

PROCESSO CNDC Nº 102/89

Interessado: Sr. SÉRGIO LUIZ FEIJÓ ABREU

Assunto: "Publicação de Boletins de Interesse Comum Editados pela FORD"

RELATÓRIO E VOTO

Trata-se, em suma, de representação dirigida a este Conselho Nacional de Defesa do Consumidor pelo Sr. Sérgio Luiz Feijó Abreu, residente no Rio de Janeiro, com vistas a solicitar orientação sobre qual "o forum adequado a esse pleito, já que a Procuradoria-Geral da República/Primeira Defensoria Pública do Consumidor não se julga competente".

Em suma, o que se pretende é que as empresas fabricantes de veículos automotores, no caso específico — e concreto, a FORD, divulguem também aos consumidores, e não apenas aos seus concessionários ou revendedores, os chamados "boletins de serviços", ou seja, dando conta especialmente de defeitos constatados em algum equipamento, como o exemplar de fls. 5/7, que fala de defeito na mangueira do aparelho de ar condicionado dos veículos "Escort", "Del Rey" e "Del Rey-Belina", consistente em porosidade que permitira o vazamento de gás refrigerante, recomendando o que deve ser feito para a reparação pelos próprios concessionários.

As razões apontadas pelo digno representante acham-se apontadas a fls. 4, e a elas nos reportamos neste passo.

De interesse nos autos, também encontramos cópia de carta/notificação encaminhada pela 1ª Defensoria Pública do Consumidor, da Procuradoria-Geral da Defensoria Pública do Rio de Janeiro (fls. 3 e verso), por via da qual se solucionou o problema pessoal do mesmo representante/reclamante que, pelo que se supõe, tenha tido exatamente problema no sistema de ar condicionado de seu veículo, sendo a digna defensora pública que firma o parecer de fls. 3vº, de opinião que eventuais outras medidas-sobretudo de ordem coletiva não seria de sua alçada, ou seja, compeli-la, em última análise, a empresa a remeter aos seus consumidores os tais "boletins de serviço" sempre que constatassem qualquer defeito num de seus produtos.

E, realmente, o que a citada empresa fez, foi uma espécie do chamado "recall" que, consoante o recorte de jornal por nós juntado a fls. 9, "pode acentuar a imagem de credibilidade de uma empresa;" mas que não deveria ser utilizado unicamente para este fim.

E, com efeito, seria uma obrigação ética de qualquer indústria fazer o "recall" quando percebe que o produto tem um defeito, chamando os consumidores para a troca ou reparo de um componente que acusou determinado defeito.

E da reportagem citada ainda destacamos o seguinte trecho:

"O primeiro 'recall' da indústria automobilística brasileira aconteceu em 1968, pouco de -

pois do lançamento do Corcel. A engenharia da Ford detectou um problema de alinhamento de rodas e suspensão no novo modelo. O medo de que um aviso público compromettesse a imagem do carro recém-lançado, levou a montadora a instruir as revendedoras para que trocassem as peças sem ônus para o proprietário. A notícia logo se espalhou e 95% dos carros foram concertados. A General Motors e a Fiat também já recorreram ao "recall".

.....

Tem-se por primeiro e curial, por conseguinte, - que antes de qualquer medida administrativa ou até judicial, - cabe ao produtor resolver por seus próprios meios eventuais - defeitos constatados em seus produtos, mesmo porque está ínsita em qualquer contrato de compra e venda a obrigação de fazer boa a coisa vendida.

Tanto assim que os arts. 1.101 a 1.106 do Código-Civil e arts. 210 e 211 do Código Comercial dão ao adquirente - a chamada "ação redibitória" que tem por finalidade a pura e - simples rescisão contratual ou então o recebimento da coisa - que apresentou um defeito com um abatimento do preço.

O anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor - aprovado por este Conselho Nacional de Defesa do Consumidor - procurou não apenas ampliar as formas de ressarcimento ao consumidor (art. 14), incluindo, além das já mencionadas anterior-mente e vigentes, a possibilidade de substituição do bem, se manifesta a impossibilidade de resolução do problema pela reparação etc., como também diferenciou os simples defeitos que apenas - tornam a coisa imprópria ou inadequada ao uso a que se destina, dos chamados "defeitos que acarretam danos ao consumidor (art. 12 do anteprojeto).

Em ambas as hipóteses, porém, pressupõe-se que não

haverá necessidade de se pleitear indenização por danos em decorrência do defeito da coisa, ou então a sua troca por outra ou ainda a resilição do contrato, se o próprio fornecedor toma as medidas necessárias para prevenir danos ou reparar defeitos ou vícios mediante o "recall" ou outras medidas semelhantes.

Os artigos 10 e 11 do anteprojeto prevêem ainda a retirada de mercado de bens que apresentem nocividade ou periculosidade demonstradas após sua colocação no mesmo mercado, e o alerta por anúncios publicitários.

Creemos, por conseguinte, que a obrigação do que pretende o perspicaz consumidor-reclamante impor aos fabricantes de veículos já está implícita nos dispositivos projetados, embora os arts. 10 e 11 se refiram especificamente a produtos nocivos ou perigosos.

Por outro lado, porém, também o art. 102 do anteprojeto prevê que "as entidades civis de consumidores, e as associações de fornecedores ou sindicatos são legitimados a regular, por convenção escrita, relações de consumo que tenham por objeto estabelecer condições de preço, de qualidade, de garantia, de reclamação e conciliação ou de volume de fornecimento de bens e serviços".

Não é apenas a indústria de automóveis que deve praticar o "recall" ou alertar seus consumidores, mas todo e qualquer fornecedor de bens e serviços, donde, devido à extrema multiplicidade de hipóteses, ser impraticável uma norma específica para cada tipo de produto.

Por fim, não há como compelir-se a Ford ou qualquer outro fornecedor de bens de consumo durável, diante da legislação vigente a enviar os chamados "boletins", mesmo porque não apenas cada empresa tem seu estilo próprio de atuar nesse tipo de questão, como também para cada produto haverá necessidade de uma medida diferente, inclusive no tipo de comu

nicação a ser feito.

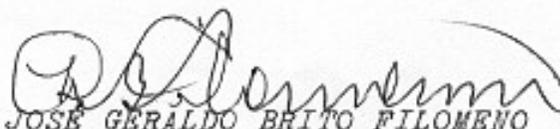
No caso dos automóveis, é certamente a rede de concessionários o meio mais eficaz e prático para tanto, como de resto consta do recorte de jornal a que se fez referência atrás, ainda que o consumidor possa valer-se de outra concessionária que não a que lhe vendeu o carro, por exemplo, sendo por conseguinte a via mais prática para tanto.

Já no caso de eletrodomésticos, por exemplo, a rede de oficinas autorizadas seria a mais viável, e não muitas vezes a revendedora do produto, até por seu elevado número, se comparada com uma revendedora de autos.

Dir-se-á que o prazo atualmente de 15 dias para a ação redibitória é extremamente exíguo e realmente o é, tanto assim que se projetou a sua extensão para 180 dias, e assim mesmo contado após o término da garantia concedida pelo fabricante, ou então sua suspensão quando o consumidor, não atendido pelos meios normais a que se referiu passos atrás, fizer reclamação junto a um órgão ou entidade de proteção ou defesa do consumidor.

São estas as ponderações que nos cumpria fazer ao ensejo, sendo de parecer se encaminhe cópia deste relatório e voto, se aprovado, ao representante/reclamante, bem como do recorte de jornal juntado por iniciativa deste relator.

De São Paulo para Brasília, 23 de junho de 1989.



JOSE GERALDO BRITO FILOMENO  
CONSELHEIRO/CNDC-RELATOR