista. O fornecedor não poderá, pois,

---

<sup>14</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de responsabilidade civil. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008, pag. 17.

ser responsabilizado quando provar: (i) que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste; e (ii) a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros.

Em verdade, “a responsabilidade do fornecedor está fundada em um dever de diligência que, posto que geral, não é absoluto. Produtos colocados no mercado não devem acarretar riscos à saúde ou segurança, “exceto os considerados normais e previsíveis” (art. 8º), ficando o fornecedor obrigado a prestar as informações necessárias e, no caso dos produtos “potencialmente nocivos ou perigosos à saúde”, de maneira ostensiva e adequada (art. 9º). Apenas a elevada periculosidade implicará (ou legitimará) a proibição de comercialização (art. 10)<sup>15</sup>”.

Além disso, a despeito de haver discussão doutrinária<sup>16</sup> sobre o assunto, também se reconhece como excludentes de responsabilidade do âmbito do Código de Defesa do Consumidor os eventos causados por caso fortuito ou força maior.

A esse respeito, os Tribunais do país entendem que, como o “artigo 14, § 3º, II, adotou a teoria do risco da atividade, segundo a qual o fortuito externo apto a afastar a responsabilidade civil deve ser imprevisível e totalmente estranho ao risco da atividade desenvolvida pelo fornecedor”, de modo que “o fortuito externo é apto a romper o nexo causal, importando em excludente de responsabilidade civil”<sup>1718</sup>.

---

<sup>15</sup> <http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI215546,91041-Responsabilidade+objetiva+e+solidaria+no+CDC>

<sup>16</sup> Por um lado, Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin entende que “a regra no nosso direito é que o caso fortuito e a força maior excluem a responsabilidade civil. O Código, entre as causas excludentes de responsabilidade, não os elenca. Também não os nega. Logo, quer me parecer, que o sistema tradicional, neste ponto, não foi afastado, mantendo-se então, a capacidade do caso fortuito e da força maior para impedir o dever de indenizar”; e, de outro lado, entende Nelson Nery Júnior alia-se à corrente que não admite a força maior e o caso fortuito como excludentes da responsabilidade civil no Código de Defesa do Consumidor.

<sup>17</sup> VIDE: TJDF, Ap. 20140111634983APC, Rel. Simone Costa Lucindo Ferreira, j. 8.7.2015,

<sup>18</sup> VIDE, TJRS, Ap. n. 70053163994, Rel. Jorge Alberto Schreiner Pestana, j. 21.3.2013. “RESPONSABILIDADE CIVIL. DEMORA NO RESTABELECIMENTO DO FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA. DANOS MORAIS E MATERIAIS. CASO FORTUITO. EXCLUDENTE DE RESPONSABILIDADE CIVIL. 1. Interrupção no fornecimento de energia elétrica em consequência de temporais que atingiram parte significativa do norte do Estado. 2. “Embora o Código de Defesa do Consumidor silencie a respeito, o caso fortuito e a força maior atuam como excludentes do nexo causal também no microsistema consumerista.” precedente deste Tribunal. 3. Ocorrência de circunstância extraordinária que permite a consideração da excludente de responsabilidade civil da concessionária de serviço público. Inteligência do art. 14, §3º do CDC. NEGARAM PROVIMENTO À APELAÇÃO. UNÂNIME”.

Feitos esses esclarecimentos, passa-se, agora, a pormenorizar a responsabilidade objetiva do fornecedor no âmbito do Código de Defesa do Consumidor.

### 1.1.1 A RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR

O Código de Defesa do Consumidor define quem é considerado consumidor e quem é considerado fornecedor de produto ou serviço; essas definições são imprescindíveis à correta aplicação do instituto consumerista em determinado caso concreto.

De acordo com o artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, consumidor é o destinatário final do produto ou serviço – ou seja, aquele que retira o bem do mercado de consumo. Este dispositivo não faz distinção entre pessoas físicas e jurídicas. Aliás, o Código de Defesa do Consumidor equipara a consumidores todos aqueles que forem vítimas de acidentes de consumo ou que forem expostos às práticas abusivas nele arroladas, em seus artigos 17 e 29.

Doutrinariamente, para a conceituação de consumidor, há duas correntes: uma maximalista<sup>19</sup>; outra finalista<sup>20</sup>. Pela primeira, entende-se por consumidor aquele que

---

<sup>19</sup> “Já os *maximalistas* viam nas normas do CDC o novo regulamento do mercado de consumo brasileiro, e não normas orientadas para proteger somente o consumidor não profissional. O CDC seria um código geral sobre o consumo, um código para a sociedade de consumo, que institui normas e princípios para todos os agentes do mercado, os quais podem assumir os papéis ora de fornecedores, ora de consumidores. A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, segundo esta corrente, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário final seria o *destinatário fático* do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, consome, por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para reutilizar e a destrói” (BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 4ª ed., rev., atual. e ampl., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012, p. 91).

<sup>20</sup> “Para os *finalistas*, como eu, a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é parte vulnerável nas relações contratuais no mercado, como afirma o próprio CDC no art. 4º, inciso I. Logo, conviria delimitar claramente quem merece esta tutela e quem não necessita dela, quem é consumidor e quem não é. Os finalistas propõem, então, que se interprete a expressão ‘destinatário final’ do art. 2º de maneira restrita, como requerem os princípios básicos do CDC, expostos nos arts. 4º e 6º. Destinatário final seria aquele *destinatário fático e econômico* do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, segundo esta interpretação *teleológica*, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, leva-lo para o escritório ou residência – é necessário ser destinatário final econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu (...). Esta interpretação restringe a figura do consumidor àquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família, consumidor seria o não profissional, pois o fim do CDC é tutelar de maneira especial um grupo da sociedade que é mais vulnerável. (...)” (BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA,

efetivamente retira o bem do mercado, independentemente da finalidade desse ato econômico, abarcando-se, desse modo, também os consumidores que o fazem visando exercer suas atividades profissionais (insumo). Pela segunda corrente (finalista), considera-se como consumidor somente o destinatário fático e econômico do produto, que não o emprega em uso profissional, excluindo-se, assim, os profissionais e consumidores intermediários.

Atualmente, o Superior Tribunal de Justiça tem adotado a teoria finalista, excluindo da proteção do Código de Defesa do Consumidor o consumo intermediário, no qual o produto ou serviço retorna para a cadeia de produção, compondo o preço final de outro produto ou serviço. Contudo, em relação às pessoas jurídicas, essa teoria tem sido aplicada temperadamente, num processo denominado *finalismo aprofundado*, autorizando-se a aplicação do Código de Defesa do Consumidor quando, embora o consumidor não seja destinatário final do produto ou serviço, apresenta-se em situação de vulnerabilidade (técnica, jurídica, fática ou informacional)<sup>21</sup>.

O artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, entende que fornecedor de produto e serviço é “*toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços*”. A roupagem adotada pelo dispositivo para conceituação de fornecedor é bastante ampla, em vistas a tutelar de forma mais integral possível o mercado de consumo (*princípio da reparação integral*).

A respeito da responsabilidade do fornecedor do produto ou serviço, estabelece o artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor que ele é responsável pela colocação de produto defeituoso no mercado consumidor ou com informações insuficientes, ainda que não tenha agido com culpa, haja vista ser o consumidor um *sujeito de direitos especiais*. Observe-se:

“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

---

Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 4ª ed., rev., atual. e ampl., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012, p. 89-90).

<sup>21</sup> STJ, REsp. 1.195.642/RJ, Rel. Min. Nancy Andriighi, j. 12.11.2012.

seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º. O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I - sua apresentação;

II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III - a época em que foi colocado em circulação.”

Nesse mesmo sentido, a redação do artigo 14 do Código de Defesa do Consumidor é clara ao afirmar que *“o fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos”*.

Da leitura analítica de ambos os dispositivos legais, tem-se que qualquer produto posto no mercado de consumo deve atender as exigências de qualidade e quantidade, sob pena de o fornecedor, além de cometer ilegalidades, responder objetivamente pela reparação do dano.

Isto é, ainda que não se tenha o elemento culpa na conduta delituosa, o fornecedor será responsabilizado por eventuais prejuízos que causar, conforme lições de Nelson Nery Jr.:

“A norma estabelece a responsabilidade objetiva como sendo o sistema geral da responsabilidade do CDC. Assim, toda indenização derivada de relação de consumo, sujeita-se ao regime da responsabilidade objetiva, salvo quando o Código expressamente disponha em contrário. Há responsabilidade objetiva do fornecedor pelos danos causados ao consumidor, independentemente da investigação de culpa”.<sup>22</sup>

No mesmo sentido, o Código Civil de 2002 veio completar as lacunas do microsistema consumerista dispondo sobre deveres gerais e estabelecendo uma responsabilidade ampliada na esfera do empresário (fornecedor, fabricante, etc.), sobretudo visando resguardar os interesses da parte considerada *vulnerável* na relação consumidor-fornecedor.

---

<sup>22</sup> JÚNIOR, Nelson Nery. Novo Código Civil e Legislação extravagante anotados. São Paulo: RT, 2002, p. 725.



Seguindo a linha da responsabilidade objetiva prevista ordinariamente na legislação consumerista, a lei civil amplia o conceito da responsabilidade pelo fato do produto com fulcro na *teoria do risco do empreendimento*, conforme é possível depreender da redação do artigo 931 do Código Civil:

“Art. 931: Ressalvados outros casos previstos em lei especial, os empresários individuais e as empresas respondem independentemente de culpa pelos danos causados pelos produtos postos em circulação”.

A respeito da *teoria do risco*, CAVALIERI afirma que “*para esta teoria, toda pessoa que exerce alguma atividade cria um risco de dano para terceiros. E deve ser obrigado a repará-lo, ainda que sua conduta seja isenta de culpa*<sup>23</sup>”.

Portanto, a doutrina e a legislação não discutem se a empresa tem um dever de vigilância dos seus produtos em circulação no mercado, responsabilizando-os prontamente em caso de prejuízo ao consumidor, haja vista a necessidade de se prestigiar a boa saúde da sociedade de consumo e prestigiar o princípio da dignidade da pessoa humana. A jurisprudência é no mesmo sentido:

“Apelação. Ação de indenização. Veículo que foi colocado no mercado com defeito de fabricação. Recall. Verba honorária sucumbencial. Ação de indenização proposta com base em defeito na fabricação do veículo, objeto de recall. Responsabilidade objetiva da demandada. Quantum indenizatório mantido. Readequação da verba honorária. Primeira apelação improvida. Segunda apelação parcialmente provida<sup>24</sup>”.

Na realidade, em razão da necessidade de se tutelar a parte mais frágil da relação consumerista, e até mesmo permitir condutas preventivas por parte dos fornecedores/fabricantes é que o Código de Defesa do Consumidor reconhece, em regra, a responsabilidade objetiva para reparação de eventuais danos causados à população.

E é justamente em razão desse *dever de zelo*, que se processam as relações fornecedor-consumidor, e, conseqüentemente, sob esta ótica que também se processa o *recall* no país.

---

<sup>23</sup> FILHO, Sérgio Cavalieri. O direito do consumidor no limiar século XXI. Revista de Direito do Consumidor. Revista dos Tribunais, n° 35, jul/set. 2000, p. 105.

<sup>24</sup> TJRS, Ap. 70020140851, Rel. Bayard Ney de Freitas Barcellos, j. 16.4.2008.

## 1.2. O DIREITO À INFORMAÇÃO E O PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

Na qualidade de norma principiológica, o Código de Defesa do Consumidor tem por principal escopo traçar balizas para a regulação do mercado de consumo.

Dentre toda a gama de princípios trazidos no Código de Defesa do Consumidor, dois se destacam por estarem intimamente ligados às boas práticas comerciais nas relações de consumo, seja para nortear a publicidade, seja para nortear casos de vícios e defeitos nos produtos e serviços, seja para resguardarem as relações contratuais tão usuais nos dias de hoje. São eles: princípio da transparência e o dever de informação.

Dentre o manto estrutural das regras consumeristas, previu o legislador ordinário no artigo 4º que, para a saúde e harmonia das relações consumeristas deve se ter por base a *“educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo”*.

Do mesmo modo, o artigo 6º expressamente menciona ser direito básico do consumidor, dentre outros, *“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”* (inciso III).

Ou seja, o Código de Defesa do Consumidor se estrutura calcado na premissa de que o fornecedor atuará com transparência ao colocar seu produto ou serviço no mercado de consumo, tecendo as informações necessárias e úteis ao conhecimento de seu adquirente, sobretudo para que ele possa ter conhecimento dos riscos envolvidos e as expectativas quanto à sua funcionalidade. De tal forma que *“o princípio da transparência consagra que o consumidor tem o direito de ser informado sobre todos os aspectos de serviço ou produto exposto ao consumo, traduzindo assim no princípio da informação<sup>25</sup>”*. Tais princípios são ainda mais

---

<sup>25</sup> MARTINS, Plínio Lacerda. O Abuso nas Relações de Consumo e o Princípio da Boa-fé. 1ª ed. Rio de Janeiro, Forense, 2002. p.104 e 105.

relevantes na sociedade atual, considerando que “*não há sociedade sem comunicação de informação*”<sup>26</sup>”.

A esse respeito, contrapondo o direito à informação e o princípio da transparência, CLÁUDIA LIMA MARQUES afirma o seguinte:

*“O princípio da transparência rege o momento pré-contratual e rege a eventual conclusão do contrato. É mais do que um simples elemento formal, afeta a essência do negócio, pois a informação repassada ou requerida integra o conteúdo do contrato (arts. 30, 33, 35, 46 e 54), ou se falha representa a falha na qualidade do produto ou serviço oferecido (arts. 18,20 e 35). Resumindo, como reflexos do princípio da transparência temos o novo dever de informar o consumidor”*<sup>27</sup>”.

Com isso, é possível extrair que o dever de informação deve existir durante toda a relação de consumo e não apenas na fase pré-contratual. O dever existe na formação e execução da relação consumerista, sendo o fornecedor, assim, responsabilizado por eventuais danos ou frustrações causadas ao consumidor que não agir com transparência e prestar informações insuficientes.

Isso implica dizer que, na sistemática adotada pelo Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços e demais características, de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões<sup>28</sup>.

A corroborar o dever de informação no âmbito de toda a relação consumerista, cita CLÁUDIA LIMA MARQUES as conclusões aprovadas, por unanimidade, no V Congresso Brasileiro de Direito do Consumidor – BRASILCON, onde se fixou que (i) “*o princípio da informação adequada nos contratos relacionais de consumo envolve o dever de informar não apenas no momento da celebração contratual, mas durante todo o período de performance ou execução contratual*”; (ii) “*O CDC (arts. 6º, incisos III e V; 20 §2º; 31; 36; 37; 46 e 66)*

---

<sup>26</sup> CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. A informação como bem de consumo. Revista Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor. Vol. 41, jan.-mar/2002, p. 253 – 263; citado no artigo: [http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=5963#\\_ftn2](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5963#_ftn2)

<sup>27</sup> MARQUES, Cláudia Lima; e outros. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. Revista dos Tribunais, 2ª Edição; 2005; pag. 178.

<sup>28</sup> NUNES, Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor. Saraiva, 2005.p.129.

*constitui fundamento legal claro e suficiente para obrigar à informação adequada ao consumidor nos contratos relacionais de consumo”; e (iii) “é dever do fornecedor nos contratos relacionais de consumo manter o consumidor adequada e permanentemente informado sobre todos os aspectos da relação contratual, especialmente aqueles relacionados ao risco, qualidade do produto ou serviço ou qualquer outra circunstância relevante para a sua decisão de consumo, durante todo o período em que perdurar a relação contratual”*<sup>29</sup>.

Para ser adequada, a informação deve ser clara, veraz, objetiva e de fácil compreensão, com o fito de alcançar toda a massa do mercado de consumo, que não considera o homem médio para suas constatações. A esse respeito, cite-se:

“[...] É direito do consumidor, nos termos do artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, o acesso à informação clara e precisa, ou seja, com inequívoco destaque, sobre as restrições impostas pela companhia aérea para o caso de não apresentação para embarque no primeiro trecho (“no show”). 2. A ausência de qualquer destaque ou visibilidade, em contrato de adesão, sobre as cláusulas restritivas dos direitos do consumidor, configura afronta ao princípio da transparência (art. 4º, caput, do CDC). [...]”<sup>30</sup>.

Deveras, resta possível perceber que o dever à informação tem como objetivo promover o completo esclarecimento do consumidor quanto à escolha plenamente consciente daquilo que irá consumir, de maneira a equilibrar a relação de vulnerabilidade dele frente ao fornecedor, *“colocando-o em posição de segurança na negociação de consumo, acerca dos dados relevantes para que a compra do produto ou serviço ofertado seja feita de maneira consciente”*<sup>31</sup>.

E isso porque, a plena observância do dever de informação e transparência é o único modo capaz de colocar consumidor e fornecedor em posição de igualdade quanto ao produto/serviço ofertado, possibilitando uma escolha consciente sobre o bem/serviço ofertado.

---

<sup>29</sup> MARQUES, Cláudia Lima; e outros. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. Revista dos Tribunais, 2ª Edição; 2005; pag. 179.

<sup>30</sup> TRDF, Ap. 20140110195716, Rel. Marco Antonio do Amaral, j. 5.8.2014.

<sup>31</sup> STJ, REsp 976836/RS; Rel. Min. Luiz Fux, j. 25.8.2010 – afetado como recurso repetitivo.

SÉRGIO CAVALIERI FILHO<sup>32</sup> denomina este fato de *consentimento informado*, vontade qualificada ou, ainda, consentimento esclarecido.

No que pertine ao *recall*, cumpre esclarecer que os doutrinadores citam, ainda, existir no fornecedor o duplo dever de informação, pois, conforme será adiante abordado, comunica-se o fato imediatamente às autoridades competentes e, em conjunto, à coletividade de consumidores, promovendo o reparo do bem, ou a retirada ou paralisação de circulação do produto e/ou serviços defeituoso:

“[...] Vício de fabricação. Informação deficiente. Indenização [...] O fornecedor responde pela qualidade do produto e sua eventual inadequação ao uso cotidiano. Fere os princípios da transparência e da boa-fé na relação contratual consumerista, fornecedor direto (concessionária de veículos) que omite informações de que algumas das peças do produto vendido vieram com defeito de fábrica. [...]. Apelações das demandadas desprovidas e provida a apelação dos demandantes<sup>33</sup>”.

Cabe registrar, de todo modo, que a simples informação acerca da nocividade e periculosidade do produto e/ou serviço não exime a empresa fornecedora de eventual responsabilidade por danos causados aos consumidores, a ser discutida, eventualmente, por meio de eventuais ações de reparação no âmbito do Poder Judiciário.

O princípio da transparência e o dever da informação, na realidade, refletem-se como mecanismos aptos à construção da lealdade nas relações consumeristas, prisma pelo qual também se calca a realização do *recall*.

### **1.3. BREVE DIFERENCIAÇÃO ENTRE VÍCIO E DEFEITO DO PRODUTO**

Convém destacar que o legislador pátrio, organizando sistematicamente o Código de Defesa do Consumidor, teceu diferenciações entre os conceitos de fato (artigos 12 a 14) e vício do produto ou serviço (artigos 18 a 25), passando, a partir dessa distinção de conceitos jurídicos, a aplicar os prazos decadenciais e prescricionais às relações de consumo, bem como definir procedimentos específicos para cada uma das hipóteses.

---

<sup>32</sup> FILHO, Sergio Cavaliere. Programa de responsabilidade civil, São Paulo: Atlas, 2008, p. 83.

<sup>33</sup> TJRS, Ap. 70016262271, Rel. Jorge Alberto Schneider Pestana, j. 31.5.2007.

A distinção entre fato e vício do produto ou serviço foi, durante anos, ignorada pelos aplicadores da lei do país. Como consequência, era muito mais comum, em uma pesquisa jurisprudencial, observar a ausência de unicidade de entendimento e aplicação da norma consumerista no caso concreto<sup>34</sup>.

Nos últimos anos, contudo, o Superior Tribunal de Justiça, seguindo o entendimento dos autores do Anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor, tem cuidado de observar a intenção do legislador pátrio ao tratar fato e vício do produto e serviço como institutos jurídicos distintos, correspondentes a situações específicas e não passíveis de confusão<sup>35</sup>.

Acerca dessa diferenciação, aponta RIZZATTO NUNES que *“o vício pertence ao próprio produto ou serviço, jamais atingindo a pessoa do consumidor em outros bens seus. O defeito vai além do produto ou serviço para atingir o consumidor em seu patrimônio jurídico, seja material e/ou moral. Por isso somente se fala propriamente em acidente, e, no caso, acidente de consumo, na hipótese de defeito, pois é aí que o consumidor é atingido”*<sup>36</sup>.

Nesse mesmo sentido, SÉRGIO CAVALIERI FILHO afirma que *“ambos decorrem de um defeito do produto ou do serviço, só que no fato do produto ou do serviço o defeito é tão grave que provoca um acidente que atinge o consumidor, causando-lhe dano material ou moral. O defeito compromete a segurança do produto ou serviço. Vício, por sua vez, é defeito menos grave, circunscrito ao produto ou serviço em si; um defeito que lhe é inerente ou intrínseco, que apenas causa o seu mau funcionamento ou não funcionamento”*<sup>37</sup>.

Para esclarecer melhor a diferenciação, o mencionado doutrinador explica na prática a distinção entre os conceitos jurídicos:

“Se A, dirigindo seu automóvel zero-quilômetro, fica repentinamente sem freio, mas consegue parar sem maiores problemas, teremos aí o vício do produto; mas se A não

---

<sup>34</sup> Basta contrapor, por exemplo, os acórdãos do TJSP, Ap. 0012355-68.2007.8.26.0302, Rel. Carlos Henrique Miguel Trevisan, j. 4.3.2015 e TJSP, Ap. 1002541-22.2013.8.26.0361, Rel. Bonilha Filho, j. 11.3.2015.

<sup>35</sup> Nesse sentido: STJ, REsp 967.623/RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 28.9.2009.

<sup>36</sup> Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 7ª Edição, Editora Saraiva, 2013, pag. 322.

<sup>37</sup> Programa de Direito do Consumidor, Editora Atlas, São Paulo, 2008, pag. 240-241.

consegue parar, e acaba colidindo com outro veículo, sofrendo ferimentos físicos, além de danos nos dois automóveis, aí já será fato do produto [defeito]”<sup>38</sup>.

Portanto, na mesma linha dos autores do Anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor, CLÁUDIA LIMA MARQUES, ANTÔNIO HERMAN BENJAMIN e BRUNO MIRAGEM, entende-se que “*haveria vícios de qualidade por inadequação (art. 18 e ss.) e vícios de qualidade por insegurança (arts. 12 a 17). O CDC não menciona os vícios por insegurança, e sim a responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço e a noção de defeito; esta terminologia nova, porém, é muito didática, ajudando na interpretação do novo sistema de responsabilidade*”<sup>39</sup>.

Partindo dessa classificação, tem-se que um produto ou serviço apresentará *vício* de adequação sempre que não corresponder à legítima expectativa do consumidor quanto à sua utilização ou fruição, ou seja, quando a desconformidade do produto ou do serviço comprometer a sua *prestabilidade* ou *servibilidade* (redação dos artigos 18 a 25).

Nesta hipótese, se não sanado o vício em trinta dias, o consumidor terá o direito de, a seu critério, pedir: **(i)** a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; **(ii)** a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; ou **(iii)** o abatimento proporcional do preço<sup>40</sup>.

Por outro lado, um produto ou serviço apresentará vício de qualidade por segurança [defeito] quando, além de não corresponder à expectativa do consumidor, sua utilização ou fruição for capaz de adicionar riscos à sua incolumidade ou de terceiros<sup>41</sup> (redação dos artigos 12 a 17).

Esta diferenciação revela-se oportuna ao presente estudo, pois o instituto do *recall*, que será abordado adiante e é foco principal da análise ora apresentada, volta-se, em regra, exclusivamente aos casos em que há vício de qualidade por segurança, ou seja, defeito no

---

<sup>38</sup> Programa de Direito do Consumidor, Editora Atlas, São Paulo, 2008, pag. 241.

<sup>39</sup> Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. Arts. 1º ao 74. Aspectos Materiais. São Paulo: RT, 1ª Ed., 2003, p. 225.

<sup>40</sup> Artigo 18, § 1º, incisos I, II e III.

<sup>41</sup> VIDE: STJ, REsp 967.623/RJ, Rel. Min. Nancy Andrichi, j. 28.9.2009.

produto ou serviço, capaz de colocar em risco à saúde e à segurança do consumidor ou de terceiros<sup>42</sup>.

A doutrina majoritária ensina que o defeito no produto ou serviço pode ser de **(i) criação**, quando, por exemplo, ocorre a escolha de um material inadequado ou erro no projeto; **(ii) produção**, quando há falhas no processo produtivo da linha de produção de grande escala; ou **(iii) informação**, quando o produto ou serviço é disposto no mercado sem a indicação completa quanto às suas condições técnicas e práticas ou com dados equivocados<sup>43</sup>.

Forçoso destacar, ainda, que o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade estar no mercado. E, de igual modo, não é considerado defeituoso se a informação que lhe faltar for de conhecimento geral, como por exemplo, o fato de que a faca poder cortar (produto perigoso). É assim que aponta a jurisprudência:

“Ação civil pública. Embalagem de produtos. Informação sobre impurezas. Produto nocivo ou perigoso. Descaracterização. Código de Defesa do Consumidor. Improcedência. 1. Sendo fato público e notório que o arroz é produto que contém impurezas, não se faz necessário que em sua embalagem constem informações a esse respeito. 2. Não se tratando de produto nocivo ou perigoso à saúde dos consumidores, eis que pressuposta a utilização de cautelas antecedentes ao seu consumo, não encontram aplicação os dispositivos insertos nos arts. 8º e 9º da Lei Consumerista. 3. Recurso improvido. Maioria. [...] Conforme pronunciado pela inteligência singular, é notório aos olhos do consumidor que, em se tratando de produto como o arroz integral (ou qualquer outro tipo de arroz), devem ser tomadas as cautelas que precedem a sua ingestão, para que se evitem eventuais danos decorrentes do consumo [...] Noutra seara, de observar que a inexistência de tais informações nos rótulos dos produtos em comento não ofendem os preceptivos do Código de Defesa do Consumidor invocados pelo apelante (arts. 8º e 9º), uma vez que tais disposições referem-se, conforme o próprio texto legal, aos “produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança”, que ao caso debatido não se aproveita, eis que referente a arroz integral, que traz em seu conteúdo – repita-se – impurezas de conhecimento notório dos seus consumidores, pressupondo-se a utilização de cautelas

---

<sup>42</sup> É dizer: para os casos de simples vício no produto ou serviço, inexistiria obrigatoriedade na observância do processo de chamamento.

<sup>43</sup> SMANIO, Gian Paolo Poggio. Interesses difusos e coletivos. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999, p. 46-47; citado no artigo [http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=2224#\\_ftn4](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2224#_ftn4)



antecedentes ao consumo, conforme amplamente discutido e demonstrado nos autos<sup>44</sup>”.

“[...] A informação deve ser correta (= verdadeira), clara (= de fácil entendimento), precisa (= não prolixa ou escassa), ostensiva (= de fácil constatação ou percepção) e, por óbvio, em língua portuguesa. A obrigação de informação é desdobrada pelo art. 31 do CDC, em quatro categorias principais, imbricadas entre si: a) informação-conteúdo (= características intrínsecas do produto e serviço), b) informação-utilização (= como se usa o produto ou serviço), c) informação-preço (= custo, formas e condições de pagamento), e d) informação-advertência (= riscos do produto ou serviço). A obrigação de informação exige comportamento positivo, pois o CDC rejeita tanto a regra do caveat emptor como a subinformação, o que transmuda o silêncio total ou parcial do fornecedor em patologia repreensível, relevante apenas em desfavor do profissional, inclusive como oferta e publicidade enganosa por omissão. [...] Embora toda advertência seja informação, nem toda informação é advertência. Quem informa nem sempre adverte. No campo da saúde e da segurança do consumidor (e com maior razão quanto a alimentos e medicamentos), em que as normas de proteção devem ser interpretadas com maior rigor, por conta dos bens jurídicos em questão, seria um despropósito falar em dever de informar baseado no homo medius ou na generalidade dos consumidores, o que levaria a informação a não atingir quem mais dela precisa, pois os que padecem de enfermidades ou de necessidades especiais são frequentemente a minoria no amplo universo dos consumidores<sup>45</sup>”.

Consoante se observa, o defeito de informação revela-se de maior relevância, sobretudo, em se tratando de produtos como medicamentos<sup>46</sup> e alimentos<sup>47</sup>, em virtude de se atrelarem

---

<sup>44</sup> TJDF, Ap. 4989398, Rel. Adelith de Carvalho Lopes, j. 4.8.1999.

<sup>45</sup> STJ, REsp 586.316/MG, Rel. Min. Herman Benjamin, j. 17.4.2007.

<sup>46</sup> O artigo 6º da Lei n. 8.080, de 19 de setembro de 1990, que dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências, dispõe que estão incluídas ainda no campo de atuação do Sistema Único de Saúde (SUS) a vigilância nutricional e a orientação alimentar (inciso IV), assim como a execução de ações de vigilância sanitária (inciso I, “a”), definida esta como um conjunto de ações capaz de eliminar, diminuir ou prevenir riscos à saúde e de intervir nos problemas sanitários decorrentes do meio ambiente, da produção e circulação de bens e da prestação de serviços de interesse da saúde, abrangendo o controle de bens de consumo que, direta ou indiretamente, se relacionem com a saúde, compreendidas todas as etapas e processos, da produção ao consumo; e (§ 1º, I). A ANVISA também detém o dever de fiscalização, em conjunto com os órgãos consumeristas.

<sup>47</sup> O artigo 1º da Lei n. 10.674/03, obriga a que os produtos alimentícios comercializados informem sobre a presença de glúten, como medida preventiva e de controle da doença celíaca, verbis: Art. 1o Todos os alimentos industrializados deverão conter em seu rótulo e bula, obrigatoriamente, as inscrições "contém Glúten" ou "não contém Glúten", conforme o caso. § 1o A advertência deve ser impressa nos rótulos e embalagens dos produtos respectivos assim como em cartazes e materiais de divulgação em caracteres com destaque, nítidos e de fácil

diretamente à saúde do consumidor, demandando esclarecimentos específicos, já que envolvem o direito à vida e à saúde, resguardados pela Constituição Federal sob o prisma da dignidade da pessoa humana.

Tanto é assim que o artigo o artigo 9º do Código de Defesa do Consumidor, que trata daqueles produtos que, por sua natureza, são considerados potencialmente nocivos ou perigosos, prevê o dever de ampla informação ao consumidor:

“Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto”.

Em resumo, tem-se, pois, que existindo problemas que afetem à saúde e segurança, estar-se-á diante de defeito no produto ou serviço, hipótese cuja realização do *recall* é obrigatória, com ampla informação ao mercado de consumo.

---

leitura. § 2º As indústrias alimentícias ligadas ao setor terão o prazo de um ano, a contar da publicação desta Lei, para tomar as medidas necessárias ao seu cumprimento.

## CAPÍTULO II

### **RECALL: CONCEITO, LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E NATUREZA**

Como é cediço, entende-se por *recall* o ato do fornecedor de produtos ou serviços convocar de volta à sua fábrica determinado produto que tenha apresentado defeitos após a sua inserção do mercado de consumo, para reparos ou substituição. A terminologia americana foi importada pelos brasileiros e, atualmente, tem sido utilizada em larga escala e com compreensão mundial como o *ato de chamar de volta* um produto/serviço defeituoso já disposto aos consumidores.

Nesse sentido, como esclarece a SENACON<sup>48</sup> o fornecedor, ao verificar que um produto, após sua colocação no mercado de consumo apresenta um defeito – com reflexo, pois, na saúde e segurança do consumidor ou terceiros –, deverá adotar as medidas cabíveis para que este produto seja imediatamente recolhido ou reparado, em vistas a evitar danos.

A despeito de não constar no Código de Defesa do Consumidor com esta terminologia, o instituto do *recall* foi previsto, em sua essência, no artigo 10 da lei consumerista, que assim dispõe:

“Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito”.

---

<sup>48</sup> <http://www.idec.org.br/pdf/guia-recall.pdf>

O artigo 10, inserido dentro da Seção I do Código de Defesa do Consumidor, que disciplina a proteção à saúde e segurança do consumidor, introduziu o procedimento em seus parágrafos 1º e 2º, obrigando os fornecedores a comunicar às autoridades e consumidores possíveis riscos associados ao uso do produto que forem constatados após a introdução do produto no mercado, mediante anúncios publicitários a serem veiculados na imprensa, rádio e televisão. O *recall*, assim, processa-se como medida preventiva da consumação de danos.

Posteriormente, por força do artigo 55 do Código de Defesa do Consumidor, o instituto do *recall* foi regulamentado em âmbito federal pela Portaria n. 789, de 28 de agosto de 2001 (“Portaria n. 789/2001”), então promulgada pelo Ministério da Justiça, que previu forma específica de divulgação às autoridades competentes e aos consumidores sobre riscos de periculosidade e nocividade de determinado produto inserido no mercado de consumo. Observe-se:

“Art. 2º. O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade ou nocividade que apresentem, deverá imediatamente comunicar o fato, por escrito, ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC, da Secretaria de Direito Econômico - SDE, do Ministério da Justiça, aos PROCONS, bem como a todas as demais autoridades competentes [...]”.

“Art. 3º. O fornecedor deverá, além da comunicação de que trata o artigo 2º, 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”.

Sobreveio, no contexto de maior zelo ao mercado de consumo, ainda, a Portaria n. 487, de 15 de março de 2012 (“Portaria n. 487/2012”<sup>49</sup>), também promulgada pelo Ministério da Justiça, que estabeleceu a diretriz aplicável atualmente aos procedimentos de *recall*. Essa portaria revogou a Portaria n. 789/2001 e trouxe um rol mais detalhado de medidas de divulgação do processo de chamamento, visando dar a maior publicidade possível à massa consumidora do país.

---

<sup>49</sup> <http://justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/saude-e-seguranca/anexos/portaria-no-487-2012.pdf>

Como se extrai dos dispositivos acima mencionados, aliás, tanto o código de Defesa do Consumidor quanto a Portaria n. 487/2012 determinam que o fornecedor realize a comunicação sobre a necessidade de *recall* por meio de campanha publicitária a ser veiculada de forma ampla e irrestrita na imprensa, rádio e televisão.

Isso porque, conforme será abordado mais adiante, o legislador pátrio partiu da premissa de que o serviço ou produto defeituoso tem consumo massificado e, por essa razão, não seria possível ao fornecedor identificar, de forma individualizada, quais os consumidores que deverão ser atendidos pelo *recall*.

Seria este, então, o modo mais efetivo e eficaz de proteger a maior gama possível de consumidores afetados, com a rapidez necessária para o integral zelo da saúde e segurança desses. Urge citar que a evolução e o aprimoramento da sociedade de consumo “*conferiram ao instituto recall importante e indispensável instrumento a serviço do consumidor e do próprio fornecedor no sentido de prevenir acidentes de consumo e assegurar a presença no mercado de produtos e serviços*<sup>50</sup>”.

O surgimento do instituto do *recall*, portanto, se dá sob a ótica de garantia à saúde segurança do consumidor, como forma de validar o direito de informação e a transparência do fornecedor e, assim, consagrar um dever maior, o dever de vigilância do mercado de consumo.

CLÁUDIA LIMA MARQUES define, a esse respeito, o dever de monitoramento dos produtos e serviços colocados no mercado de consumo:

“Pode-se interpretar o artigo 10 como instituindo um dever pré-contratual, isto é, um dever de vigilância, dever de informar o consumidor, se tiver conhecimento da periculosidade de um produto, que ajudou a colocar no mercado<sup>51</sup>”.

---

<sup>50</sup> CURY, Renato José. Revista do Advogado – AASP – 25 Anos de Código de Defesa do Consumidor, título: Alguns apontamentos sobre o instituto do recall, 2016; pag. 115.

<sup>51</sup> MARQUES, Cláudia Lima; e outros. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor. Revista dos Tribunais, 2ª Edição; 2005; pag. 215.

O dever de monitoramento ocorre, portanto, na fase de pós inserção do produto/serviço no mercado do consumo e sua observância se calca na boa-fé objetiva e na prevenção do dano, intrínsecas ao direito de fornecer no mercado nacional, conforme legislação especial.

O Código de Defesa do Consumidor, cite-se, é a primeira norma que previu expressamente o instituto da boa-fé objetiva ao estabelecer que a relação entre consumidores e fornecedores deve ser orientada por sua existência, a teor do que dispõe o artigo 4, inciso III, e, adiante, o artigo 51, inciso IV, do referido diploma. CLÁUDIA LIMA MARQUES define a boa-fé objetiva como “*um paradigma de conduta leal*”, sendo, assim, “*um standard de comportamento leal, com base na confiança, despertando na outra parte co-contratante, respeitando suas expectativas legítimas e contribuindo para a segurança das relações negociais*”<sup>52</sup>.

E o instituto do *recall*, como não poderia deixar de ser, fundamenta-se na existência desses pressupostos, presumindo a atuação de lealdade do fornecedor em comunicar os órgãos competentes e o mercado de consumo quando da constatação de defeito no produto ou serviço após sua colocação no mercado de consumo; e, ao mesmo tempo, a confiança desses de que isso realmente irá ocorrer.

Diz-se, assim, que a natureza jurídica do *recall* consiste no dever de informar ao consumidor, calcado na lealdade e boa-fé objetiva, alertando-o em tempo sobre os riscos à saúde e segurança que este está exposto em virtude de defeito detectado de forma superveniente a sua colocação no mercado de consumo<sup>53</sup>, de forma a prevenir a consumação de prejuízos.

Trata-se, acima de tudo, de um mecanismo de proteção à coletividade, consubstanciando-se, portanto, ao mesmo tempo, um direito do consumidor e um dever do fabricante.

---

<sup>52</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Planos privados de assistência à saúde. Desnecessidade de opção do consumidor pelo novo sistema. Opção a depender da conveniência do consumidor. Abusividade da cláusula contratual que permite a resolução do contrato coletivo por escolha do fornecedor. Revista de Direito do Consumidor, n. 31, 1999 p. 145.

<sup>53</sup> CURY, Renato José. Revista do Advogado – AASP – 25 Anos de Código de Defesa do Consumidor, título: *Alguns apontamentos sobre o instituto do recall*, 2016; pag. 124.

## 2.1. O PROCESSO DE CHAMAMENTO - PROCEDIMENTO

Conforme enunciado acima neste estudo, o *recall* se processa com fundamento no § 1º do artigo 10 do Código de Defesa do Consumidor, artigo 13º, inciso II, do Decreto n. 2.181/97 e da Portaria n. 487/2012 do Ministério da Justiça.

Considerando-se a infinidade de situações que podem ocorrer em termos práticos, a legislação buscou definir apenas os critérios e as condições conceituais que determinam a necessidade de um *recall*, ou seja, a existência de risco e/ou nocividade/periculosidade que não fazem parte da essência do produto.

É casuística, portanto, a análise da necessidade de *recall* no caso concreto. Pode-se dizer, ainda, que tal análise envolve as respostas às seguintes perguntas: **(i)** a nocividade/risco apresentado pelo produto decorre de sua essência? **(ii)** o potencial/capacidade do produto de causar danos supera os riscos considerados previsíveis? Se a resposta à primeira pergunta for negativa e, por sua vez, for positiva a resposta dada à segunda pergunta, o *recall* é considerado obrigatório do ponto de vista legal.

A esse respeito, a Portaria n. 487/2012 tem o propósito específico de “*disciplinar o procedimento de chamamento dos consumidores ou recall de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, forem considerados nocivos ou perigosos*”. Ela tem, portanto, a finalidade precípua de estabelecer os trâmites para que o processo de chamamento seja plenamente atendido.

O processo de chamamento pode ter início de dois modos: ou mediante comunicação direta do fornecedor (*recall* espontâneo); ou por determinação dos órgãos fiscalizatórios do mercado de consumo.

A primeira situação é mais recorrente, haja vista que o fornecedor detém informações técnicas de seu produto e pode detectar, com maior facilidade, se este apresenta defeitos.

Contudo, a segunda situação também tem cada vez mais ganhando corpo no âmbito nacional. Diz-se isso porque, na prática, tem sido observado que os órgãos de defesa do consumidor prestigiam o *princípio da precaução*.

De acordo com este princípio, a falta de certeza científica em relação ao risco ou à nocividade de um produto não deve justificar a ausência de medidas preventivas. Em outras palavras, uma preocupação razoável com relação à ausência de segurança de um determinado produto já é suficiente para justificar o processo de chamamento.

Assim, **(i)** a simples recorrência de reclamações consumeristas direcionadas aos PROCONS sobre um mesmo tema, **(ii)** informações sobre *recalls* realizados no mesmo produto no exterior, mas não no Brasil, ou **(iii)** eventuais testes realizados pelo INMETRO, pelo Instituto de Defesa do Consumidor-IDEC ou outras entidades, já bastam para que haja a determinação quanto à realização de *recall*.

Em qualquer uma das hipóteses, para realização de um processo de chamamento, o fornecedor, em primeiro lugar, imediatamente ao conhecimento do defeito no produto ou serviço após a sua colocação no mercado de consumo, deve comunicar as autoridades competentes e, ainda, toda a sociedade de consumo acerca do risco. Trata-se da dicção do artigo 2º da Portaria 487/2012, que dispõe em sua primeira parte o seguinte:

Art. 2º. O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da nocividade ou periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente:

I – ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC;

II – aos órgãos estaduais, do Distrito Federal e municipais de defesa do consumidor – PROCON; e

III – ao órgão normativo ou regulador competente

A divulgação pretendida é a mais ampla possível e, a depender do produto envolvido, deverão receber o comunicado de *recall*, além do DPDC/SENACON e órgãos de defesa do consumidor, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), o Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN), o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), etc.



Isso porque, todos os órgãos mencionados possuem competência concorrente para a vigilância da segurança dos produtos no mercado e, portanto, suas respectivas normas e regulamentos não são excludentes, senão complementares ao Código de Defesa do Consumidor<sup>54</sup>.

Em segundo lugar, destaca-se que esse aviso, feito exclusivamente por meio escrito, deve conter, obrigatoriamente, uma série de informações que indiquem claramente qual o defeito e seu potencial lesivo, em vista a mitigar os danos à saúde e à segurança da coletividade.

São elas: **(i)** identificação do fornecedor do produto ou serviço, com indicação da razão social, nome de fantasia; atividades econômicas principal e secundárias; número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica/CNPJ ou no Cadastro de Pessoas Físicas/CPF; endereço do estabelecimento; telefone, fax e endereço eletrônico; e o nome dos administradores responsáveis, com a respectiva qualificação; **(ii)** descrição pormenorizada do produto ou serviço, contendo as informações necessárias à sua identificação, em especial, a marca; modelo; lote; série; chassi; data inicial e final de fabricação; e foto; **(iii)** descrição pormenorizada do defeito, acompanhada de informações técnicas necessárias ao esclarecimento dos fatos, bem como data, com especificação do dia, mês e ano, e modo pelo qual a nocividade ou periculosidade foi detectada; **(iv)** descrição pormenorizada dos riscos e suas implicações; **(v)** quantidade de produtos ou serviços sujeitos ao defeito e número de consumidores atingidos; **(vi)** distribuição geográfica dos produtos e serviços sujeitos ao defeito, colocados no mercado, por Estados da Federação, e os países para os quais os produtos foram exportados ou os serviços prestados; **(vii)** indicação das providências já adotadas e medidas propostas para resolver o defeito e sanar o risco; **(viii)** descrição dos acidentes relacionados ao defeito do produto ou serviço, quando cabível, com as seguintes informações: a) local e data do acidente; b) identificação das vítimas; c) danos materiais e físicos causados; d) dados dos processos judiciais relacionados ao 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 e) providências adotadas em relação às vítimas; **(ix)** o plano de mídia; **(x)** plano de atendimento ao consumidor; e **(xi)** modelo do aviso de risco ao consumidor.

---

<sup>54</sup> <http://www.idec.org.br/pdf/guia-recall.pdf>

No que se refere à forma de comunicação do *recall*, prevê a Portaria 487/2012, em seu artigo 2º, parágrafo 1º, inciso VII, que umas das formas de comunicação será através do “plano de mídia”, voltado a “atingir a maior parte da população”, conforme artigo 3º, inciso II. Trata-se do modo para circular, em maior escala popularmente conhecido *aviso de risco*.

O plano de mídia consiste num documento contendo todo o planejamento de divulgação do *recall* à sociedade, devendo conter, sobretudo (i) data de início e fim da veiculação publicitária; (ii) os meios de comunicação a serem utilizados, horários e frequência de veiculação, considerando a necessidade de atingir a maior parte da população, observado o disposto artigo 10, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor; (iii) modelo do aviso de risco de acidente ao consumidor, a ser veiculado na imprensa, rádio e televisão, incluindo a imagem do produto, sem prejuízo de inserção na Internet e mídia eletrônica; e (iv) custos da veiculação, respeitado o sigilo quanto às respectivas informações.

Observe-se que a Portaria 487/2012 presume a atuação colaborativa do fornecedor, de modo que a sua observância ao procedimento é posta como de extrema relevância na detecção e retirada de riscos do mercado consumo. E o *recall* se processa de modo gratuito ao consumidor, uma vez que este não concorreu para o defeito no produto.

O artigo 4º da Portaria 487/2012, por sua vez, dispõe que o plano de atendimento ao consumidor de que trata o artigo 2º, parágrafo 1º, inciso VIII, deverá conter as seguintes informações: (i) formas de atendimento disponíveis ao consumidor; (ii) locais e horários de atendimento; (iii) duração média do atendimento; e (iv) plano de contingência e estimativa de prazo para adequação completa de todos os produtos ou serviços afetados. Veja-se o exemplo abaixo<sup>55</sup>:

---

<sup>55</sup> <http://www.mmcofap.com.br/noticias-interna.aspx?id=50>

### COMUNICADO DE RECALL

Foto do produto que possibilite sua fácil identificação e, quando possível, identifique o componente ou lote envolvido.

A empresa "X" convoca os consumidores do produto "Y" para, de forma gratuita, [Descrever medida corretiva].

Defeito [Descrição clara, objetiva e suficiente, evitando-se termos estritamente técnicos e expressões que minimizem sua gravidade].

Risco e suas implicações [Descrição clara, objetiva e suficiente do risco, especificando eventuais consequências aos consumidores].

Início do atendimento [Data]


Medidas preventivas [Ações a serem tomadas pelo consumidor até o atendimento].

Informações de contato [Site, e-mail e SAC, com indicação de horário de atendimento, entre outros].

Demais informações relevantes [Duração do atendimento, entre outros].

Modelo (especificação do ano do modelo para veículos) Nome do produto	Data ou período de fabricação e data de validade em casos de produtos perecíveis	Chassi/Lote/Série
--	--	-------------------

### Comunicado de Recall de peças de reposição CMM




A Magneti Marelli Cofap Fabricadora de Peças Ltda. Divisão Aftermarket convoca varejistas, mecânicos e proprietários dos veículos indicados, a comparecerem no local onde o produto foi adquirido ou instalado, para a verificação e a substituição das articulações axisis CMM, dos modelos TAC nºs 01002, 0100G, 0100B, 01009, 01012, 02001, 03001, 03003 a 03005; 03008 a 03011; 03013; 03014; 03016; 04001 a 04003; 04005; 04007; 04008; 04010; 04011; 04013; 04003 a 04006; 04010; 04012; 04013; 04017 04018; 10001; 12001; 17002; 17003; 17006; 18006; 18010; 18014; 22003 a 22005 33002; 33004; 39002, adquiridas no mercado a partir de 09/08/2013.

As peças fabricadas entre 17/08/2013 e 31/10/2013, com os códigos 0813, 0913 e 1013, deverão ser substituídas gratuitamente. Face à possibilidade de ruptura das peças em ocasiões de manobras, o que pode afetar a dirigibilidade com riscos de acidentes aos condutores e terceiros, tal medida se dá preventivamente.

**AUDI A3; VOLKSWAGEN** Golf, New Beetle, Crossfox, Fox, Col C5, Polo, Saveiro C5, Spacefox, Voyage, Corrado, Vento, Passat, Variant, Logus, Pointer; **SEAT** Córdoba; **MERCEDES-BENZ** Sprinter; **CITROËN** Evasion, Jumper, Berlingo, Xsara, Xsara Break, Xsara Picasso, ZX; **FIAT** Tempra, Tempra SW, Tipo, Drava, Coupé, Marea, Marea Weekend, Ducato, Doblo, Elba, Fiorino, Prêmio, Uno Mille, Uno Mille Economy, Idea ELX/HLX/Adventure, Palio, Palio Weekend, Palio Adventure, Palio Young, Siena, Strada, Strada Adventure Locker, Duna, 147, Oggi, Panorama; **PEUGEOT** 20G, 20G SW, 207, 30G, B0G, Doker, Partner Hoggar, **GM** Corsa, Corsa Classic, Meriva, Montana, Iltra, Prisma, Celta, Astra, Vectra, Vectra G1, Zafira; **DAEWOO** Nubira; **FORD** Verona, EcoSport, KA, Fiesta, Fiesta Personalità/Supercharge, Fiesta Street, Focus, Explorer, Fanger, Delina, Corcel, Del Rey, Pampa, Courier, Escort, Escort Zetec; **HONDA** Fit; **IVECO** Daily; **RENAULT** Clio, Kangoo; **TOYOTA** Corolla, Fielder, Hilux SW, RAV 4; **KIA** Besta GS, Bongo K2500, Bongo K2700; **SSANCYONG** Korando, Musso; **MINIBUS** Pajero IO, Pajero PININ, Pajero TR4; **MAZDA** B2300, B2500, B3000, B4000.

Para maiores informações, entre em contato pelo telefone 0800-0126327 (2ª a 6ª feira, das 8h00 às 17h00), ou consulte o site: [www.magneti.com.br](http://www.magneti.com.br).



Ainda a respeito da comunicação, determina o artigo 5º, parágrafo 3º que “a *comunicação individual direta aos consumidores ou por meio de sítio eletrônico não afasta a obrigação da comunicação a toda a sociedade acerca da nocividade ou periculosidade de produtos e serviços introduzidos no mercado*”, a qual não estava contida no regimento anterior. A preocupação com a ampla divulgação é a de minimizar qualquer risco de exposição à saúde ou segurança relacionado a produto defeituoso colocado no mercado, conforme já consignado neste estudo.

Ou seja, por meio do *recall*, os consumidores são chamados a comparecer, em dia, horário ou período pré-determinados, para a efetivação de trocas de peças/produtos defeituosos. A maior parte da Portaria 487/2012, portanto, volta-se ao modo de comunicação do *recall*.

Em quarto lugar, ainda, a Portaria 487/2012 determina que *o fornecedor deverá garantir ao consumidor certificado de atendimento ao chamamento, com indicação do local, data, horário e duração do atendimento e da medida adotada*”. Isso significa que o fornecedor deverá proceder com um controle de produtos submetidos ao processo de chamamento e aqueles que, efetivamente, atenderam ao *recall*.

Com o fito de conferir efetividade ao processo de chamamento, a SENACON e demais órgãos fiscalizatórios possuem o dever de analisar o pleno atendimento ao plano de mídia, bem

como a adequação das informações disponibilizadas pelo fornecedor, pedindo informações complementares, se necessário (artigo 9º).

Justamente em razão deste *poder de polícia* conferido aos órgãos fiscalizatórios é que o artigo 7º da Portaria 487/2012 impõe ao fornecedor a apresentação de **(i)** relatórios periódicos acerca do atendimento ao *recall*, em período não inferior a 60 dias, “*informando a quantidade de produtos ou serviços efetivamente recolhidos ou reparados, inclusive os em estoque, e sua distribuição pelas respectivas unidades federativas*” e **(ii)** relatório final, contendo a quantidade de consumidores atingidos em número e percentual, em termos globais e por unidades federativas, justificativa e medidas a serem adotadas em relação ao percentual de produtos ou serviços não recolhidos ou reparados, e identificação da forma pela qual os consumidores tomaram conhecimento do aviso de risco.

A questão envolvendo o momento oportuno para apresentação do relatório final é bastante controversa na prática, haja vista que, na atualidade, a SENACON tem a praxe de não encerrar os processos de chamamento até que a completude dos produtos defeituosos tenha sido recolhida/reparada, o que reflete na perpetuação de *recalls*<sup>56</sup>.

Por fim, cite-se que, no que toca ao pleno atendimento ao processo de chamamento, a própria SENACON tem ressaltado o importante papel do GRUPO DE ESTUDOS PERMANENTES DE ACIDENTES DE CONSUMO (“GEPAC”)<sup>57</sup>, criado por meio da Portaria n. 44 de 7 de maio de 2008, do Ministério da Justiça, com o propósito de promover procedimentos e estratégias de atuação para coibir a comercialização de produtos ou a prestação de serviços com alto grau de nocividade ou periculosidade, além de prevenir, detectar, identificação, acompanhar e reprimir os acidentes de consumo.

---

<sup>56</sup> A esse respeito, cita-se recall de peças de reposição (como um parafuso) muitas vezes pulverizados sem controle no mercado de consumo e sem a possibilidade de se localizar os consumidores adquirentes. Ainda, muitas vezes as peças se perdem, sem que tenha sido encaminhada ao *recall*, tornando o procedimento eterno no âmbito administrativo, em razão de não ter sido atendido o reparo da totalidade de produtos defeituosos, o que não parece razoável.

<sup>57</sup> <http://www.gepac.org.br/>

O GEPAC periodicamente prevê recomendações a fornecedores de produtos no tocante a como devem proceder depois da detecção de defeitos em produto e também no que diz respeito a como devem ser conduzidas as campanhas na mídia em relação ao fato. Essas recomendações não são vinculativas; contudo, sem dúvida apresentam a interpretação e entendimento da lei aplicável por parte das autoridades competentes, servindo como um bom norte aos fornecedores de produtos e serviços.

De acordo com a Recomendação n. 1/2013 emitida pela GEPAC, o objetivo visado pelas autoridades brasileiras é, de fato, o fornecimento de informações abrangentes e exatas com o fim de prevenir acidentes causados por produtos que, conforme sabem as empresas que os introduziram no mercado, são defeituosos.

A despeito da realização adequada do *recall*, o fornecedor não se desobriga da reparação ou substituição gratuita do produto ou serviço mesmo findo o chamamento, uma vez que o *recall* não tem prazo de validade.

Isso implica concluir que, ainda que o consumidor não atenda ao chamamento iniciado perante a SENACON, o ajuste no produto ou serviço deve ser feito mesmo assim, sem custos e sem a perda da garantia. A obrigação do fornecedor, pois, não se encerra, nem mesmo com o encerramento do processo de chamamento.

Por outro lado, caso não cumpra adequadamente o trâmite do *recall*, o fornecedor ficará sujeito às sanções previstas na lei especial, que adiante explicitadas neste estudo. Este fato, por si só, demonstra que suas obrigações são mais relevantes do que às obrigações impostas aos consumidores no âmbito do processo de chamamento, que sequer sofrem qualquer penalidade caso não atendam ao *recall*.

## CAPÍTULO III

### QUESTÕES PRÁTICAS ENVOLVENDO O *RECALL*

#### 3.1. A IMEDIATIVIDADE NO PROCEDIMENTO

No que toca aos prazos de atendimento para realização do processo de chamamento, a Portaria n. 487/2012 determina, simplesmente, que o processo de chamamento deve ocorrer *imediatamente* após os fornecedores tomar conhecimento da existência de periculosidade e nocividade de determinado produto ou serviço.

É dizer, a obrigação de comunicação à SENACON, aos PROCONS e aos órgãos regulatórios pertinentes deve ser imediata, independentemente da existência ou não de solução técnica disponível para o problema detectado e, ainda, se o *recall* é preventivo ou não.

Entretanto, a expressão *imediatamente* é vaga, haja vista que os dispositivos legais não estabelecem qual seria o prazo para a efetiva solução do problema ou do defeito detectado no produto ou serviço já colocado em mercado, causando grandes questionamentos na aplicação atual do *recall* e sujeitando, por vezes, o fornecedor às penalidades por atendimento tardio ao procedimento.

Sendo o *recall* um procedimento que deve ensejar a reparação, substituição ou recolhimento do produto, eliminando a periculosidade e/ou defeito detectado, é certo que a estruturação de tal procedimento demanda tempo, por vezes, inclusive com o desenvolvimento da própria solução. Esta realidade mostra ser praticamente impossível o lançamento imediato de uma campanha completa de *recall*, diante da complexidade inerente a determinados nichos de produtos.

Justamente por isso que, muito embora haja a determinação para que o comunicado de *recall* se realize imediatamente, a jurisprudência, sobretudo do Tribunal Paulista – como adiante será demonstrado - vêm afastando o estabelecimento de prazo fixo para o efetivo lançamento da campanha de *recall*.

Pautando-se pelo princípio da razoabilidade e pela análise da situação concreta verificada, alguns tribunais pátrios têm decidido caso a caso sobre o atendimento, ou não, do dever de lançar a campanha de *recall* imediatamente, como é o caso da Corte de São Paulo, que assim se posicionou desde a promulgação da Portaria 487/2012.

Destarte, o dever de comunicar as autoridades competentes e consumidores acerca do defeito é imediato, mas o prazo para lançamento da campanha de *recall* será analisado casuisticamente. A esse respeito, cite-se julgado extraído da Corte Paulista, em que resta evidente a possibilidade de análise do prazo de início determinada campanha de modo casuístico:

“Apelação Cível. Ação Anulatória. Defesa do Consumidor. Ato administrativo. Auto de Infração e Imposição de Multa lavrado pelo PROCON. Pretensão à sua anulação com fundamento no fato de ter deixado a autora de comunicar ‘imediatamente’ às autoridades competentes e aos consumidores os vícios e riscos dos produtos colocados no mercado. Ação julgada procedente na origem para anular a autuação. Manutenção. Ilegalidade da autuação. Prova pericial conclusiva. Sentença mantida. Recurso não provido. A expressão ‘imediatamente’, constante do texto legal (§ 1º, do art. 10, da Lei n.º 8.078/90), deve ser interpretada de forma casuística, considerando as circunstâncias e sutilezas de cada caso posto *sub judice*. Hipótese na qual se denotou que o lapso temporal decorrido para tomar as providências do *recall* mostrou-se razoável”.<sup>58</sup>

No referido caso, entendeu-se que, embora tenha transcorrido meses entre a data em que a montadora<sup>59</sup> tomou conhecimento do defeito e data em que essa comunicou os órgãos competentes, não se poderia reconhecer eventual desídia da montadora, tendo em vista as circunstâncias observadas no caso concreto, em especial a natureza preventiva da campanha e a ausência de periculosidade do defeito detectado.

Por meio deste aresto, resta possível depreender que a razoabilidade do prazo para o efetivo lançamento da campanha de chamamento sempre será analisada em consideração com a natureza do *recall* e com a existência de risco, ou não, ao mercado consumidor, ou seja, **(i)** se

---

<sup>58</sup> TJSP, Ap. 0129135-96.2006.8.26.0053, Des. Rel. Rui Stocco, j. 20.8.2012.

<sup>59</sup> Chrysler do Brasil Ltda.

se trata de campanha de caráter preventivo, isto é, quando não existe qualquer notícia de ocorrência envolvendo os componentes envolvidos nas campanhas ou de que tenha havido prejuízo de qualquer espécie aos consumidores, ou (ii) após a constatação da ocorrência de defeito ou danos aos consumidores.

Para o caso específico de alimentos, a ANVISA se pronunciou no sentido de que o prazo adequado para informação quanto ao *recall* é de 24 horas do conhecimento do defeito. O prazo é exíguo, haja vista o bem da vida envolvido<sup>60</sup>.

De forma global, a mesma Corte Paulista também já consignou em outra oportunidade que o processo de chamamento não é procedimento simples, sendo composto por diversas fases que, por vezes, envolvem a importação de peças, treinamento de mão de obra, levantamento de quantidade de unidades envolvidas e localização geográfica, de modo que o chamamento não pode ser realizado de imediato, sem que haja uma solução para o defeito, motivo pelo qual a expressão *imediatamente* deve ser interpretada sempre casuisticamente<sup>61</sup>.

Isso implica concluir que o recall envolve dois atos interligados: o de comunicação e o de reparo/substituição/recolhimento do produto defeituoso. O ato de comunicação deve ser realizado de modo imediato (= o mais rápido possível); mas o ato de troca/reparo/recolhimento pode ser postergado casuisticamente (por prazo razoável), desde que as circunstâncias exijam e permitam.

A SENACON, em *guia prático para realização de recall*, também já deu o seu aval expresso para que a comunicação ao *recall* ocorra de forma imediata, mas a sua realização aguarde a apuração das informações técnicas:

“De acordo com a Portaria, o comunicado deve ser realizado tão logo o fornecedor tenha conhecimento do risco. Como o objetivo do *recall* é evitar ou mitigar acidentes de consumo, é responsabilidade do fornecedor iniciar a campanha na maior brevidade

---

<sup>60</sup> <http://www.asbra.com.br/noticia/anvisa-propoe-regras-para-recall-de-alimentos>

<sup>61</sup> Recalls envolvendo os modelos (1) Peugeot 407 Sedan 2.0 16V, 407 Sedan 3.0 V6, 407 SW 2.0 16V, 407 SW 3.0 V6 e Peugeot Grand Picasso, para verificação e eventual substituição do Módulo do Motor (demora de 79 dias), e (2) Citroën C3 1.4I ano/modelo 2008 e C3 1.6I, ano/modelo 2009, para verificação e eventual substituição das placas dos tambores de freios traseiros (demora de 5 meses).



possível, e não adiar eventuais medidas necessárias ao levantamento de dados e organização dos demais procedimentos necessários ao início do *recall*. [...]

Ressalte-se que o fato de, eventualmente, não haver disponibilidade de peças de reposição e/ou pessoal capacitado para o atendimento imediato de todos os consumidores envolvidos no chamamento não exclui o dever legal do fornecedor em comunicar os fatos imediatamente às autoridades e, quando necessário, realizar, também, o comunicado aos consumidores quanto à necessidade de interrupção do uso do produto ou serviço envolvido, antes mesmo de solucionar as questões logísticas envolvidas.<sup>62</sup>”

Apesar da alta relevância do tema, são poucas as decisões judiciais que tratam especificamente do prazo razoável para lançamento da campanha de *recall*, deixando margem para aplicação de sanções de forma arbitrária pelos órgãos fiscalizadores.

Justamente por isso é que o deputado federal GUILHERME MUSSI, integrante do Partido Social Democrata de São Paulo - PSD/SP, elaborou o projeto de lei visando alterar o regramento do *recall*, no sentido de fixar, de forma mais objetiva, os prazos de atendimento e, ainda, impor um *dever de cooperação* por parte do consumidor, atribuindo-lhe a responsabilidade de responder ao processo de chamamento.

Ainda em trâmite de aprovação, o Projeto de Lei n. 4637/2012 visa estabelecer “*forma, o prazo, o cumprimento e demais atos em razão dos Recalls de veículos automotores com o fim de evitar acidentes pelo não atendimento por parte dos consumidores e dos fornecedores*”<sup>63</sup>”

O mencionado Projeto de Lei n. 4637/2012, ainda, seria aplicado em conjunto com as demais normas regulamentadoras, que preveem que (i) a SENACON, a depender do caso, poderá prorrogar ou ampliar a campanha de chamamento; (ii) a realização de *recall* não desobriga o fornecedor a substituir ou reparar o produto após o prazo fixado e (iii) a realização de *recall* sujeitará o fornecedor às sanções previstas na Lei nº 8078/90 e no Decreto n. 2.181/97

A fixação de prazos certamente tornará o procedimento mais adequado e objetivo, protegendo não apenas ao consumidor como também o próprio fornecedor, porquanto a

---

<sup>62</sup><http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/saude-e-seguranca/anexos/recall-guia-pratico-do-fornecedor.pdf>

<sup>63</sup> <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=558332>

promulgação deste normativo impedirá a análise arbitrária quanto ao imediato atendimento do *recall*.

### **3.2. CABIMENTO: O RISCO À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR. RECALL SEM DEFEITO?**

Sob a ótica da legislação consumerista, o *recall* é obrigatório quando o produto possa ser nocivo ou perigoso ao consumidor, haja vista que o artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor aloca como seu direito básico “*a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos*”.

Entende-se por nocivo o produto que tem potencial de causar danos à saúde do consumidor; e por perigoso aquele produto que possa comprometer a sua segurança. Relembre-se, aqui, que em razão do conceito de consumidor por equiparação, as vítimas do dano se comparam ao consumidor para fins de obter reparação.

Com isso, resta possível depreender que o instituto do *recall* somente é obrigatório caso o produto disposto no mercado de consumo possa, ainda que potencialmente, colocar a saúde e segurança do consumidor em risco. A contrário senso, assim, não é necessário a realização do processo de chamamento para a hipótese de inexistir defeito no produto.

De acordo com a própria SENACON, “*o objetivo principal do recall é proteger a coletividade de riscos à saúde e à segurança ocasionados por defeitos*<sup>64</sup>”.

Contudo, é certo que a legislação consumerista impõe ao fabricante a obrigação de atuar com transparência e boa-fé nas relações mantidas com seus consumidores, informando-os adequadamente sobre o produto comercializado. Assim, a despeito de inexistir nocividade e periculosidade na incorreta inserção de determinado produto viciado no mercado de consumo, a depender do caso, pode ser necessário ao fornecedor atuar de forma preventiva, realizando o

---

<sup>64</sup><http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/saude-e-seguranca/anexos/recall-guia-pratico-do-fornecedor.pdf>

chamamento, caso a SENACON ou demais órgãos entendam necessário dar ampla publicidade ao vício constatado.

Isso porque, sendo o Código de Defesa do Consumidor norma principiológica e de ordem pública, não se pode fazer uma interpretação demasiadamente restritiva de suas normas para determinar a realização de *recall* apenas nas hipóteses em que o produto ou serviço representar risco evidente à saúde ou à segurança do consumidor.

Embora nesses casos a necessidade do *recall* seja inquestionável, uma interpretação sistemática do Código de Defesa do Consumidor, considerando todos os princípios que devem reger o sistema consumerista, pode levar à conclusão de que seria necessária à realização de *recall* mesmo nos casos em que a periculosidade e a nocividade do produto ou serviço não sejam evidentes. Essa é a exata interpretação feita pela doutrina:

“Nesse sentido, pode-se interpretar o art. 10 como instituindo um dever pós-contratual, isto é, um dever de vigilância, dever de informar o consumidor, se tiver conhecimento da periculosidade do produto que ajudou a colocar no mercado. [...] São os casos em que os princípios da transparência e da boa-fé nas relações contratuais irão se unir aos princípios da proteção da confiança do consumidor na segurança normal do produto vendido para impor um dever nitidamente pós-contratual ao fornecedor direto, e não simplesmente extracontratual, como é para o fabricante”<sup>65</sup>.

A necessidade ou não de um *recall* em casos que inexistem periculosidade ou nocividade é exceção e decorre principalmente do dever de atuar com informação, assegurado a todos os consumidores, e da transparência, que é apontada como um dos objetivos da Política Nacional de Consumo (CDC, art. 4º). O direito à informação adequada, suficiente e veraz, como citado acima, é um dos pilares do direito do consumidor<sup>66</sup>.

A esse respeito, convém destacar que, de acordo com o artigo 8º do Código de Defesa do Consumidor, mesmo em se tratando de produtos que não exponham o consumidor a riscos, o

---

<sup>65</sup> MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005.

<sup>66</sup> LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor, *Revista de Direito do Consumidor*, vol. XXXVII, jan. 2001, p. 59.

fornecedor está obrigado a prestar informações necessárias, adequadas e corretas, assegurando ao consumidor o uso esperado do produto.

Em outras palavras, compete ao fornecedor garantir que a expectativa do consumidor em relação à adequação, ao funcionamento e à segurança dos produtos ou serviços seja efetivamente correspondida. Assim, toda informação prestada pelo fornecedor a respeito de determinado produto o vincula perante o mercado e os adquirentes, nos termos dos artigos 30 e seguintes do Código de Defesa do Consumidor sendo que, excepcionalmente, mesmo inexistindo defeito no produto – mas simples vício – haja determinação quanto ao *recall*.

A SENACON tem referendado tal posicionamento pela adoção de uma postura mais conservadora e enérgica e, independente do risco de nocividade e periculosidade, considerar a possibilidade, como exceção, que o *recall* seja realizado.

Diz-se isso porque, em pesquisa realizada junto a esse órgão, é possível constatar dois casos de *recall* de baixíssima ou nenhuma periculosidade aos adquirentes dos produtos. Trata-se dos casos 08012.007648/2010-60 e 08000.012821/2011-61.

O primeiro é um *recall* feito pela FORD VEÍCULOS LTDA. de um lote veículo Focus, em razão de *“falha na vedação de um lote do componente acima mencionado, podendo ocorrer, em casos extremos, vazamento na hipótese do componente estar abastecido com combustível”*. Para esse *recall* o risco ao consumidor mencionado foi *“dificuldade de acionamento do motor em dias frios quando o veículo estiver abastecido com álcool. A Ford esclarece que não há risco de incêndio ou acidentes em decorrência da falha acima”*.

No segundo exemplo, tem-se um *recall* feito pela empresa SUBARU VEÍCULOS, em seu modelo de veículo Legacy, em razão de possível trinca na mangueira da bomba do óleo da transmissão automática CVT. O risco envolvido refere-se *“ao vazamento do óleo da transmissão tendo como consequência (na pior das hipóteses) a impossibilidade de movimentação do veículo, caso haja o vazamento total do lubrificante”*.

Nas duas hipóteses, o *recall* foi determinado mesmo que risco envolvido restringia-se aos veículos jamais *saírem do lugar* e, assim, não teriam qualquer potencial de causar riscos à saúde e segurança da população.

Em meados de 2013, ainda a VOLKSWAGEN VEÍCULOS S.A. foi obrigada judicialmente a realizar *recall* dos modelos de veículos Fox, Gol e Voyage em razão do tipo de óleo utilizado em seus automóveis, o qual provocou um desgaste prematuro dos motores. De acordo com o que foi noticiado na imprensa, a montadora teria percebido o problema em 2009 e o comunicado ao DPDC e ao Ministério Público, bem como que realizaria pela rede de concessionárias a substituição do óleo do motor. Contudo, o órgão ministerial não concordou com a política da montadora e ajuizou a ação civil pública n. 11.300.013.223, a qual tramitou perante a 15ª Vara Cível de Porto Alegre – RS. A medida liminar postulada no bojo dessa demanda foi deferida para que a fabricante iniciasse o procedimento de *recall*, sob pena de multa diária<sup>67</sup>, mesmo que a hipótese fosse de simples vício no produto. Também foi amplamente divulgado na imprensa um *recall* feito pela VOLKSWAGEN de 2,6 milhões de automóveis em todo o mundo em razão da utilização de óleo lubrificante equivocado<sup>68</sup>.

Esses exemplos denotam que, a despeito da clareza da legislação no que toca ao princípio da precaução e dever de realização de *recall* para casos restritos de defeitos nos produtos, os órgãos administrativos já impuseram a realização do processo de chamamento para os casos que envolvem mera existência de vício no produto e serviço comercializado.

A esse respeito, parece-nos que o mais adequado seria impor o dever de comunicação ao consumidor, mas não por meio do instituto do *recall*, que deveria, em regra, ser utilizado somente para os casos que envolvam defeito no produto ou serviço disposto no mercado de consumo, permitindo-se a informação individual aos afetados nessas hipóteses, conforme será exposto neste estudo.

---

<sup>67</sup> Reportagem disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,justica-obriga-volks-a-fazer-recall-de-veiculos-fox-novo-gol-e-voyage,140459e>. Acesso em 6 de junho de 2014.

<sup>68</sup> Reportagem disponível em: <http://www.car.blog.br/2013/11/vw-recall-de-17-milhao-de-carros-com.html>. Acesso em: 6 de junho de 2014.

### 3.3. O CHAMAMENTO INDIVIDUAL: POSSIBILIDADE?

Relembre-se que, assim que restou promulgada a Portaria n. 789/2001, começaram a surgir dúvidas na população sobre a possibilidade de determinada fornecedora de produtos ou serviços realizar a comunicação de defeito pós-introdução no mercado de forma individual aos consumidores eventualmente afetados, sobretudo quando o produto fosse de pequena quantidade no mercado e de fácil localização.

A dúvida surgiu pela redação conferida ao já citado artigo 2º do normativo, que parecia prestigiar o recolhimento do produto à própria publicidade do chamamento. Isso porque, além da obrigação de comunicação aos órgãos de consumo, o normativo previa que o fornecedor deveria informar aos consumidores acerca da periculosidade ou nocividade do produto ou serviço, mediante campanha publicitária dimensionada *a atingir o universo dos adquirentes*.

Ora, o *universo de adquirentes* certamente poderia ser comunicado mediante simples aviso publicitário direcionado, cumprindo-se assim, a literalidade da norma.

Contudo, sobreveio a Portaria n. 487/2012 apresentando alterações relacionadas, em especial, à extensão da publicidade das campanhas de *recall*, de forma a mostrar que o principal objetivo das autoridades brasileiras era o de assegurar acesso a informações amplas, não apenas aos compradores do produto defeituoso, mas também à sociedade em geral.

A ampla e irrestrita comunicação nas mídias passou a ser entendida como uma eficaz forma de minimizar qualquer risco de exposição à saúde ou segurança relacionado a produto defeituoso colocado no mercado.

Com esse movimento legislativo, a comunicação individual aos consumidores assumiu caráter complementar, ante a expressa necessidade de informação quanto a problemas identificados pelo fornecedor a toda a sociedade e através de anúncios publicitários. O chamamento, por assim dizer, passou a obrigatoriamente depender de ampla divulgação por anúncios publicitários, em âmbito nacional.

Em verdade, a Portaria n. 487/2012 determina que seja realizado o aviso de risco em comunicação a ser enviada diretamente a cada consumidor, informando, neste ato, todas as

especificações técnicas do produto afetado (tais como marca, modelo, lote, série, chassi, dentre outros), apresentando quais os riscos e suas implicações, medidas preventivas e corretivas a serem adotadas pelo consumidor e, ainda, aquelas que serão adotadas pelo fornecedor para resolução do problema. O aviso de risco deve ser dimensionado de forma suficiente a garantir a informação e compreensão da coletividade de consumidores, sendo que a comunicação individual e direta aos consumidores não afasta a obrigação da comunicação coletiva, nos termos dos §§ 2º e 3º, do artigo 5º, citado no tópico acima deste estudo.

Com isso, conclui-se que mesmo que o produto ou o lote do produto defeituoso seja ínfimo, existindo o risco à saúde ou à segurança do consumidor ou terceiros, impõem-se a realização de *recall* de forma completa, com ampla divulgação em todas as mídias: jornais, rádios e televisão.

Inexiste na Portaria 487/2012 a previsão para divulgação *online* das informações, mas a prática demonstra que as empresas apresentam em seus sítios eletrônicos o comunicado de *recall*, justamente em vista a atingir a totalidade de consumidores.

E isso, sobretudo porque a obrigação de informar não decorre de uma natureza punitiva ao fornecedor do produto defeituoso – haja vista que, se assim o fosse, a SENACON acabaria por desmotivar o chamamento espontâneo –, reflete, tão-somente, uma forma de resguardar toda a sociedade e considerar a própria natureza quanto à circulação do produto no mercado, que passa de mãos e mãos viabilizando, assim, que compradores futuros estejam atentos à subsunção deste produto à *recall* outrora realizado.

A relevância da ampla comunicação, inclusive, levou à SENACON e demais órgãos a criarem uma plataforma *online* que viabiliza consultas sobre processos de chamamento já iniciados no país<sup>69</sup>. O acesso à plataforma é amplo, gratuito e sem necessidade de cadastros, em vistas a tornar a consulta menos burocrática possível.

---

<sup>69</sup> VIDE: <http://justica.gov.br/seus-direitos/consumidor>

Feitas essas ressalvas, conclui-se, portanto, pela impossibilidade de comunicação individual do risco aos consumidores, sendo imprescindível a observância ao plano de mídia. A comunicação individual, portanto, processa-se em caráter complementar.

É certo, pois, que a comunicação por imprensa, rádio e televisão não pode ser substituída pela comunicação direta aos consumidores eventualmente afetados por um defeito no produto ou serviço, sob pena de infrações à legislação aplicável.

Na mesma linha, inclusive, cita-se o artigo 13, inciso III, do Decreto 2.181/1997 que considera prática infrativas ao fornecer que “*deixar de comunicar aos consumidores, por meio de anúncios publicitários, a periculosidade do produto ou serviço, quando do lançamento dos mesmos no mercado de consumo, ou quando da verificação posterior da existência do risco*”, fazendo expressa referência à divulgação da campanha de forma ampla na mídia.

Sobre o tema, a Corte Paulista, ao analisar situação em que determinado fornecedor procedeu com a comunicação de risco, espontaneamente, por correio e telefone aos seus consumidores, entendeu que esses seriam complementares à comunicação global feita mediante o plano de mídia, que adiante será melhor abordado. Confira-se:

“Apesar do supracitado dispositivo [artigo 10 do CDC] se referir apenas a anúncios publicitários, a mala direta, desde que de forma complementar e não exclusiva, é permitida e bem aceita pela doutrina e jurisprudência”<sup>70</sup>.

O mesmo se pode depreender do aresto abaixo, em que foi mantida multa aplicada pelo PROCON ao fornecedor que, a despeito de ter realizado *recall* de seus produtos, não o fez por meio amplo, como rádio e televisão:

“Apelação Cível. Ação anulatória. Auto de infração e imposição de multa. PROCON. Realização de recall pela apelante, por sua iniciativa, da bateria de diversos modelos de notebooks, em razão de defeito de fabricação, consistente em curto-circuito interno, que poderia levar a superaquecimento e incêndio do equipamento. Ausência de divulgação da revocação no rádio e na televisão. Violação ao artigo 10 e § 2º do CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, a ensejar a aplicação das sanções previstas no artigo 56 do mesmo diploma legal. Multa fixada em R\$406.213,33.

---

<sup>70</sup> TJSP, Ap. 994.08.127619-1, Rel. Des. José Luiz Germano, j. 23.2.2010.



Estimativa de faturamento bruto médio mensal da empresa pela ré em R\$150.000.000,00. Ausência de prova segura e efetiva de que a média mensal de receita da empresa era R\$32.247.801,64. Prova pericial não requerida pela apelante em especificação de provas. Sentença de improcedência mantida. Recurso não provido”<sup>71</sup>.

Trata-se, na verdade, da observância ao já citado princípio da transparência, que impõe que o fornecedor tem o dever de informar o mercado de consumo acerca dos riscos inerentes aos produtos comercializados e, bem assim, pelas soluções que, se não os eliminam, podem mitigá-los, razão pela qual não se considera possível a comunicação individualizada sobre a existência do defeito.

### **3.4. O CHAMADO *RECALL* BRANCO**

O popularmente conhecido *recall* branco é aquele realizado pelos estabelecimentos sem a comunicação de sua existência aos consumidores, quando o risco envolvido não afeta a saúde e a segurança dos consumidores.

Ele se processa, em sua maioria, no setor automobilístico, sendo que quando o consumidor leva o veículo para as revisões periódicas, a concessionária e a fabricante procedem com a substituição da peça tida por defeituosa, sem que isso seja reportado nas mídias ou, formalmente, ao próprio cliente. Trata-se, pois, de uma *reparação silenciosa*.

A esse respeito, destaca-se ter sido notificado na mídia que muitas empresas realizariam o procedimento, sendo esta reconhecida como praxe silenciosa do mercado, já que é comum a negativa quando a sua realização.

Cite-se, por exemplo, que a VOLKSWAGEN DO BRASIL, em meados de 2009, realizou o procedimento nos modelos Gol, Voyage e Fox, equipados com motores 1.0 flexível EA-111. Segundo a montadora relatou na imprensa, devido a uma alteração na especificação do óleo do motor dos modelos fabricados a partir de março de 2008, a lubrificação das peças poderia ser comprometida, o que causaria ruídos. A convocação, chamada pela marca de “campanha de

---

<sup>71</sup> TJSP, Ap. 0008907-53.2010.8.26.0053, Rel. Des. Oswaldo Luiz Palu, j. 3.7.2013.

oficina ativa”, teve por foco substituir o óleo lubrificante do motor e ampliar o prazo de garantia dos motores em um ano<sup>72</sup>.

Justamente em razão de o *recall* ser procedimento calcado na transparência e dever de informação que esta prática, muito comum no passado, passou a sofrer grandes críticas dos órgãos reguladores e dos próprios consumidores.

Em decorrência disso, em meados de 2014, a SENACON se pronunciou formalmente sobre a prática do *recall branco*, vedando a sua realização e considerando-a infração penal, nos seguintes termos<sup>73</sup>:

“Há circunstâncias ainda, em que, conhecendo o risco, o fornecedor não realiza o recall de acordo com os preceitos legais, mas procede ao reparo do produto ou serviço defeituoso de forma velada, sem comunicar às autoridades, à coletividade de consumidores e, por vezes, sem o conhecimento do próprio consumidor adquirente do produto envolvido. A doutrina convencionou chamar tal procedimento de “recall branco”, prática prevista, inclusive, como infração penal, no artigo 64 do Código de Defesa do Consumidor”.

Ocorre que a SENACON se refere ao artigo 64, que dispõe que configura crime de consumo “*deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado*”. Aplica-se, para estes casos, pena de detenção de seis meses a dois anos e multa.

Mas, há aqui, uma confusão de conceitos. Tratando o tipo penal de hipóteses que envolvam exclusivamente nocividade e periculosidade – e sendo o direito penal interpretado restritivamente –, evidente que a vedação da SENACON à prática de *recall branco* deveria se voltar exclusivamente as hipóteses de defeito no produto e serviço, em que o *recall* é mesmo obrigatório.

De outra banda, o *recall* silencioso realizado para simples vícios não estaria abarcado na definição da SENACON, concluindo-se que, em regra, a realização do processo de chamamento

---

<sup>72</sup><http://g1.globo.com/Noticias/Carros/0,,MUL1369903-9658,00-ENTENDA+O+QUE+E+UM+RECALL+BRANCO+E+SAIBA+COMO+AGIR.html>

<sup>73</sup> <http://www.idec.org.br/pdf/guia-recall.pdf>

nesta hipótese continuaria não sendo necessária, podendo o fornecedor fazer reparos silenciosos quando esses não envolvam risco à saúde e segurança.

Mesmo porque, nem toda troca de peças é necessariamente um caso de *recall*, somente o sendo na hipótese de apresentar riscos para os consumidores, quando a empresa é obrigada a fazer uma ampla campanha publicitária e comunicar o fato às autoridades competentes. De tal forma que, tratando-se de simples vício no produto ou serviço – e, conseqüentemente, não sendo obrigatória a realização de *recall* na hipótese –, a prática do *recall branco* não deveria ser vedada.

O que poderia ser questionado, na hipótese, seriam problemas relacionados à informação adequada prestada pelo fornecedor do produto ou serviço caso proceda com reparações silenciosas de seus produtos em casos de vícios após a sua inserção no mercado de consumo.

De todo modo, parece ser mais adequado que haja algum tipo de comunicação ao consumidor sobre a substituição de peças/reparos do produto adquirido e viciado, por zelo às boas práticas comerciais para que ela possa confiar na boa atuação do fornecedor no mercado de consumo.

## CAPÍTULO IV

### PENALIDADES AO INFRATOR – NÃO REALIZAÇÃO DE *RECALL*

Dado a relevância do *recall*, que envolve defeitos em produtos colocados no mercado de consumo, com alto grau de periculosidade e nocividade, o legislador previu a aplicação de sanções administrativas, pecuniárias e penais ao fornecedor que, violando o princípio da transparência e informação, se furtar do processo de chamamento quando este era devido.

É de se considerar, sobretudo, que no bojo da relação consumerista vigora o princípio da precaução, de modo que qualquer potencial dano deva ser evitado, em benefício da coletividade. Assim, “*as medidas vão desde o mais amplo adimplemento possível do dever de informação – sem o qual restará severamente prejudicada uma posterior sustentação de um comportamento de boa-fé – até a implementação de uma série de cuidados, ainda que gerem dispêndios inesperados. É o caso do recall, em que os fabricantes (de automóveis, em geral), ao constatar problemas repetidos em determinados modelos, convocam os proprietários para efetuar a troca de peças defeituosas*”<sup>74</sup>.

No que toca às sanções administrativas, cumpre destacar que o Decreto n. 2.181, de 20.3.1997, que estabeleceu as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas no Código de Defesa do Consumidor, define como *práticas infrativas*:

“I- a colocação de qualquer produto, no mercado de consumo, que acarrete riscos à segurança dos consumidores; e

II - deixar de comunicar a autoridade competente e os consumidores acerca da periculosidade do produto, quando da posterior verificação de seu risco, mencionadas também no art. 10 do Código de Defesa do Consumidor”.

O artigo 56 deste mesmo diploma estabelece, em rol taxativo, as sanções administrativas aplicáveis pelos órgãos federais, estaduais, Distrito Federal e municipais integrantes do SNDC, em caso de infração às normas ali previstas. Notadamente: **(i)** multa, **(ii)** apreensão do produto viciado, **(iii)** inutilização do produto, **(iv)** cassação de seu registro, **(v)** proibição de fabricação

---

<sup>74</sup> LEWICKI, Bruno. Princípio da precaução: Impressões sobre o segundo momento. In: MORAES, Maria Celina Bodin de. (Coord.). *Princípios do Direito Civil Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

do produto, (vi) suspensão do fornecimento, (vii) suspensão temporária da atividade da empresa, (viii) revogação de concessão ou permissão de uso, (ix) cassação de licença ou interdição do estabelecimento, (x) intervenção administrativa e (xi) imposição de contrapropaganda.

Essas penalidades podem ser aplicadas cumulativamente pelas autoridades competentes, inclusive por meio de medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo que apurar infrações às normas do Código de Defesa do Consumidor.

Contudo, as sanções mais severas, como a suspensão temporária da atividade da empresa, cassação de alvará de licença, interdição do estabelecimento e intervenção administrativa devem, em princípio, ser aplicadas a hipóteses em que o fornecedor “*reincidir na prática das infrações de maior gravidade*”<sup>75</sup> da lei consumerista. A esse respeito, a doutrina assim se manifesta:

“A interdição de estabelecimento, bem como a intervenção administrativa, devem ser aplicadas in extremis, justamente por envolver restrição ao princípio constitucional da livre iniciativa, que assegura a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica (cf. art. 170 e parágrafo único)”<sup>76</sup>.

Portanto, para que não se inviabilize os negócios, prevê-se a reincidência como agravante das penalidades administrativas, condicionando à aplicação das mais graves à prova de sua ocorrência no caso concreto, o que parece bem acertado.

Deve-se acrescentar também que, muito embora não seja previsto literalmente no Decreto n. 2.181/1997, mais especificamente no artigo que versa sobre sua competência (artigo 3º), pode

---

<sup>75</sup> 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.

<sup>76</sup> DENARI, Zelmo. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto, Ada Pelegrini, 5ª ed., Rio de Janeiro, forense, 1998, p. 473.

também a SENACON, em casos extremos, optar por impor ao fornecedor a realização compulsória de uma campanha de chamamento.

Esta imposição somente seria possível em casos dramáticos, em que o defeito ou potencial defeito encontrado possa colocar em risco a integridade física dos consumidores e o fornecedor apresenta resistência à realização do chamamento espontâneo.

Já no que se refere às sanções de natureza pecuniária, o artigo 57 do Código de Defesa do Consumidor prevê a aplicação de multa mediante procedimento administrativo, a qual poderá ser fixada em valor entre duzentas e “*três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo*”<sup>77</sup>.

Para a fixação adequada da multa, serão levados em consideração: **(i)** a gravidade da infração, **(ii)** a vantagem eminentemente econômica auferida pelo fornecedor<sup>78</sup> e **(iii)** a condição econômica do infrator.

Haja vista o subjetivismo imbuído na previsão do dispositivo em questão, diversos PROCONS estaduais e municipais do país passaram a adotar, cada um, uma equação aritmética e/ou procedimentos próprios para apurar o valor da sanção de acordo com a gravidade da infração cometida<sup>79</sup>.

Ainda, para se evitar abusos com a aplicação de sanção pecuniária excessiva, em patente violação aos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade previstos constitucionalmente, o Poder Judiciário costumeiramente sopesa a aplicação deste tipo de sanção, intervindo, assim, para redução dos valores aos patamares mais equilibrados. Cite-se os exemplos a seguir:

“[...] Ação anulatória. Multa PROCON/RJ. Decisão administrativa. Fundamentação. Redução do valor da multa [...]. Por outro lado, o valor da multa fixado não poderá

---

<sup>77</sup> Art. 57 do CDC. 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. 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 (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

<sup>78</sup> Sobre a vantagem auferida, pronunciou-se Zelmo Danari (Op. Cit): “Temos como certo que essa vantagem será de caráter econômico. Quanto maior essa vantagem, maior há de ser a multa”.

<sup>79</sup> VIDE, por exemplo, o artigo 33 da Portaria nº 26/2006 expedida pelo PROCON-SP

ser mantido. Muito embora a quantia esteja dentro do limite estabelecido no art. 57 da Lei 8.078/90, esta não se mostra razoável em se considerando a gravidade da infração estipulada em leve - e a vantagem econômica auferida, conforme dispõe o art. 3º da Lei Estadual 3.906/2002. Não se pode olhar, tão-somente, para condição econômica da apelante. Precedentes”<sup>80</sup>

“Ação anulatória de processo administrativo instaurado pelo PROCON. Multa administrativa. Relação de Consumo. Defeito na prestação de serviços. Procedimento que observou os princípios do contraditório e da ampla defesa. Inexistência de ilegalidade. Fixação da Multa que se deve levar em conta a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor. Infração de natureza leve. Redução da multa administrativa. Recurso parcialmente provido”<sup>81</sup>

“O PROCON, na esfera estadual, exercendo seu poder de polícia, tem competência para fiscalizar e autuar a CEF, mesmo em se tratando de empresa pública federal, quando versar sobre relação de consumo. Porém, a multa deve ser aplicada com razoabilidade e proporcionalidade, cabendo a sua redução pelo Poder Judiciário quando se mostrar excessiva. Precedentes desta Corte. 2. Apelação parcialmente provida.”<sup>82</sup>

Não se ignora, ainda, que em virtude da promoção tardia da campanha de chamamento, possa o fornecedor suportar mais de uma multa, em razão da mesma infração, por diferentes órgãos de defesa do consumidor. Esta possibilidade decorre da competência concorrente do poder de polícia dos órgãos de defesa do consumidor previsto no artigo 5º do Decreto n. 2.191/1997<sup>83</sup>.

A despeito de a aplicação da multiplicidade de multas ser uma realidade atual, contudo, entende-se pela incorreção desta ocorrência, por força do princípio do *non bis in idem* vigente

---

<sup>80</sup> TJRJ, Ap. 0275539-05.2008.8.19.0001, Des. Rel. José Carlos Paes, j. 19.10.2011.

<sup>81</sup> TJRJ, Ap. 0181314-27.2007.8.19.0001, Des. Rel. Carlos Eduardo Moreira da Silva. 15.6.2011.

<sup>82</sup> TRF5, Ap. 0000226-41.2007.4.05.8000, Des. Rel. Marcelo Navarro, j. 10.3.2009.

<sup>83</sup> “Qualquer entidade ou órgão da Administração Pública, federal, estadual e municipal, destinado à defesa dos interesses e direitos do consumidor, tem, no âmbito de suas respectivas competências, atribuições para apurar e punir infrações a este Decreto e à legislação das relações de consumo”.

em nosso ordenamento jurídico, segundo o qual ninguém pode ser condenado duas vezes pelo mesmo fato<sup>84</sup>.

Isso porque, “*não obstante os órgãos de proteção e defesa do consumidor, que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, serem autônomos e independentes quanto à fiscalização e controle do mercado de consumo, não se demonstra razoável e lícito a aplicação de sanções a fornecedor, decorrentes da mesma infração, por mais de uma autoridade consumerista, uma vez que tal conduta possibilitaria que todos os órgãos de defesa do consumidor existentes no País punissem o infrator, desvirtuando o poder punitivo do Estado*”<sup>85</sup>.

Por fim, no que tange às sanções de cunho penal, destaca-se que a própria Portaria 487/2012 prevê a responsabilização criminal pelo não atendimento ao processo de chamamento, exigindo-se, nesse caso, a demonstração da participação na conduta tida como criminosa e sua culpabilidade pelos sócios ou administradores da empresa fornecedora.

Sem a pretensão de se aprofundar no assunto, bastante amplo e até mesmo controvertido no ordenamento jurídico pátrio, destaca-se que, embora o Código de Defesa do Consumidor defina diversos tipos penais entre os artigos 61 a 74, há outros delitos contra as relações de consumo, definidos ora pelo próprio Código Penal, ora por Leis Especiais Penais.

E, no que tange ao processo de chamamento, cogita-se, sobretudo, acerca da aplicação de duas condutas penais, uma prevista no artigo 64 Código de Defesa do Consumidor<sup>86</sup> e outra prevista no artigo 7º da Lei 8.137/90<sup>87</sup>.

---

<sup>84</sup> *O non bis in idem, ao contrário, tem outra e especial serventia enquanto princípio geral do Direito: a de proibir reiterado sancionamento por uma mesma infração – vale dizer, afastar a possibilidade de múltipla e reiterada manifestação sancionadora da Administração Pública*” (FERREIRA, Daniel, Editora Malheiros, 2ª edição. Página 76).

<sup>85</sup> STJ, REsp 1.087.892-SP, 1ª Turma, Ministro Relator Benedito Gonçalves, j. 22.6.2010.

<sup>86</sup> “Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. Incurrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo”.

<sup>87</sup> “Art. 7º. Constitui crime contra as relações de consumo:

[...] IX - Vender, ter em depósito para vender ou expor à venda ou, de qualquer forma, entregar matéria-prima ou mercadoria, em condições impróprias para o consumo:



O tipo penal previsto no artigo 64 do Código de Defesa do Consumidor consiste em delito de omissão de informação sobre o risco do produto que veio a ser conhecido após ser inserido no mercado de consumo. Trata-se do dever de dúplici comunicação aos consumidores e à autoridade. O entendimento majoritário da doutrina é no sentido de que, ausente uma dessas comunicações, o crime se consuma; existe, contudo, opinião em sentido oposto, exigindo para a configuração do crime, que não se comunique o risco aos consumidores e tampouco à autoridade<sup>88</sup>.

O tipo penal previsto no inciso IX da Lei 8.137/90 consiste em vender, ter em depósito para vender ou expor à venda, ou ainda, de qualquer forma “*entregar mercadoria em condições impróprias para consumo*”.

No silêncio da Lei 8.137/90 acerca do que seria *condições impróprias para consumo* aplica-se a definição do Código de Defesa de Consumidor, segundo o qual assim o são: “*I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos; II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação; III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam*”, pouco importando se o bem é durável ou não durável.<sup>89</sup>

Nenhum desses dois delitos, pois, admite a responsabilidade por condição objetiva, não podendo ser imputado crime por presunção de responsabilidade, muito embora as relações de consumo se processem no âmbito da responsabilidade objetiva.

A responsabilidade objetiva do fornecedor de produtos ou serviços, pois, somente se processa no âmbito da responsabilidade civil, inexistindo, em regra, nosso ordenamento pátrio, a responsabilidade penal objetiva.

---

Pena – detenção, de 2 ( dois) a 5 (cinco) anos, ou multa.

Parágrafo único. Nas hipóteses dos inciso II e IX pune-se a modalidade culposa, reduzindo-se a pena de detenção de 1/3 (um terço) ou a de multa à quinta parte.

Parágrafo único. Nas hipóteses dos incisos II, III e IX pune-se a modalidade culposa, reduzindo-se a pena e a detenção de 1/3 (um terço) ou a de multa à quinta parte.”

<sup>88</sup> FRANCO, Alberto Silva. et al.. Leis Penais Especiais e Sua Interpretação Jurisprudencial. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001 p. 1392.

<sup>89</sup> Artigo 18, da lei 8.078/90.

## CÁPÍTULO V

### O *RECALL* AUTOMOBILÍSTICO ANÁLISE DE IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

Muito embora existam cada vez mais *recalls* de alimentos<sup>90</sup>, brinquedos<sup>91</sup>, medicamentos<sup>92</sup> e outros produtos dispostos em larga escala no mercado de consumo brasileiro<sup>93</sup>, o processo de chamamento no Brasil é ainda muito associado ao setor automobilístico.

Em recente levantamento realizado pelos órgãos competentes, apurou-se que os *recalls* de veículos representam mais de 70% do total de chamamentos já realizados no país. Em termos de unidades, “*foram mais de 2 milhões de carros convocados para reparos só em 2015*”<sup>94</sup>.

Estes números decorrem do fato de as empresas automotivas sempre se processaram como inovadoras em tecnologia, modernizando-se rapidamente e, conseqüentemente, dando enredo a determinadas falhas no processo produtivo de massa.

Cumprê destacar que, no início da década de noventa, o processo de chamamento realizado por uma determinada empresa era visto *com maus olhos*, sobretudo atingindo a própria imagem e nome da marca, de modo que os fornecedores, por muito tempo, se furtaram de aderir à prática da realização dos *recalls*. É nesse contexto que se instaurou o chamado *recall* branco, tratado acima neste estudo.

Mas, com a massificação do mercado de consumo e o incentivo ativo dos órgãos de defesa do consumidor do país para que as empresas atuassem com transparência e lealdade, essas

---

<sup>90</sup> VIDE caso do Toddynho contaminado: <http://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/pepsico-confirma-que-lote-de-toddynho-esta-contaminado-com-bacteria-13576454>

<sup>91</sup> VIDE caso da boneca POLLY, da MATEL: <http://oglobo.globo.com/economia/mattel-comeca-recall-da-bonecas-polly-4546623>

<sup>92</sup> VIDE caso do Paracetamol: [http://www.brasilpost.com.br/2014/09/15/teuto-recall-paracetamol-remedios\\_n\\_5826498.html](http://www.brasilpost.com.br/2014/09/15/teuto-recall-paracetamol-remedios_n_5826498.html)

<sup>93</sup> VIDE caso do celular GALAXY 7: <https://www.tecmundo.com.br/samsung-galaxy-note-7/109125-samsung-anuncia-recall-galaxy-note-7-suspende-vendas-explosoes.htm>

<sup>94</sup> <http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

passaram a associar à realização de *recall* às boas práticas de mercado, relacionando a comunicação de chamamento à lisura e boa-fé da empresa, quase como uma estratégia de *marketing*.

Nesse contexto, como decorrência lógica da popularização do *recall* na atualidade, este passou a se inserir no contexto da população como figura conhecida. É dizer, se há décadas sua realização por determinada fabricante/fornecedora colocava em alerta toda a população, atualmente ele processado sem grande comoção social. Tanto é assim, que semanalmente inúmeras notícias de *recall* saem na mídia<sup>95</sup>, integrando a realidade da população, que não mais encara no processo de chamamento uma condenação perpétua de desvalorização do produto no mercado de consumo.

Contudo, se de um lado a popularização do procedimento é uma vantagem à saúde do mercado, por permitir a maior adesão das empresas e, conseqüentemente, maior tutela dos vulneráveis; de outro lado, os levantamentos de órgãos de defesa do consumidor revelam que cada vez menos os consumidores levam os seus veículos à concessionária após o *aviso de risco*.

É dizer, o pleno atendimento ao processo de chamamento pelos consumidores é inversamente proporcional à sua realização pelas empresas do país. Diz-se isso com fundamento em pesquisas e levantamentos realizados pelo PROCON do Estado de São Paulo que, por exemplo, apontam que entre janeiro e junho, de um total de 911.028 veículos convocados para *recalls* no Brasil, apenas 116.830 compareceram às oficinas para efetivos reparos<sup>96</sup>.

Diante esse conhecido e alarmante cenário, os órgãos competentes, sobretudo no que toca aos *recalls* automobilísticos, intencionaram a fixação de mecanismos para que o atendimento ao chamamento se proceda de modo satisfatório<sup>97</sup>.

---

<sup>95</sup>VIDE: <https://www.honda.com.br/recall>; <http://www.chevrolet.com.br/servicos/recall.html>; <http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/12/hyundai-hb20-e-chamado-para-recall-por-risco-de-incendio.html>; <http://www.toyota.com.br/servicos/recall/>

<sup>96</sup> <http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/12/hyundai-hb20-e-chamado-para-recall-por-risco-de-incendio.html>

<sup>97</sup> Cumpre também destacar que a legislação brasileira também estabelece que todos os veículos fabricados, montados e encarroçados no país, sejam eles nacionais ou importados, devem possuir o Certificado de Adequação à Legislação de Trânsito – CAT, emitido pelo Órgão Máximo Executivo de Trânsito da União, de modo a atestar a conformidade do veículo às exigências de segurança estabelecidas, o que também pode ser analisado pelos órgãos competentes quando da realização de determinado recall.

A esse respeito, destaca-se que, desde meados de 2010, a SENACON celebrou com o DENATRAN a Portaria Conjunta n. 69, na qual os órgãos previram o registro de todos os *recalls* no RENAVAL dos carros. O Sistema de Registro de Avisos de Risco seria desenvolvido, implementado e administrado pelo DENATRAN, a partir de informações enviadas pelo DPDC e pelas próprias montadoras e fornecedoras de veículos.

O sistema, chamado de *Sistema de Monitoramento Online de Recall*, coexistiria entre os órgãos, por meio do qual o proprietário do veículo receberia uma notificação de *recall* via correios e, caso o reparo não fosse feito, o veículo fica proibido de ser alienado, sendo a transferência do documento bloqueada<sup>98</sup>. A simbiose entre os dois órgãos teria por intenção principal monitorar o atendimento aos *recalls* do país e, em último grau, reduzir o número de acidentes de trânsito.

Contudo, a despeito dos esforços envolvidos, até a presente data o procedimento não foi implementado, estando em fase final de esquematização junto ao DENATRAN. O PROTESTE tem adotado medidas para acelerar esse trâmite, porém, a efetividade da medida depende da colaboração de todos os envolvidos, além de meios hábeis e efetivos para não se tornar obsoleto em pouco tempo<sup>99</sup>.

Justamente diante desse vazio estrutural que, relembre-se, a Portaria 487/2012, previu a interligação dos órgãos fiscalizatórios, determinando que, no *recall* de veículos automotores, também existe a obrigação de o fornecedor comunicar ao DENATRAN sobre o chamamento.

Certamente que a implantação de sistemas de monitoramento refletirá em melhor comunicação e controle da quantidade de carros efetivamente reparados, corroborando para a segurança de toda à coletividade, sendo um movimento louvável dos órgãos fiscalizatórios.

Em que pese não tenha sido efetivado, o DENATRAN e a SENACON prosseguem na atuação conjunta do *recall* do setor automobilístico. Tanto é assim, que divulgaram recentemente um BOLETIM DE VEÍCULOS, na qual os órgãos, em conjunto, apresentam vasto levantamento sobre o desenvolvimento do *recall* entre os anos de 2013 e 2016.

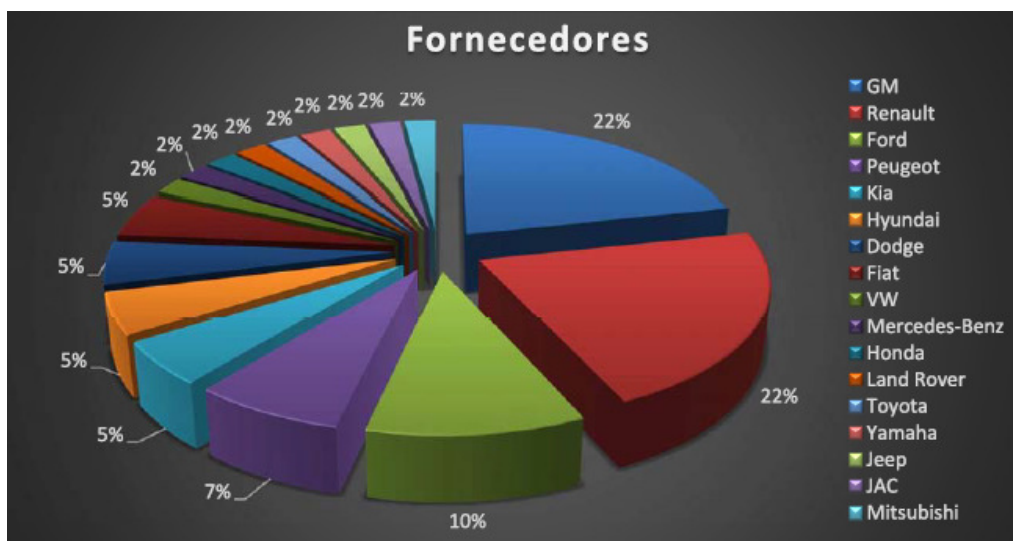
---

<sup>98</sup> <http://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2015/11/previsto-para-2011-sistema-que-registra-recall-no-documento-do-carro-e-adiado-para-2016.html>

<sup>99</sup> <https://www.proteste.org.br/institucional/em-acao/assuntos/recall>

Disponível em página *online* mantida pelo Governo<sup>100</sup>, o BOLETIM DE VEÍCULOS aponta, sobretudo, **(i)** a quantidade de *recalls* realizados; **(ii)** a quantidade de investigações iniciadas no âmbito do DENATRAN; **(iii)** os principais problemas dos veículos que foram objeto de *recall*; **(iv)** os principais riscos envolvidos; e **(v)** o número de *recall* por montadoras no país.

Com base nesse documento é possível constatar que, da totalidade de processos de chamamento iniciados nesses últimos três anos, foram apurados 259 com riscos de lesões e lacerações aos consumidores; 57 envolveram riscos de incêndios e explosões; e 20 representaram algum risco de queda do veículo (como no caso de moto ou motocicleta). Há, também, indicação do nível de processos de chamamento no período realizados por cada montadora atuante no país, na qual se evidencia que as três principais são a GM, RENAULT e FORD<sup>101</sup>:



Além disso, tais órgãos fizeram uma parceria com a Universidade de Brasília – UnB, que passou a atuar em processos de análise pericial sobre potenciais defeitos em veículos, a fim de

<sup>100</sup> <http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

<sup>101</sup> Extraído do link: <http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

embasar os processos investigativos instaurados no âmbito de tais órgãos, o que tem sido reconhecido como importante elemento na investigação da segurança do setor automotivo.

Por fim, curioso notar que, muito embora os órgãos fiscalizatórios estejam se arquitetando para construção de um mercado de consumo mais saudável na esfera automobilística, inexistente atualmente qualquer previsão de punição ao consumidor que não atende ao chamamento promovido pela empresa, o que parece um lapso na legislação, haja vista que, na relação de consumo, coexistem dois sujeitos com obrigações: o fornecedor e o consumidor.

Certamente que, se de um lado o fornecedor deve agir com transparência, lealdade e boa-fé, de outro lado, o consumidor deve agir com cooperação e responsabilidade para adequação da sociedade consumidor, atendendo aos chamamentos realizados.

Atualmente, a mera inscrição realizada no documento do veículo não evita, de fato, acidentes de consumo, pois o consumidor negligente pode, simplesmente, não atender ao chamamento, circulando no país sem qualquer punição, o que prejudica a natureza de prevenção de danos do *recall*.

Sabe-se, contudo, que tramitam, apensos, no Congresso Nacional, o Projeto de Lei n. 6624/2009<sup>102</sup> e o Projeto de Lei n. 500/2011, que intencionam alterar o procedimento do *recall* automobilístico, sobretudo para (i) condicionar o licenciamento dos veículos ao atendimento do *recall* e (ii) impor às montadoras o dever de informar ao DENATRAN os números de chassis de todos os carros incluídos no *recall*.

Ambos os projetos foram elaborados pelo então Deputado Carlos Bezerra, visando alterar o Código de Defesa do Consumidor e o Código de Trânsito Brasileiro (Lei 9.503/1997)<sup>103</sup>, no sentido de também conferir obrigações aos consumidores no que toca ao atendimento ao processo de chamamento da montadora, tornando o sistema mais coeso.

A pretensão é a de que, com a aprovação dos projetos de lei, haja (i) maior adesão dos proprietários dos veículos aos processos de chamamento lançados pelas fabricantes, que se

---

<sup>102</sup> <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=464344>

<sup>103</sup> <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/CONSUMIDOR/145099-DONO-DE-CARRO-PODERA-TER-DE-PROVAR-QUE-RECALL-TEVE-EXITO.html>

sujeitarão à multa pelo não licenciamento do bem automotivo, pois restará fixado que o não atendimento à campanha impedirá o veículo de ser licenciado; **(ii)** maior conhecimento do DENATRAN sobre os veículos envolvidos em processos de chamamento, permitindo maior fiscalização.

Sem dúvidas que a imposição de penalidades ao consumidor que não atende o *recall* refletirá em um benefício à coletividade, e não uma redução de sua vulnerabilidade diante do fornecedor.

## CAPÍTULO VI

### O *RECALL* NA ATUALIDADE: ENTENDIMENTO DOS TRIBUNAIS

#### 6.1. A AUSÊNCIA DE PRESUNÇÃO DE DEFEITO: ZELO PELA SAÚDE DO MERCADO DE CONSUMO

O ordenamento jurídico nacional protege, de diversas formas, o consumidor lesado. E, como não poderia ser diferente, perdura o entendimento de que a realização de *recall* não isenta o fornecedor de indenizar o consumidor que, eventualmente, sofreu danos em decorrência do defeito objeto do chamamento.

Contudo, de outro lado, é certo que a simples realização de *recall* não impõe ao fornecedor o dever de indenização aos consumidores afetados. É necessário que haja a efetiva demonstração de que os defeitos lesaram a esfera moral ou material do consumidor.

Isso porque, a despeito de a responsabilidade no âmbito do Código de Defesa do Consumidor ser objetiva, é imprescindível que haja a existência dos demais pressupostos para configuração da reparação civil para que eventual fornecedor seja condenado a indenizar, ainda que tenha realizado um processo de chamamento. É dizer, para que exista a obrigação de reparar, devem coexistir **(i)** conduta lesiva, **(ii)** o dano; e **(iii)** o nexo de causalidade entre ambos.

SERGIO CAVALIERI FILHO afirma, a respeito da responsabilidade objetiva, que “*todo prejuízo deve ser atribuído ao seu autor e reparado por quem o causou independente de ter ou não agido com culpa. Resolve-se o problema na relação de nexo de causalidade, dispensável qualquer juízo de valor sobre a culpa*<sup>104</sup>”. E continua:

“Mesmo na responsabilidade objetiva, é indispensável o nexo causal. Esta é a regra universal, quase absoluta, só excepcionada nos raríssimos casos em que a responsabilidade é fundada no risco integral, o que não ocorre no código de defesa do consumidor. Inexistindo a relação de causa e efeito, ocorre a exoneração da

---

<sup>104</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de responsabilidade civil. 9. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2008, p. 137.



responsabilidade, conforme enfatizado em várias oportunidades. Essa é a razão das regras dos arts. 12, §3º, e 14, §3º, do Código do Consumidor, porquanto, em todas as hipóteses de exclusão de responsabilidade ali mencionadas, o fundamento é a inexistência do nexo causal<sup>105</sup>.

Por nexo de causalidade se entende a relação lógica de causa (conduta) e efeito (resultado) que interliga a conduta praticada e o dano experimentado pela parte. É o liame que correlaciona as partes de um mesmo evento.

Para que haja o dever de reparação civil, pois, não é suficiente que a parte tenha praticado uma conduta ilícita e tampouco que a vítima tenha sofrido algum prejuízo. É necessário que o dano tenha sido causado pela conduta ilícita e que exista a relação causa-efeito entre eles.

O nexo de causalidade releva-se como requisito essencial para qualquer espécie de responsabilidade, aí incluída a responsabilidade objetiva, incidente sobre as relações de consumo.

Ora, é certo que mesmo depois de divulgar o *recall*, o fornecedor não está isento de arcar com o pagamento de eventuais indenizações decorrentes de acidentes de consumo provocados pelos defeitos no processo de fabricação e montagem. Nem mesmo a desídia do consumidor em atender o chamamento é capaz de eximir à responsabilidade do fornecedor em arcar com prejuízos decorrentes do acidente que vier a ser provocado pelo defeito no produto. Contudo, para que a reparação seja devida, é imprescindível a demonstração do nexo de causalidade no caso concreto.

Tais esclarecimentos são relevantes para se concluir que, mesmo que determinado fornecedor realize um processo de chamamento, este não é presunção de responsabilidade ou reconhecimento de defeito de um produto em determinado caso. Por exemplo, se uma montadora de veículos realizar um recall no cubo de roda de seus veículos, isso não implica na presunção automática de que todos os casos acidentes envolvendo o cubo da roda, necessariamente, foram ocasionados pela falha apontada no recall. É necessário haver prova

---

<sup>105</sup> CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de Responsabilidade Civil. 8ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2007, p. 485-486.

nesse sentido, a ser apurada por técnicos de engenharia mecânica especializados no assunto e na dinâmica do acidente envolvendo o veículo.

Entender que a realização de um *recall*, por si só, implicaria presunção da existência de defeito do produto, subverteria as finalidades do procedimento: prevenir danos, proporcionar a maior segurança aos consumidores e preservar o bom nome da empresa no mercado. A realização de *recall*, na verdade, evidencia a transparência e a boa-fé da empresa, apontando que os produtos estão submetidos a rígido e constante controle de qualidade.

A esse respeito, cite-se que tribunais têm firme entendimento de que a realização do *recall* é medida que se coaduna com a boa-fé objetiva, não significando reconhecimento da existência de defeitos no produto:

“Ação de reparação de danos. [...] Vícios de qualidade. Recall. Boa-fé. Decadência. Garantia contratual. Vício do produto. Falta de comprovação. Manutenção da sentença. [...] O recall vai ao encontro do princípio da boa-fé objetiva, vez que, ao convocar os adquirentes de veículos para a realização de reparos. Pretende-se evitar futuras complicações, pelo que não pode ser considerado como prova de existência de qualquer vício [...]. Apenas a alegação pertinente ao procedimento de recall busca ligar os fatos narrados à conduta da fabricante. Importa saber que o procedimento de recall, derivado do verbo inglês *to call* (chamar) é utilizado em situações em que uma montadora de automóveis toma ciência de algum defeito específico de fabricação e, embasado nessa constatação convoca, de maneira livre e voluntária, os clientes que adquiriram tal produto para retificação. Deflui-se da explanação feita que referido procedimento vai ao encontro do princípio da boa-fé objetiva, vez que, ao convocar os adquirentes de veículos para a realização de reparos, pretende-se evitar futuras complicações e até acidentes que, fatalmente, poderiam trazer consequências ainda mais graves ou - diga-se de passagem - por vezes, fatais. Ora, tal situação não pode ser elevada à categoria de confissão ficta, de reconhecimento tácito, vez que uma plêiade de defeitos pode surgir em veículos que sofrem utilização constante e trafegam nas vias inadequadas que compõem a malha rodoviária brasileira. De tal forma que a autora não fez prova da subsistência dos defeitos alegados, tampouco da ligação desses defeitos com a fabricação do carro.<sup>106</sup>

---

<sup>106</sup> TJMG, Ap.1120193-84.2001.8.13.0024, Rel. Fabio Maia Viani, j. 18.10.2007.

“[...] Em que pese terem sido dadas às partes todas as oportunidades de comprovação das alegações, não conseguiu o autor demonstrar um indício sequer de que tenha corrido risco, eis que o recall deu-se no intuito de se melhorar o sistema do cinto de segurança do seu veículo, nada mais. Ou seja, não se comprovou que o cinto de segurança era ineficaz, ou defeituoso. Apenas, por um zelo com os consumidores entendeu que era oportuna a realização de uma melhoria do sistema oferecido a todos indistintamente e de maneira uniforme e não caso a caso”.<sup>107</sup>

O Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro também já se pronunciou sobre imprescindibilidade da demonstração do nexo de causalidade entre o dano sofrido pelo consumidor e um suposto defeito do produto, ainda que tenha havido o *recall*:

“Responsabilidade civil. Acidente de veículo. Lesões e queimaduras causadas no rosto da motorista pelo *air bag*. Alegação de defeito de fabricação do equipamento não confirmada por laudo pericial, conclusivo, no sentido de que o seu acionamento decorreu da colisão e não de alguma falha. A chamada do fabricante para realização de um recall, por si só, não permite a afirmação sobre a existência de defeito, se não se consegue comprovar o indispensável nexo de causalidade. Recurso improvido”.<sup>108</sup>

“Responsabilidade civil. Relação de consumo. Demanda visando reparação por dano moral. Acidente de trânsito. Capotamento de veículo. Imputação da causa do acidente à defeito no braço da suspensão. Peça objeto de recall, não feito pelo proprietário. Laudo pericial e demais provas demonstrado que o acidente ocorreu em razão da perda do controle do veículo após estouro do pneu dianteiro esquerdo. Danos físicos. Alegação de defeito no funcionamento do *air bag*. Prova pericial concluindo que o dispositivo se encontra em perfeito funcionamento e que o acidente ocorrido não é uma das causas de acionamento do dispositivo. Ausência de prova do nexo causal entre o evento danoso e a conduta do fornecedor do produto. Improcedência do pedido [...]. Não sendo comprovado nexo causal entre o evento danoso e a conduta do fornecedor do produto, não pode este responder por eventuais danos sofridos pelo consumidor. [...]”<sup>109</sup>

É assente o entendimento na jurisprudência de que *“a circunstância de o adquirente não levar o veículo para conserto, em atenção a recall, não isenta o fabricante da obrigação de*

<sup>107</sup> TJMG, Ap. 2.0000.00.504622-2/000(1), Rel. Des. Unias Silva, j. 22.6.2005.

<sup>108</sup> TJRJ, Ap. 0007094-13.2004.8.19.0209, Rel. Carlos C. Lavigne de Lemos, j. 27.6.2007.

<sup>109</sup> TJRJ, Ap. 0000008-64.2005.8.19.0044, Rel. Des. Lindolfo Morais Marinho, j. 26.5.2010.

*indenizar*<sup>110</sup>”; contudo, é mister a presença do nexo de causalidade na hipótese. O *recall*, na realidade, não faz presumir a existência de defeito de fabricação.

Contudo, ainda que em menor escala, existem precedentes recentes em nosso país em sentido diametralmente oposto, onde se reconheceu que a realização de *recall* faria presumir a existência de defeito em favor do consumidor em demandas indenizatórias. Confira-se:

“[...] Prova dos autos firme no sentido da existência do defeito do produto. Ainda que conste a advertência da potencialidade de risco no uso do produto, não resta eximida a responsabilidade da ré em razão do dano causado ao consumidor. A adoção do procedimento de recall do produto objeto da lide gera em favor do consumidor a presunção da existência do defeito no produto. [...]”<sup>111</sup>

[...] O chamado recall, operação através da qual o fornecedor de produtos procura minimizar os efeitos funestos de sua má atuação, ao colocar no mercado consumidor produtos defeituosos, não o desonera da responsabilidade pelos eventuais danos causados pelo vício dos produtos. Se o defeito de fabricação dos veículos daquele modelo foi expressamente reconhecido pelo fabricante no chamamento público aos consumidores para reparos, sobrevivendo incêndio que destruiu totalmente o veículo, consequência antevista pela fábrica face o defeito constatado, inexorável sua responsabilização [...]”<sup>112</sup>.

É certo que o posicionamento acima parece, aparentemente, proteger o consumidor. Mas, na realidade, o que se tem é um desprestígio ao mercado de consumo, haja vista que posicionamentos *xixitas* apenas prejudicam a realização de *recall* espontâneo, dando margem à ocorrência de acidentes de consumo.

## **6.2. O RECALL NÃO ENSEJA DANOS MORAIS**

A doutrina entende por dano moral aquele que abala a esfera pessoal da pessoa humana, atingindo sua honra, dignidade e bem-estar. O dano moral, protegido tanto na Constituição Federal quanto no Código Civil é aquele que realmente *solapa* a psique humana, impondo à pessoa grave aflição ou trauma.

---

<sup>110</sup> STJ, REsp. 1010392/RJ, Min. Rel. Humberto Gomes de Barros, j. 24.3.2008.

<sup>111</sup> TJRJ, Ap. 02613626020138190001, Rel. Maria Teresa Pontes Gazineu, j. 7.10.2015.

<sup>112</sup> TJPR, Ap. 2776421 PR, Rel. Anny Mary Kuss, j. 30.11.2004.

Ao revés, a legislação nacional não abarca qualquer pequeno dissabor como aquele a que todos estão sujeitos diariamente. Caso assim fosse, haveria um absoluto desvirtuamento do instituto do dano moral, com o fomento da inaceitável prática de requerer ao Poder Judiciário indenização por danos morais de forma automática, quase como um cacoete de que se valem os litigantes para enriquecer com suas demandas.

SÉRGIO CAVALIERI FILHO assim se pronuncia a respeito:

“Só deve ser reputado como dano moral a dor, vexame, sofrimento ou humilhação que, fugindo à normalidade, interfira intensamente no comportamento psicológico do indivíduo, causando-lhe aflições, angústia e desequilíbrio em seu bem-estar. Mero dissabor, aborrecimento, mágoa, irritação ou sensibilidade exacerbada estão fora da órbita do dano moral, porquanto, além de fazerem parte da normalidade do nosso dia-a-dia, no trabalho, no trânsito, entre os amigos e até no ambiente familiar, tais situações não são intensas e duradouras, a ponto de romper o equilíbrio psicológico do indivíduo. Se assim não se entender, acabaremos por banalizar o dano moral, ensejando ações judiciais em busca de indenizações pelos mais triviais aborrecimentos”.<sup>113</sup>

A despeito desta clara definição, usualmente os adquirentes de produtos e serviços que tenham sido objeto de *recall* ou até mesmo associações de defesa do consumidor e demais legitimados para propositura de ações coletivas acionam o Poder Judiciário na pretensão de obter indenização por danos morais, com base na frustração de ter o seu bem objeto de *recall*.

Ocorre, contudo, que a jurisprudência nacional tem sido assente no sentido de afastar o pedido de condenação por danos morais calcado no simples fato da empresa ter procedido com o chamamento, colocando o *recall* no âmbito de mero aborrecimento não indenizável. O Superior Tribunal de Justiça apresenta interessantes precedentes nesse sentido, conforme abaixo ementado:

[...] Trata-se de agravo de instrumento, interposto por IBEDDEC – INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDO E DEFESA DAS RELAÇÕES DE CONSUMO, contra inadmissão, na origem, de recurso especial fundamentado no artigo 1055, inciso III, alíneas a e c, da Constituição Federal. O v. acórdão objeto de impugnação do especial, cujo seguimento fora, na origem, denegado, restou assim ementado: AÇÃO COLETIVA. CDC. ALEGAÇÃO DE RISCOS A CONSUMIDORES.

---

<sup>113</sup> Programa de Responsabilidade Civil. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 80.

EXPOSIÇÃO A PRODUTOS VICIADOS OU DEFEITUOSOS QUE FORAM OBJETO DE RECALL. DANOS MORAIS. INOCORRÊNCIA. O recolhimento preventivo de brinquedo em fac (recall) e de defeito na concepção ou de componente nocivo à saúde, não gera, por si só, danos morais. Precedentes do STJ”<sup>114</sup>.

“CIVIL E PROCESSUAL. AGRAVO REGIMENTAL. INDENIZAÇÃO. PRETENSÃO. MONTADORA. CHAMAMENTO. CORREÇÃO DE DEFEITO. "RECALL". DANO MORAL. INOCORRÊNCIA. REEXAME DE PROVAS. SÚMULA N. 7/STJ. IMPROVIMENTO.I. O STJ recebe o quadro probatório tal como delineado pelo Tribunal Estadual e o reexame de provas encontra o óbice da Súmula n. 7 desta Corte. II. Inconvincente a tese de que o chamamento de veículo em "recall" gera, por si só, danos morais. III. Agravo regimental improvido”<sup>115</sup>.

O entendimento dos julgados citados decorre da constatação de que *“o recall é uma prática favorável ao consumidor e não um instrumento de oportunismo para alimentar infundados pleitos indenizatórios”*<sup>116</sup>.

Evidentemente que, provando-se, em determinada situação, que o defeito que ensejou o *recall* tenha causado um efetivo abalo moral ao consumidor, a indenização será concedida<sup>117</sup> mediante a prova do dano; contudo, a simples prática de *recall* não confere ao consumidor o direito à indenização por danos morais automaticamente.

---

<sup>114</sup> STJ, Ag. 1164162; Rel. Min. Vasco Della Giustina (Desembargador Convocado do TJ/RS), j. 7.12.2009.

<sup>115</sup> STJ, AgRg no Ag 675453/PR, Rel. Min. Aldir Passarinho Junior, j. 17.11.2009.

<sup>116</sup> “DANO MORAL. RECALL. AUTOMÓVEL. A recorrente insiste na tese de que houve dano moral em razão da convocação (recall) feita pela montadora de veículos para que comparecesse a uma concessionária da marca para efetuar reparos nos cintos de segurança de seu automóvel, mesmo diante de não restarem dúvidas de que o defeito a ser sanado sequer se apresentou concretamente em seu veículo. Diante disso, apesar de aplicar a Súm. n. 7-STJ à hipótese e reconhecer que o aresto estadual tachou de sem relevância jurídica a tese de a recorrente ter sofrido “choque emocional”, a Turma anotou que não convence a defesa de que o recall teria o condão de causar dano moral à compradora de veículo, pois essa prática é, sim, favorável ao consumidor, não podendo ser aceita como instrumento de oportunismo a alimentar infundados pleitos indenizatórios. AgRg no Ag 675.453-PR, Rel. Min. Aldir Passarinho Junior, julgado em 14/2/2006. Informativo n: 0274, Período: 13 a 17 de fevereiro de 2006.

<sup>117</sup> VIDE: “APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. COMPRA DE VEÍCULO USADO. DESGASTE PREMATURO NO MOTOR. RECALL. CONSERTO. DANO MORAL E MATERIAL. CABIMENTO” (TJRS, Ap. 70062769484 RS, Rel. Jorge Luiz Lopes do Canto, j. 27.3.2015).

Em que pese o entendimento da Corte Superior, não se ignora que alguns tribunais de justiça ainda condenam o fornecedor do produto defeituoso ao pagamento de danos morais<sup>118</sup> pela simples prática de *recall*, o que se revela um desserviço à sociedade.

---

<sup>118</sup> VIDE: “APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. VÍCIO DO PRODUTO. CARRO NOVO QUE APRESENTOU PANE EM RAZÃO DE DEFEITO DE FABRICAÇÃO, QUE POSTERIORMENTE LEVOU O FABRICANTE A FAZER O RECALL. VEÍCULO ROUBADO NO CURSO DO PROCESSO. [...] Os danos morais, por outro lado, estão caracterizados, pois o mínimo que se espera de um carro 'zero' quilômetro é que não apresente defeito no mês seguinte ao da aquisição; sendo certo que o mero fato de ter havido 'recall' para substituição das peças que provocaram a pane no carro do Autor já seria suficiente para demonstrar a existência de vício no produto e, conseqüentemente, caracterizar a existência de dano moral in re ipsa, por falha no serviço, impondo-se a sua indenização pela Primeira e Segunda Apelas, Volkswagen e Scala, que respectivamente fabricaram e comercializaram um produto que comprovadamente apresentou vícios de fabricação” (TJRJ, Ap. 102521120068190208, Des. Rel. Leila Albuquerque, j. 16.9.2010).

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSÃO DO ESTUDO

Este breve estudo teve a pretensão de apresentar, em perspectiva, o instituto do *recall* na atualidade, abordando a legislação aplicável, entendimento dos tribunais acerca do tema e questões práticas enfrentadas pelos fornecedores de produtos e serviços do país ao aderirem ao processo de chamamento.

Apresentando ao leitor um panorama geral das leis consumeristas no Brasil, restou evidente que o Código de Defesa do Consumidor, a despeito de normativo extremamente novo – recém completados vinte e cinco anos –, apresenta questões cruciais à adequação do mercado de consumo, em vistas a proteger a parte vulnerável nesta relação: o consumidor.

Fruto de construção de diversos renomados doutrinadores, o Código de Defesa do Consumidor, norma principiológica e de ordem pública, previu balizas norteadoras das mais variadas formas de contratação, dentre as quais cita-se a responsabilidade objetiva do fornecedor do produto ou serviço, bem como a imposição de que as relações de consumo se processem sob o manto dos princípios da transparência e boa-fé objetiva, conferindo papel importante ao direito à informação nesse contexto.

Aliado ao dever de informação, os órgãos fiscalizadores – sobretudo a SENACON -, passaram a regular as situações em que, após a inserção do bem/serviço no mercado de consumo, detecta-se que ele apresenta defeitos que possam, ainda que potencialmente, prejudicar a saúde e segurança da sociedade.

Com fundamento no artigo 10 do referido códex, o Ministério da Justiça aprovou a Portaria 487/2012, regulando com maior retidão a obrigação de o fornecedor do produto ou serviço proceder com o recolhimento de bens defeituosos dispostos no mercado de consumo, associado à ampla divulgação do fato, em vistas a prevenir danos. Com isso, passou a se concluir que o dever de vigilância do fornecedor, quanto ao bem produzido, não se encerra com a comercialização, perdurando na fase *pós-consumo*.



A respeito do *recall*, ainda, demonstrou-se pormenorizadamente as regras aplicáveis aos fornecedores do produto ou serviço e o procedimento a ser adotado quando um bem comercializado foi reputado defeituoso, aí incluída a ampla divulgação do chamamento por meio do chamado plano de mídia, em que o fornecedor é obrigado a proceder com o aviso de risco à coletividade, além das comunicações individuais aos consumidores afetados.

Ante a promulgação da Portaria 487/2012, portanto, não existe mais espaço para que os fornecedores de produtos e serviços intencionassem a comunicação individual aos consumidores, sem ampla divulgação em rádio, televisão e jornal, eximindo-se da realização do *recall*, porquanto a intenção principal do legislador foi a de se atingir a grande massa da população, mesmo que a comercialização do produto tenha sido ínfima.

O *recall*, viu-se, é instituto obrigatório tão-somente para as hipóteses de defeito no produto ou serviço, capazes de afetar a saúde e segurança dos consumidores, não abarcando hipótese de mero vício. Trata-se, pois, de obrigação existente quando houver o chamado *vício de adequação por segurança*.

A despeito desse fato, foram apresentados precedentes de casos em que a SENACON e, até mesmo o Poder Judiciário, impuseram à realização de processo de chamamento quando inexistia defeito no produto ou serviço, em prevalência do princípio da precaução e amplo dever de informação à sociedade de consumo.

Outro ponto objeto do estudo foi a expressão *imediatividade* prevista na Portaria 487/2012 para lançamento da campanha de *recall* e o subjetivismo incutido no vocábulo, o que deu margem à aplicação de penalidades por parte dos órgãos administrativos em razão de *recall* tardio. Neste ponto, expôs-se que a jurisprudência e a própria SENACON já entenderam que a comunicação do *recall* deve ser imediata, mas o lançamento da campanha pode demandar mais tempo, de acordo com a solução técnica e especificidades do caso concreto. Para o caso de alimentos, a ANVISA possui regramento próprio.

Esclareceu-se, também, que a SENACON veda a prática do chamado *recall* branco, classificando-o como o reparo silencioso de defeito, prevendo na hipótese, a aplicação de sanções para o fornecedor que assim o proceder. Contudo, foi trazido o entendimento dos

fornecedores de que a prática somente seria realizada para os casos de vícios no produto ou serviço, hipótese em que o *recall* não se revela obrigatório. Neste caso, inexistiria ilegalidade na conduta, mas poderia ser questionada a adequação e lealdade na atuação do fornecedor (falta de transparência – vício de informação).

Feita essa exposição inicial, o estudo passou a apresentar as infrações cabíveis ao fornecedor do produto ou serviço que não realiza o processo de chamamento ou o faz de modo inadequado, haja vista ser o fato é tipificado em nosso ordenamento jurídico como crime de consumo.

Nesta oportunidade, também se abordou os nuances específicos do *recall* automobilístico e da atuação simbiótica do DENATRAN e da SENACON, que têm emitido boletins conjuntos e levantamentos de dados que apontam, grosso modo, que a realização do *recall* está enraizada no ordenamento jurídico nacional. Ocorre que, sobre o tema, também se consignou a falta de medidas que obriguem o consumidor a aderir ao processo de chamamento, bem como a existência de Projetos de Lei nesse sentido, visando impedir o licenciamento do veículo caso o proprietário não atenda ao chamado da montadora. Esta medida visa, sobretudo, reduzir acidentes decorrentes da negligência de determinados consumidores.

Por fim, demonstrou-se também que o *recall* é sempre atual e de suma importância para garantia dos direitos dos consumidores que, se afetados, de alguma forma, pelos defeitos dos produtos, mesmo tendo havido o chamamento, ainda têm seu direito à reparação dos danos, desde que provado o nexo de causalidade na hipótese.

Com fundamento em entendimentos dos tribunais no país é que se conclui, ainda, que (i) a despeito da responsabilidade objetiva do fornecedor, para existir o dever de reparação ao consumidor deve haver relação de causa e efeito entre dano e conduta, ainda que o produto tenha sido objeto de *recall*; e (ii) que o simples fato de a empresa realizar *recall* não configura dano moral indenizável, sendo necessária prova de que o defeito tenha causado danos.

Em verdade, o trabalho em questão permite ao leitor ter uma visão geral sobre os aspectos do *recall* do país, salientando sua necessidade para manutenção de um mercado de consumo saudável, calcado na prevenção de dano e zelo pelas relações humanas.

## BIBLIOGRAFIA

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 4ª ed., rev., atual. e ampl., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais..

CARVALHO, Luis Gustavo Grandinetti Castanho de. A informação como bem de consumo. *Revista Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor*. Vol. 41, jan.-mar/2002.

CURY, Renato José. *Revista do Advogado – AASP – 25 Anos de Código de Defesa do Consumidor*, título: Alguns apontamentos sobre o instituto do recall, 2016.

DENARI, Zelmo. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do Anteprojeto*, 5ª ed., Rio de Janeiro, forense, 1998.

FEDERIGHI, Suzana Catta Preta. A prescrição e a decadência no Código de Defesa do Consumidor. *Prescrição no Código Civil: uma análise interdisciplinar*. Editora Saraiva.

FERREIRA, Daniel. Editora Malheiros, 2ª edição.

FILHO, Sérgio Cavalieri. O direito do consumidor no limiar século XXI. *Revista de Direito do Consumidor*. *Revista dos Tribunais*, nº 35, jul/set. 2000.

FILHO, Sérgio Cavalieri. *Programa de Direito do Consumidor*, Editora Atlas, São Paulo, 2008.

FILHO, Sergio Cavalieri. *Programa de responsabilidade civil*, Editora Atlas, São Paulo, 2008.

FILOMENO, José Brito. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

FRANCO, Alberto Silva. et al.. *Leis Penais Especiais e Sua Interpretação Jurisprudencial*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; FINK, Roberto; FILOMENO, José Geraldo Brito; NERY JUNIOR, Nelson; DENARI, Zelmo. *Código*

*brasileiro de defesa do consumidor*: comentado pelos autores do anteprojeto - 10. ed. - Rio de Janeiro: Forense, 2011, vol. I.

JÚNIOR, Nelson Nery. Novo Código Civil e Legislação extravagante anotados. São Paulo: RT, 2002,.

LEWICKI, Bruno. Princípio da precaução: Impressões sobre o segundo momento. In: MORAES, Maria Celina Bodin de. (Coord.). *Princípios do Direito Civil Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. A informação como direito fundamental do consumidor, *Revista de Direito do Consumidor*, vol. XXXVII, jan. 2001,.

MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 4ª ed., rev., atual. e ampl., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*: o novo regime das relações contratuais. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.

MARQUES, Cláudia Lima. Planos privados de assistência à saúde. Desnecessidade de opção do consumidor pelo novo sistema. Opção a depender da conveniência do consumidor. Abusividade da cláusula contratual que permite a resolução do contrato coletivo por escolha do fornecedor. *Revista de Direito do Consumidor*, n. 31, 1999.

MARTINS, Plínio Lacerda. *O Abuso nas Relações de Consumo e o Princípio da Boa-fé*. 1ª ed. Rio de Janeiro, forense, 2002.

NUNES, Rizzatto. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*, 5ª Edição. Editora Saraiva.

SANTANA, Hector Valverde. *Prescrição e Decadência nas Relações de Consumo*, Editora RT, vol. 22.

SMANIO, Gian Paolo Poggio. *Interesses difusos e coletivos*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

## LEGISLAÇÃO

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

Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)

Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. *Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm)

Lei 9.503, de 27 de setembro de 1997. *Institui o Código de Trânsito Brasileiro*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9503.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9503.htm)

Lei 8.137, de 27 de dezembro de 1999. *Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências*. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8137.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8137.htm)

Portaria n. 789/Ministério da Justiça, de 28 de agosto de 2001. *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*. Disponível em: <http://www.procon.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=130>

Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002. *Institui o Código Civil*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)

Lei n. 10.674, de 16 de maio de 2003. *Obriga a que os produtos alimentícios comercializados informem sobre a presença de glúten, como medida preventiva e de controle da doença celíaca*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/110.674.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.674.htm)

Projeto de Lei n. 6624, de 15 de dezembro de 2009. *Propõe alterações na Lei nº 8.078, de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, e na Lei nº 9.503, de 1997, que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro, para estabelecer procedimentos no caso de convocação do veículo para sanar defeitos de fabricação*. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=464344>

Projeto de Lei n. 500, de 22 de fevereiro de 2011. *Propõe alterar a Lei nº 8.078, de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, e a Lei nº 9.503, de 1997,*

que instituiu o Código de Trânsito Brasileiro, para estabelecer procedimentos no caso de convocação do veículo para sanar defeitos de fabricação. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=493031>

Portaria n. 487/Ministério da Justiça, de 15 de março de 2012. *Disciplina o procedimento de chamamento dos consumidores ou recall de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, forem considerados nocivos ou perigosos.* Disponível em: <http://justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/saude-e-seguranca/anexos/portaria-no-487-2012.pdf>

Projeto de Lei n. 4637, de 31 de outubro de 2012. *Estabelece a forma, o prazo, o cumprimento e demais atos em razão dos Recalls de veículos automotores com o fim de evitar acidentes pelo não atendimento por parte dos consumidores e dos fornecedores.* Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=558332>

## **JURISPRUDÊNCIA**

### SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

STJ, REsp 586.316/MG, Rel. Min. Herman Benjamin, j. 17.4.2007.

STJ, Resp. 1010392/RJ, Min. Humberto Gomes de Barros, j. 24.3.2008.

STJ, REsp. 967.623/RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 28.9.2009.

STJ, AgRg no Ag 675453/PR, Rel. Min. Aldir Passarinho Junior, j. 17.11.2009.

STJ, AREsp. 1164162; Rel. Min. Vasco Della Giustina (Convocado do TJ/RS), j. 7.12.2009.

STJ, REsp n. 1.087.892-SP, 1ª Turma, Rel. Min. Benedito Gonçalves, j. 22.6.2010.

STJ, REsp 976836/RS; Rel. Min. Luiz Fux, j. 25.8.2010; afetado como recurso repetitivo.

STJ, REsp 1.195.642/RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, j. 12.11.2012.

#### TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO DISTRITO FEDERAL

TJDF, Ap. 4989398, Rel. Adelith de Carvalho Lopes, j. 4.8.1999.

TRDF, Ap. n. 20140110195716, Rel. Marco Antonio do Amaral, j. 5.8.2014.

TJDF, Ap. 20140111634983APC, Rel. Simone Costa Lucindo Ferreira, j. 8.7.2015,

#### TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE MINAS GERAIS

TJMG, Ap. n. 2.0000.00.504622-2/000(1), Rel. Unias Silva, j. 22.6.2005.

TJMG, Ap. n.1120193-84.2001.8.13.0024, Rel. Fabio Maia Viani, j. 18.10.2007.

#### TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 5ª REGIÃO

TRF5, Ap. n. 0000226-41.2007.4.05.8000, Rel. Marcelo Navarro, j. 10.3.2009.

#### TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO PARANÁ

TJPR, Ap. 2776421 PR, Rel. Anny Mary Kuss, j. 30.11.2004.

#### TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO DE JANEIRO

TJRJ, Ap. n. 0007094-13.2004.8.19.0209, Rel. Carlos C. Lavigne de Lemos, j. 27.6.2007.

TJRJ, Ap. n. 0000008-64.2005.8.19.0044, Rel. Lindolfo Morais Marinho, j. 26.5.2010.

TJRJ, Ap. n. 102521120068190208, Rel. Leila Albuquerque, j. 16.9.2010.

TJRJ, Ap. n. 0181314-27.2007.8.19.0001, Rel. Carlos Eduardo Moreira da Silva. 15.6.2011.

TJRJ, Ap. n. 0275539-05.2008.8.19.0001, Rel. José Carlos Paes, j. 19.10.2011.

TJRJ, Ap. 02613626020138190001, Rel. Maria Teresa Pontes Gazineu, j. 7.10.2015.

#### TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO RIO GRANDE DO SUL

TJRS, Ap. n. 70016262271, Rel. Jorge Alberto Schneider Pestana, j. 31.5.2007.

TJRS, Ap. 70020140851, Rel. Bayard Ney de Freitas Barcellos, j. 16.4.2008.

TJRS, Ap. n. 70053163994, Rel. Jorge Alberto Schreiner Pestana, j. 21.3.2013.

TJRS, Ap. 70062769484 RS, Rel. Jorge Luiz Lopes do Canto, j. 27.3.2015.

#### TRIBUNAL DE JUSTIÇA DE SÃO PAULO

TJSP, Ap. n. 994.08.127619-1, Rel. Des. José Luiz Germano, j. 23.2.2010.

TJSP, Ap. n. 0008907-53.2010.8.26.0053, Rel. Oswaldo Luiz Palu, j. 3.7.2013.

TJSP, Ap. n. 0012355-68.2007.8.26.0302, Rel. Carlos Henrique Miguel Trevisan, j. 4.3.2015

TJSP, Ap. n. 1002541-22.2013.8.26.0361, Rel. Bonilha Filho, j. 11.3.2015.

### **MATÉRIA DE JORNAL ELETRÔNICO**

<http://www.exame.com.br/topicos/ministerio-da-justica>

<http://www.exame.com.br/topicos/recall>



[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=5963#\\_ftn2](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5963#_ftn2)

[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=2224#\\_ftn4](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=2224#_ftn4)

<http://www.asbra.com.br/noticia/anvisa-propoe-regras-para-recall-de-alimentos>

<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,justica-obriga-volks-a-fazer-recall-de-veiculos-fox-novo-gol-e-voyage,140459e>.

<http://www.car.blog.br/2013/11/vw-recall-de-17-milhao-de-carros-com.html>.

<http://g1.globo.com/Noticias/Carros/0,,MUL1369903-9658,00-ENTENDA+O+QUE+E+UM+RECALL+BRANCO+E+SAIBA+COMO+AGIR.html>

<http://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/pepsico-confirma-que-lote-de-toddynho-esta-contaminado-com-bacteria-13576454>

<http://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI215546,91041-Responsabilidade+objetiva+e+solidaria+no+CDC>

<http://oglobo.globo.com/economia/mattel-comeca-recall-da-bonecas-polly-4546623>

[http://www.brasilpost.com.br/2014/09/15/teuto-recall-paracetamol-remedios\\_n\\_5826498.html](http://www.brasilpost.com.br/2014/09/15/teuto-recall-paracetamol-remedios_n_5826498.html)

<https://www.tecmundo.com.br/samsung-galaxy-note-7/109125-samsung-anuncia-recall-galaxy-note-7-suspende-vendas-explosoes.htm>

<http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

<https://www.honda.com.br/recall>

<http://www.chevrolet.com.br/servicos/recall.html>;

<http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/12/hyundai-hb20-e-chamado-para-recall-por-risco-de-incendio.html>;

<http://www.toyota.com.br/servicos/recall/>

<http://g1.globo.com/carros/noticia/2016/12/hyundai-hb20-e-chamado-para-recall-por-risco-de-incendio.html>

<http://revistaautoesporte.globo.com/Noticias/noticia/2015/11/previsto-para-2011-sistema-que-registra-recall-no-documento-do-carro-e-adiado-para-2016.html>

### **SÍTIOS ELETRÔNICOS OFICIAIS CONSULTADOS**

<http://www.defesadoconsumidor.gov.br/images/manuais/manual-do-direito-do-consumidor.pdf>

<sup>1</sup> <http://www.mmcofap.com.br/noticias-interna.aspx?id=50>

<http://justica.gov.br/seus-direitos/consumidor>

<http://www.consumidormoderno.com.br/2016/08/23/passado-presente-futuro-senacon/>

<http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016>

<http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

<http://www.idec.org.br/pdf/guia-recall.pdf>

<http://www.gepac.org.br/>

<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/saude-e-seguranca/anexos/recall-guia-pratico-do-fornecedor.pdf>

<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/saude-e-seguranca/anexos/recall-guia-pratico-do-fornecedor.pdf>

<https://www.proteste.org.br/institucional/em-acao/assuntos/recall>

<http://www.justica.gov.br/noticias/cresce-o-numero-de-recall-de-veiculos-em-2016/boletim-de-recall-veiculos-senacon-denatran-2016.pdf>

<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/CONSUMIDOR/145099-DONO-DE-CARRO-PODERA-TER-DE-PROVAR-QUE-RECALL-TEVE-EXITO.html>

\*\*\*