



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Requerimento Nº _____, DE 2026 (Do Sr. Paulão)

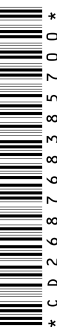
Requer a realização de audiência pública para debater o PL nº 628/2025, a efetividade das campanhas de recall e a prevenção de acidentes de consumo, especialmente envolvendo veículos automotores.

Senhor Presidente,

Requeiro a Vossa Excelência, com fundamento no art. 58, § 2º, II, da Constituição Federal, no art. 24, inciso III, e nos arts. 255 a 258 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, ouvido o Plenário desta Comissão, a realização de audiência pública para debater o **Projeto de Lei nº 628, de 2025**, de autoria do Deputado Vicentinho – PT/SP, que dispõe sobre o chamamento de consumidores pelo fornecedor para saneamento de vícios de produtos originados de fabricação, bem como a efetividade das campanhas de recall, a prevenção de acidentes de consumo e os impactos desses acidentes sobre a saúde, a segurança e a vida dos consumidores brasileiros.

Para tanto, indicamos a oitiva dos seguintes convidados:

- Representante da **Secretaria Nacional do Consumidor, do Ministério da Justiça e Segurança Pública – SENACON/MJSP**;
- Representante do **Instituto de Defesa dos Consumidores – IDEC**;
- Representante da **Anfavea – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores**;





CÂMARA DOS DEPUTADOS

- O Sr. **Jailton de Jesus Silva**, Coordenador da **ANVEMCA – Associação Nacional de Consumidores e Vítimas das Empresas Montadoras e Concessionárias Automotivas**, e pesquisador sobre acidentes de consumo;
- O Sr. **André Antônio Dantas**, Engenheiro Automotivo e Perito;
- Representante do **INADEC – Instituto Nacional de Defesa do Consumidor**;
- Representante da **ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária**;
- Representante da **SENATRAN – Secretaria Nacional de Trânsito**.

JUSTIFICAÇÃO

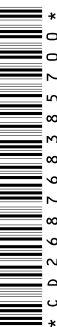
O presente requerimento tem por finalidade promover debate público, técnico e plural sobre a efetividade das campanhas de chamamento de consumidores, conhecidas como **recall**, no contexto da tramitação do **Projeto de Lei nº 628, de 2025**, de autoria do Deputado Vicentinho – PT/SP.

A proposição disciplina os procedimentos de comunicação às autoridades públicas e aos consumidores quando, após a introdução do produto no mercado, for identificado vício originado de fabricação capaz de oferecer risco à saúde ou à segurança.

O projeto prevê informações sobre o fornecedor, o vício detectado, os riscos decorrentes, a quantidade de produtos afetados, os consumidores potencialmente alcançados, as medidas de saneamento e ressarcimento, os meios de divulgação e eventuais acidentes relacionados ao vício do produto¹.

O recall não é simples providência administrativa ou comunicação pós-venda. Trata-se de instrumento de prevenção de danos, redução de riscos e proteção coletiva, especialmente quando defeitos de fabricação podem gerar acidentes de consumo.

¹ Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 628/2025**, de autoria do Deputado Vicentinho – PT/SP. O texto do projeto exige, entre outros elementos, descrição dos meios de divulgação, conteúdo dos anúncios publicitários e informações sobre acidentes decorrentes do vício do produto; também prevê comunicação clara e ostensiva aos consumidores por anúncios publicitários. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?cdteor=2859559&filename=PL+628%2F2025. Acesso em: 17 jun. 2026.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Os dados oficiais da Secretaria Nacional do Consumidor indicam que o desafio não está apenas na abertura formal das campanhas, mas em sua efetividade prática. Segundo o **Boletim Recall em Números 2019**, entre 2014 e 2018 foram iniciadas **701 campanhas de chamamento** no país, das quais **517** se referiam a automóveis, correspondentes a **73,75%** do total².

No mesmo recorte, as campanhas de automóveis chamaram **9.504.580 consumidores** para reparos, mas registraram **4.584.144 atendimentos**, com índice de atendimento de **48,23%**³.

Em termos objetivos, mais da metade do universo afetado por recalls automotivos não constava como atendida.

Esse quadro recomenda exame público sobre a capacidade real das campanhas de alcançar os consumidores, informá-los adequadamente e convertê-los em atendimento efetivo. Não basta que o chamamento exista formalmente; é necessário avaliar se a mensagem chega ao público destinatário, se é compreendida, se utiliza canais adequados e se permanece visível pelo tempo necessário.

Também merece discussão a forma de divulgação dos recalls. A regulamentação anterior, prevista na **Portaria MJ nº 487/2012**, exigia plano de mídia com indicação dos meios de comunicação, horários e frequência de veiculação, e previa aviso de risco a ser veiculado na imprensa, rádio e televisão, sem prejuízo de inserção na internet e em mídia eletrônica⁴.

A **Portaria MJSP nº 618/2019**, ao revogar a norma anterior, passou a admitir meios escritos, transmissão de sons e transmissão de sons e imagens, inclusive por mídias digitais e pela internet, desde que justificada a escolha dos

² Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional do Consumidor. **Boletim Recall em Números 2019**. Dados sobre campanhas de chamamento entre 2014 e 2018. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/Anexos/copy_of_BoletimVersoFinal1.pdf. Acesso em: 17 jun. 2026.

³ Ministério da Justiça e Segurança Pública. Secretaria Nacional do Consumidor. **Boletim Recall em Números 2019**. Tabela “Índices de Atendimento”. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/Anexos/copy_of_BoletimVersoFinal1.pdf. Acesso em: 17 jun. 2026.

⁴ Ministério da Justiça. **Portaria MJ nº 487, de 15 de março de 2012**, art. 3º, II e III. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/defesadoconsumidor/biblioteca/legislacao-upload/portaria_487_de_2012.pdf. Acesso em: 17 jun. 2026.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

meios capazes de garantir maior efetividade de alcance da mensagem ao público-alvo⁵.

A utilização de redes sociais, sites e plataformas digitais pode representar avanço relevante. Essa modernização, contudo, não deve significar, de plano, o esvaziamento dos meios tradicionais de comunicação de massa, especialmente em campanhas voltadas à proteção da saúde, da segurança e da vida dos consumidores.

É necessário que esta Comissão avalie se a substituição ou a redução da publicidade em veículos de grande alcance, como a televisão, pode ter contribuído para diminuir a efetividade dos chamamentos. A ampliação dos meios digitais deve servir para aumentar o alcance das campanhas, não para reduzir a exposição pública dos avisos de risco a pretexto de menor custo de divulgação.

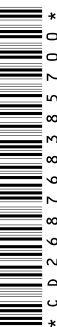
O recorte automotivo reforça a relevância do debate. Veículos automotores são bens de uso cotidiano e, em caso de falha de fabricação, podem gerar riscos ao proprietário, a passageiros, pedestres e terceiros. O próprio PL nº 628/2025 dedica tratamento específico ao tema, ao prever providências voltadas à localização dos consumidores que não atenderem ao chamamento e à obtenção de informações sobre veículos objeto da campanha que tenham sofrido sinistro⁶.

A audiência pública permitirá discutir a suficiência dos planos de mídia, a transparência dos índices de atendimento, a integração entre SENACON, SENATRAN, ANVISA, órgãos reguladores, Procons, entidades de defesa do consumidor e fornecedores, bem como a necessidade de aprimoramento dos mecanismos públicos de identificação, registro e monitoramento de acidentes de consumo.

Além do recorte automotivo, o debate sobre acidentes de consumo exige abordagem intersetorial, pois vícios de produtos podem atingir diferentes cadeias de fornecimento e envolver riscos à saúde, à segurança e à vida dos consumidores.

⁵ Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Portaria MJSP nº 618, de 1º de julho de 2019**, art. 4º, §§ 1º a 4º, e art. 15. Disponível em: https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/defesadoconsumidor/Biblioteca/legislacao-upload/portaria_mjsp_n-618_2019.pdf. Acesso em: 17 jun. 2026.

⁶ Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 628/2025**, art. 7º. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?&teor=2859559&filename=PL+628%2F2025. Acesso em: 17 jun. 2026.





CÂMARA DOS DEPUTADOS

Nesse sentido, a participação de órgãos públicos, entidades civis, representantes da indústria e especialistas técnicos permitirá examinar não apenas a eficiência das campanhas de recall, mas também a capacidade do Estado brasileiro de identificar, registrar, prevenir e responder adequadamente aos acidentes de consumo.

A participação da ANVISA mostra-se relevante porque acidentes de consumo também podem envolver produtos sujeitos à vigilância sanitária, com potenciais impactos diretos sobre a saúde dos consumidores.

A presença dos convidados sugeridos permitirá reunir a perspectiva dos órgãos públicos, das entidades de defesa do consumidor, da indústria automotiva, de representantes de vítimas e de especialistas técnicos, contribuindo para qualificar o debate legislativo sobre o PL nº 628/2025.

Diante da relevância do tema para a proteção da saúde, da segurança, da vida e dos direitos dos consumidores brasileiros, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação do presente requerimento.

Sala das Comissões, de de 2026.

Paulão
Deputado Federal – PT/AL

