

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 323, de 2003

Dispõe sobre a convocação de consumidores para saneamento de veículos automotores, e dá outras providências.

Autor: Deputado MARCELO ORTIZ

Relator: Deputado CELSO RUSSOMANNO

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 323, de 2003, de autoria do nobre Deputado Marcelo Ortiz, “regula os procedimentos de convocação de consumidores proprietários e usuários de veículos automotores para verificação ou correção de defeitos de fabricação por parte das empresas montadoras ou dos fornecedores de peças de reposição, e especifica direitos, obrigações e sanções aplicáveis a elas e a seus administradores em caso de inobservância das normas aplicáveis”.

A seguir, o projeto oferece algumas definições técnicas para facilitar a compreensão e aplicação da nova norma, são as seguintes:

- I – Convocação Saneadora;
- II – Procedimento Técnico Saneador
- III – Comunicação de Problema Técnico em Veículo Automotor;
- IV – Rotina de Rastreamento e identificação de Produto com Defeito;
- V – Índice de Atendimento a Convocação Saneadora; e
- VI – Índice de Realização de Chamadas ou Determinações Técnicas.

Determina que os fabricantes de veículos devem informar, detalhadamente e imediatamente após a constatação de qualquer problema que

apresente perigo ao consumidor, dados sobre o defeito, os procedimentos de correção e as providências tomadas para notificar os usuários. A informação deve ser enviada aos órgãos reguladores e fiscalizadores do Poder Executivo Federal, aos órgãos de defesa do consumidor, a imprensa em geral e aos consumidores afetados.

Ainda, estabelece que os fabricantes devem manter registros sobre o atendimento e correção dos defeitos que originaram a chamada dos consumidores, bem como divulgá-los para os órgãos fiscalizadores e para o consumidor em geral.

Define, também, as sanções e a responsabilidade específica do fornecedor para fins de indenização e ressarcimento do consumidor que tiver prejuízos decorrentes da “chamada” para correção do defeito constatado no veículo.

Finalmente, o projeto sob comento propõe alteração no Código de Defesa do Consumidor e no Código Penal para especificar responsabilidades e sanções a ser aplicadas no casos de ocorrência do problema ou infração às novas disposições legais.

O projeto não recebeu emendas e cabe-nos, nesta Comissão de Defesa do Consumidor, analisar a questão no que tange à defesa do consumidor e às relações de consumo.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto de lei sob comento é um tema atual e de suma importância para o consumidor brasileiro, pois refere-se a um problema que já ocorreu no passado com varias montadoras de veículos e que pode vir a ocorrer no futuro, independentemente da lei ou da vontade dos fabricantes, pois é problema derivado de falha técnica de uma peça ou de sua montagem, coisas que não tem previsão ou que não se espera sua ocorrência. Assim, acreditamos que a presente proposição merece ser analisada e trabalhada nesta Casa pelo conjunto de seus membros para que a lei, quando de sua aprovação, tenha um texto legal claro e objetivo, propiciando sua imediata e correta aplicação.

Nos termos do Código de Defesa do Consumidor, quando o fabricante toma conhecimento de que seu produto apresenta periculosidade à saúde ou à segurança do consumidor, realiza-se a campanha de serviços chamada de “recall”.

Como bem colocado no projeto em relato, as informações pertinentes ao “recall” devem ser devidamente prestadas ao próprio consumidor, às autoridades competentes e aos órgão de defesa do consumidor, por meio dos mecanismos previstos na lei e por outras formas de divulgação que o fabricante achar conveniente.

Estas campanhas de serviços têm por objetivo básico o seguinte: a) que os consumidores adotem todas as providências necessárias para atender ao chamado, tão logo tomem conhecimento da campanha de serviços; e b) que as autoridades competentes fiscalizem e acompanhem as ações adotadas, bem como colaborarem para o atendimento do “recall” pelo consumidor.

A campanha de serviços é prática séria e específica, por isso devem se restringir aqueles produtos que apresentem periculosidade à saúde e à segurança do consumidor, competindo à indústria e às autoridades governamentais adotarem as ações necessárias para condução de todo o processo.

É de se ponderar que, se houvesse a extensão das práticas acima propostas a defeitos de toda e qualquer natureza, o consumidor não teria sua atenção despertada para uma campanha de serviços nos moldes ora propostos, revestida de formalidades legais e que tem por premissa básica assegurar sua segurança e saúde.

Nesse sentido, faz-se necessária a criação de disposições que venham regulamentar a abrangência da colaboração das autoridades visando atingir aos consumidores, sempre otimizando a realização de campanhas de serviços, prevista no art. 10, § 1º do CDC e na Portaria do Ministério da Justiça nº 789/2001.

Importante colocar que a realização de “recall” deve ser vista como um avanço da postura do fabricante, que deve ser, pelas autoridades competentes e pelos próprios consumidores, incentivada, acompanhada e atendida. É prática a ser tratada com a seriedade e a importância que o tema

requer, por ser imprescindível instrumento de prevenção de acidentes de consumo.

O fornecedor deve buscar ampla divulgação do “recall” pela imprensa falada e escrita, além de outras medidas que o fabricante resolver adotar em prol da divulgação e garantia de aviso ao consumidor.

Outro ponto a ser ressaltado, e que a prática de campanhas já realizadas tem demonstrado, é que os resultados mais eficazes em termos de taxa de retorno são obtidos através de comunicado escrito individualizado, isto é, encaminhamento de correspondências individualizadas a cada consumidor atingido pelo “recall”, bem como a realização de telemarketing ativo, que é o contato via telefone com cada consumidor chamado pelo “recall”.

Todavia, a indústria encontra sérias dificuldades no atendimento eficaz deste mecanismo pois esta possui em seus cadastros, tão somente o endereço ou telefone dos adquirentes de produtos novos, vendidos através de sua rede de concessionárias. Quando os veículos são comercializados entre consumidores, a indústria não tem como atualizar o cadastro daquele veículo e, conseqüentemente, quando da necessidade de realização de um “recall” fica impossibilitada de utilizar com eficácia este importante meio de comunicação com o consumidor, já que não tem mecanismos para localizá-los.

Assim, vital é que o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor - DPDC - ligado ao Ministério da Justiça, departamento responsável pelo acompanhamento do andamento de campanhas de “recall”, obtenha junto ao Departamento Nacional de Trânsito – DENATRAN, órgão também ligado ao Ministério da Justiça, através da numeração de chassi fornecida pela indústria, a listagem com os nomes e endereços atualizados dos atuais proprietários de veículos abrangidos em uma campanha de “recall”, com intuito de que o fabricante possa avisar, o mais rápido e diretamente possível, os atuais proprietários dos veículos objeto da campanha. Com este procedimento, os índices de atendimento aumentarão em quantidade e rapidez, garantindo a segurança do consumidor.

Outra providência importante, especialmente para controle do que foi executado pela campanha refere-se a colaboração da Federação Nacional das Seguradoras – FENASEG, para fornecimento de listagem contendo a relação de sinistros com perda total ocorridos com os veículos abrangidos pela

campanha de serviços. A FENASEG faria um trabalho de coleta de informações junto as principais seguradoras do país, apontando qual o número de veículos daquela campanha que, por não mais circularem, estarão impossibilitados de realizarem “recall” e, conseqüentemente, influenciam no percentual de atendimento da campanha, necessário para avaliar sua eficácia.

Diante do exposto e concordando com o objetivo e importância do projeto em questão, ao mesmo tempo que vislumbramos possíveis melhoras para aprimoramento da proposição, somos pela aprovação do Projeto de Lei nº 7.415, de 2002, na forma do Substitutivo anexo.

Sala da Comissão, em de de 2004.

Deputado CELSO RUSSOMANNO
Relator

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 323, de 2003

Dispõe sobre a convocação de consumidores pelo fornecedor de produtos para saneamento dos defeitos originados em sua fabricação, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, os procedimentos a serem adotados para comunicação às autoridades públicas e aos consumidores pelo fornecedor de produtos que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento de defeito que apresente periculosidade à segurança e à saúde do consumidor.

Art. 2º O fornecedor de produtos que tiver conhecimento de periculosidade apresentada por estes produtos deverá comunicar o fato imediatamente, por escrito, ao Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC - da Secretaria de Direito Econômico – SDE - do Ministério da Justiça, organismo competente para coordenar a política de Sistema Nacional de Defesa do Consumidor(SNDC) ou que venha substituído.

Parágrafo único. O DPDC, nos termos das atribuições que lhe são conferidas pelo art. 3º do Decreto 2.181, de 20 de março de 1997, comunicará o fato aos demais órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e as entidades civis de defesa do consumidor.

Art. 3º A comunicação a ser feita ao DPDC deverá conter, além de outras informações que o fornecedor entender necessários, as seguintes:

I – identificação do fornecedor do produto objeto da campanha de serviço, através dos seguintes dados:

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

II – descrição do defeito detectado, acompanhada das informações técnicas que esclareçam os fatos;

III – descrição dos riscos que o produto possa apresentar;

IV – quantidade de produtos sujeitos ao defeito e o universo de consumidores que deverá ser atingido pela campanha de serviços;

V – como estão distribuídos, pelos Estados da Federação, os produtos objeto da campanha de serviços;

VI – a data e o modo pelo qual o fornecedor concluiu que seu produto apresenta defeito;

VII – quais as medidas adotadas pelo fornecedor para encontrar a solução para o assunto e sanar o defeito;

VIII – descrição da forma de divulgação dos anúncios publicitários de que trata o art. 4º desta Lei, contendo as seguintes informações:

- a) data de início e de fim de campanha;
- b) meios de comunicação utilizados e frequência de veiculação;
- c) o conteúdo das mensagens veiculadas;
- d) os locais para reparação ou troca do produto

IX – descrição, se houver, de ocorrências de acidentes decorrentes do defeito do produto objeto da campanha de serviço, que tenham causado danos materiais ou à integridade física do consumidor, informando, também:

- a) o local a data das ocorrências;

b) nome, endereço, telefone, endereço eletrônico e demais meios de localização das vítimas, se tiver conhecimento;

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

d) existência de processos judiciais decorrentes do acidente, especificando as ações interpostas, o nome dos autores e dos réus, as Comarcas e Varas em que tramitam e os números de cada um dos processos;

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

§ 1º O DPDC poderá, a qualquer tempo, expedir notificação solicitando informações adicionais ou complementares referentes à comunicação de que trata este artigo.

§ 2º Caso ainda não tenham sido concluídas as análises para definição da solução de que trata o inciso VI deste artigo, o fornecedor informará ao DPDC as medidas adotadas até então na busca da solução, apresentando o prazo estimado para a conclusão de suas análises e início de atendimento eventual dos consumidores.

Art. 4º Ao concluir pela existência de defeito que apresente periculosidade à segurança e à saúde do consumidor, o fornecedor comunicará o fato ao DPDC, por escrito, e aos consumidores, através de anúncios publicitários.

§1º Os anúncios publicitários conterão a descrição do defeito que o produto apresenta, os riscos dele decorrentes, as medidas preventivas e corretivas que o consumidor deve tomar, bem como quaisquer outras informações que visem a resguardar a segurança dos consumidores do produto.

§2º Os anúncios publicitários serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor, e dimensionadas de forma suficiente a que atinja o universo de consumidores adquirentes dos produtos objeto do chamamento.

Art. 5º O DPDC poderá, requisitar a realização de análises técnicas por instituto de pesquisas nacionalmente reconhecido e de ilibada reputação, sempre que entender, diferentemente do fornecedor, que determinado defeito apresenta risco à segurança e à saúde do consumidor nos termos da lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 e do decreto 2.181/97.

§1º O fornecedor poderá acompanhar a realização das análises técnicas através de assistente técnico por ele nomeado. O laudo resultante desta análise será acatado pelo DPDC e pelo fornecedor.

§2º No caso de duvida poderá ser repetido o processo por outro órgão requisitado pelo DPDC.

Art. 6º O fornecedor apresentará ao DPDC relatórios de acompanhamento da campanha de serviços, com periodicidade mínima de 60 (sessenta) dias, informando, pelo menos, o universo de consumidores atendidos (quantidade de produtos reparados ou serviços efetivamente realizados) até o momento.

§1º Ao receber o relatório de que trata o *caput* desta cláusula, o DPDC, nos termos das atribuições que lhe são conferidas pelo art. 3º do Decreto 2.181, de 20 de março de 1997, transmitirá as informações aos demais órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e as entidades civis de defesa do consumidor.

§2º O DPDC poderá, a qualquer tempo, expedir notificação solicitando informações adicionais referentes ao acompanhamento da campanha de serviços.

Art. 7º No caso do produto ser veículo automotor o DPDC, em cumprimento ao disposto no art. 10, § 1º da Lei nº 8.078/90, de 11 de setembro, oficiará o Departamento Nacional de Trânsito – DENATRAN, para que forneça o endereço atualizado dos consumidores que não atenderem ao chamamento decorridos 120 (cento e vinte) dias do início da campanha de serviços. Neste mesmo período, o DPDC oficiará a Federação Nacional de Seguradoras – FENAGEG, a fim de que seja obtido junto as empresas seguradoras do País, a quantidade de veículos que tenham sofrido sinistro com perda total do veículo, desde que sejam objeto da campanha de serviços, a fim de se estimar o percentual de veículos que não atenderá o chamamento.

Parágrafo único. Obtidos pelo DPDC, os endereços atualizados dos proprietários dos veículos envolvidos na campanha de serviços, o fornecedor providenciará o envio de correspondências direta aos proprietários, convocando-os para o atendimento à campanha.

Art. 8º Decorridos 180 (cento e oitenta) dias do início da campanha de serviços, o fornecedor apresentará relatório final ao DPDC

contendo, além de outras informações que julgar necessárias, a quantidade de consumidores, tendo em valores numéricos quanto em percentual relativamente ao total, que atenderam à campanha, considerando para esse fim o valor estimado de veículos com perda total, conforme artigo 6º deste lei.

Parágrafo único. Não obstante o prazo estabelecido no *caput* deste artigo, o fornecedor manterá por tempo indeterminado o atendimento a campanha de serviços, até que tenha se dado a verificação de todos os veículos envolvidos na campanha de serviços.

Art. 9. O não cumprimento das determinações constantes desta lei sujeitará o fornecedor às sanções previstas na lei nº 8.078/90 e no Decreto nº 2.181/97.

Art. 10. Esta lei entra em vigor da data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2004.

Deputado CELSO RUSSOMANNO
Relator