XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

KEILA PACHECO FERREIRA

VIVIANE COÊLHO DE SÉLLOS KNOERR

JOANA STELZER

Copyright © 2015 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – Conpedi
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes - IDP
Secretário Executivo -Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Conselho Fiscal
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR
Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches - UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)
Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias
Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC
Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU
Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC
Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC
Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM
Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA
Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladmir Oliveira da Silveira – UNINOVE

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFS;
Coordenadores: Viviane Coêlho de Séllos Knoerr, Joana Stelzer, Keila Pacheco Ferreira – Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-049-7
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de desenvolvimento do Milênio.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Globalização. 3. Relações de consumo. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O presente estudo consubstancia-se em obra que reúne uma coletânea de artigos de excelência acadêmica comprovada não apenas em razão de sua seleção pelo sistema double blind peer review, mas, também por sua apresentação no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI, realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS), na cidade de Aracaju SE, entre os dias 3 a 6 de junho de 2015, reunindo pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil.

Dentre os traços mais marcantes desse Grupo de Trabalho, teve-se a profundidade na discussão sobre o consumo e o consumismo, o fenômeno da globalização, o superendividamento e aspectos de responsabilidade que norteiam as relações de consumo. Os trabalhos promoveram uma crítica científica de cunho altamente reflexivo sobre o cenário contemporâneo, mediante uma interlocução comprometida por parte dos expositores que demonstraram possuir qualificação para argumentar sobre essas complexas questões contemporâneas.

A diversidade dos temas apresentados também trouxe um anseio generalizado pelas novas abordagens que as temáticas merecem e que não se resumem a uma ótica exclusivamente normativa. As discussões de alto nível entre os pesquisadores de diversas partes do País trouxeram imensa satisfação às Coordenadoras desse Grupo de Trabalho que puderam vivenciar tão enriquecedora experiência.

No intuito de revisitar os temas e autores, passa-se a fazer breve descrição do conteúdo que será encontrado ao longo de toda a obra.

Os autores Marcelo Cacinotti Costa e Vinicius de Melo Lima, apresentam um estudo sobre o superendividamento e seus reflexos na sociedade contemporânea partindo da compreensão da modernidade líquida e dos novos pobres no artigo O Superendividamento como um problema de Direitos Fundamentais.

Partindo das patologias do consumo na sociedade moderna, e as diferentes implicações nas questões sociais, ambientais e econômicas as autoras Livia Gaigher Bosio Campello e

Mariana Ribeiro Santiago discorrem sobre as novas dinâmicas da locação de coisas, ressignificação da propriedade e efetivação do consumo solidário e sustentável.

Em Comércio Justo e Consumo Responsável: avanços normativos para a certificação brasileira, os pesquisadores Everton Das Neves Gonçalves e Joana Stelzer ao tratar de diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro, demonstram que os princípios jurídicos, as regras de certificação e os códigos de conduta nada mais são do que estímulos normativos para uma mudança do comportamento de consumidor para agente de transformação social.

Analisando a aplicação dos sistema S1 e S2 de Daniel Kahneman no sistema consumista e evidenciando conceitos e origens do sistema consumista, os autores Jose Everton da Silva e Marcos Vinícius Viana da Silva buscam compreender qual dos dois sistemas é aplicado no momento da compra dos novos produtos.

Trazendo à tona e inserindo o conceito da obsolescência programada no contexto da sociedade de risco, os autores Sérgio Augustin e Daniel Bellandi realizam uma breve crítica ao pensamento econômico da era da modernidade e apontam que, se observadas a pleno o conceito de obsolescência programada, consumo, consumismo e crescimento econômico, encontraremos intrínsecas inúmeras possibilidades de atenuação da crise ambiental em nosso planeta.

Tratando em seu artigo de formas a potencializar a segurança do consumidor e ao mesmo tempo fomentar o mercado de incorporações imobiliárias, os pesquisadores Leandro de Assis Moreira e Franco Giovanni Mattedi Maziero apresentam a utilização conjunta dos dois instrumentos, ou seja, o patrimônio de afetação em sociedade de propósito específico para o desenvolvimento de cada empreendimento de incorporação imobiliária.

Já em O apelo midiático e a publicidade subliminar no atual contexto das relações de consumo: Implicações e Responsabilidades, a autora Alana Gemara Lopes Nunes Menezes traz à tona a problemática das práticas publicitárias enganosas, especialmente a técnica subliminar e o merchandising, sua tutela pelo Direito e as suas consequências para o consumidor brasileiro.

Sergio Leandro Carmo Dobarro e Andre Villaverde de Araujo, ao estudar o instituto da desconsideração da personalidade jurídica no Código de Defesa do Consumidor, demonstram

que o mesmo deve funcionar como arcabouço de concretização de direitos e imputação de saldo benéfico ao processo, protegendo de modo mais energético àqueles que findam encaixilhados como vítimas pontuais na sociedade consumerista.

Partindo da conceituação enquanto bem jurídico supraindividual e a ausência de efetividade no plano da concretude, os autores Ângelo Maciel Santos Reis e Felipe Carneiro Pedreira da Silva em A (in)eficácia dos tipos penais do Código de Defesa do Consumidor tratam acerca dos tipos penais presentes no referido código, demonstrando que a proteção aos direitos da coletividade se torna inadequada ou insuficiente sob a perspectiva do Direito Penal.

Ao apresentar o caso do superendividamento sob o enfoque da legislação brasileira e a importância da propositura de soluções eficazes para frear tal fato, os pesquisadores Giovanna Paola Batista de Britto Lyra Moura e Manoel Alexandre Cavalcante Belo demonstram a necessidade emergencial de uma reforma no Código de Defesa do Consumidor, bem como, que o superendividamento é uma questão de ordem pública, e como tal deve ser tratado.

Em A incidência e aplicabilidade do recall nas relações de consumo brasileiras, Patricia Martinez Almeida e Vladmir Oliveira da Silveira tratam do tema citado concluindo que nas relações em que ocorre o presente instrumento ainda não são satisfatórias, tanto em relação à falta da necessária transparência nas informações, seja pela abrangência de sua incidência prática.

Relatando a atividade administrativa das audiências de conciliação no âmbito do PROCON-TO como uma tentativa de dar uma resposta do poder público satisfatória ao consumidor, as autoras Renata Rodrigues de Castro Rocha e Liliane de Moura Borges reconhecem o serviço que vem sendo prestado à sociedade pelo PROCON-TO e Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins, concluindo que os Estados podem lançar mão desse tipo de mecanismo para tentar superar o obstáculo organizacional.

Abordando o dever de informação nos Contratos de Seguro-Saúde como desdobramento do Princípio da Boa-Fé Objetiva, os pesquisadores Evelise Veronese dos Santos e Roberto Wagner Marquesi expõe esse dever como de extrema importância, por isso as partes devem observar com rigor seu dever de informar, atingindo, com isso, a ideia da transparência contratual.

Discutindo sobre a crescente demanda do Direito Contratual relacionado ao Direito do Consumidor, Stefania Fraga Mendes e Roberto Alves de Oliveira Filho em seu artigo O

princípio da boa-fé como instrumento de equilíbrio e proteção nas relações de consumo no Brasil e na União Européia apresentam a aplicação do instrumento ora citado como um meio para a redução da desigualdade negocial entre consumidor e fornecedor.

Por fim, os autores Sérgio Augusto Pereira Lorentino e Leonardo Macedo Poli fazem uma análise da autonomia dos consumidores nos contratos dentro da contemporaneidade.

As discussões a partir da apresentação de cada um dos trabalhos ora editados, permite o contínuo debruçar dos pesquisadores na área consumerista, fomentando e amadurecendo a pesquisa na área do Direito, visando ainda o incentivo a demais membros da comunidade acadêmica à submissão de trabalhos aos vindouros encontros do CONPEDI.

É com muita satisfação que apresentamos esta obra. É garantida rica leitura e reflexão a todos.

Coordenadoras do Grupo de Trabalho

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr UNICURITIBA

Profa. Dra. Keila Pacheco Ferreira - UFU

Profa. Dra. Joana Stelzer - UFSC

A INCIDÊNCIA E APLICABILIDADE DO RECALL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO BRASILEIRAS

THE IMPACT AND APPLICABILITY OF RECALL IN BRAZILIAN CONSUMER RELATIONS

Patricia Martinez Almeida
Vladmir Oliveira da Silveira

Resumo

O presente estudo sobre a defesa dos direitos do consumidor tem por objeto a análise dos instrumentos institucionalizados para a prevenção e reparação dos referidos direitos em âmbito nacional, problematizando a incidência e aplicabilidade do mecanismo conhecido como recall nas relações de consumo no Brasil. A pesquisa se justifica na medida em que a declaração, a promoção e a proteção dos direitos dos consumidores possuem caráter cogente, em virtude de seu amplo reconhecimento pelos ordenamentos jurídicos, inclusive como direito humano fundamental. Dessa forma, sua instrumentalização se reveste de peculiar importância na efetivação dos direitos humanos. Para tanto, foi utilizado o método de abordagem hipotético-dedutivo, com base em pesquisa bibliográfica e documental.

Palavras-chave: Direito internacional dos direitos humanos, Direito do consumidor, Recall, Funcionalização do direito.

Abstract/Resumen/Résumé

The present study on the protection of consumer interests aims to analyse the institutionalized instruments for the prevention and repair of those interests at the national level discussing the impact and the applicability of the so established mechanism recall, in the relations consumption in Brazil. The research is justified to the extent that the statement, the promotion and the Consumer Rights Protection have cogent character, because of its widely recognized by national law, including as a fundamental human right.Therefore its instrumentalization has on special importance in the realization of human rights. For this purpose, was used the method of hypothetical-deductive approach, based on documentary and bibliographical research.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: International human rights law, Consumer rights, Recall, Functionalization of law.

INTRODUÇÃO

As alterações dos paradigmas social, cultural e econômico do modelo da sociedade industrial da modernidade para a moldura da sociedade consumista da pós-modernidade - aqui entendida como um processo dialógico econômico, social e cultural em que ocorrem as rupturas do modelo do Estado moderno, ou seja, o encadeamento em que os limites territoriais e os regramentos estatais já não mais se impõem exclusivamente às relações jurídicas - elevaram alguns interesses particulares à condição de necessidades globais.

Com a queda do bloco socialista do leste europeu, a dicotomia entre os países de orientação econômica socialista e os de orientação capitalista se finda, inaugurando um novo período econômico global com a instituição de uma hegemonia capitalista-consumista mundial.

Nesse período, em virtude das atrocidades cometidas na Segunda Guerra Mundial, fundadas nas regras da não intervenção nos poderes da soberania estatal, alguns direitos tiveram que ser resguardados em âmbito global e regional - além de local e nacional -, inicialmente, por meio de compromissos políticos firmados entre os Estados e, posteriormente, pela internalização desses referidos compromissos na ordem jurídica doméstica de cada compromissário, assim como em determinados sistemas regionais de proteção.

Dentre tais direitos que foram entendidos como o mínimo a ser protegido em atenção à dignidade do ser humano, destaca-se a declaração sobre a promoção e a defesa dos direitos do consumidor contida na Resolução 39/248, de abril de 1985, da Assembleia Geral das Organizações das Nações Unidas (ONU) que indica as diretrizes internacionais para a proteção do consumidor, o delineamento das relações consumeristas para atender as necessidades dos países em desenvolvimento e, ainda, prevê como um de seus objetivos a cooperação internacional para tais finalidades.

Com ela, a proteção aos direitos dos consumidores ganha contornos globais e densidade normativa de direito humano, em razão da ordem global consumista que instaura em esfera mundial com o término da guerra fria e sua repercussão na ordem interna dos países – econômica, social e cultural.

De sorte que esse encadeamento global de proteção ao consumidor reverberou na ordem interna dos países politicamente compromissados com a disciplina ética consumista

acarretando na internalização dos ditames contidos nos objetivos e princípios albergados na referida resolução.

No Brasil, o processo de construção dos direitos do consumidor tem seu ápice na Constituição Federal de 1988 que prevê a criação do Código de Defesa do Consumidor que, por sua vez, traz em seu bojo os direitos básicos do consumidor, uma política nacional para sua proteção e efetivação e os instrumentos para prevenção e reparação de possíveis danos ocasionados pelos produtos ou serviços colocados à disposição na cadeia de consumo, dentre estes será objeto de estudo o *recall*, ou simplesmente "chamamento".

Desta feita, o presente estudo tem por objetivo o exame dos instrumentos institucionalizados para a prevenção e reparação dos danos aos interesses do consumidor nacional, problematizando a incidência e a aplicabilidade do mecanismo conhecido como *recall*, nas relações de consumo, por meio do método de abordagem hipotético-dedutivo, com base em pesquisa bibliográfica e documental.

Assim, com a finalidade de verificar a incidência e aplicabilidade do *recall* será feita uma análise comparativa quantitativa descritiva, com base em informações obtidas dos bancos de dados oficiais do Brasil e dos Estados Unidos da América (respectivamente, DPDC, PROCON-SP e NHTSA), assim como, análise qualitativa descritiva do teor das informações fornecidas aos consumidores sobre as campanhas *recall* e a percepção deles em relação à publicidade dada às informações nas referidas campanhas.

A escolha dos países para amostragem na análise comparativa se justifica na medida em que se pretende averiguar a aplicabilidade do mecanismo *recall*, enquanto parte do sistema protetivo dos direitos do consumidor no Brasil, por falseamento e, portanto, se faz necessário um ponto de comparação antagônico, no sentido da abrangência dos mecanismos instituídos e da densidade normativa nos ordenamentos internos.

Neste sentido, sendo os Estados Unidos da América (EUA) um país de cultura, economia liberal que possui uma constituição também liberal, sendo esta, apesar de rígida, sintética e o Brasil um país de cultura protetiva e com uma constituição social, rígida e analítica, os dados obtidos dos bancos de dados em ambos, sobre a proteção aos direitos do consumidor no mercado automobilístico se mostram como contrapontos hábeis a investigação que se pretende, ou seja, avaliar a incidência e a aplicabilidade do mecanismo *recall* nas relações de consumo como instrumento para a efetivação dos direitos do consumidor no Brasil.

1 A densidade normativa dos Direitos do Consumidor no Brasil

Os direitos dos consumidores ganham relevo na ordem global, com a proteção de suas relações, diante da nova moldura que se instaura[1] na alternância da sociedade industrial à sociedade de consumo, como regramentos mínimos à promoção da dignidade humana, para as novas necessidades oriundas de uma sociedade orientada ao consumo.

Notadamente o consumo é algo inerente ao ser humano e sua manutenção e subsistência, em contrapartida o consumismo se releva como divisor de águas na evolução humana na inventividade e manipulação das transformações e na dinâmica do modo humano de ser e estar no mundo, uma vez que "o 'consumismo' chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho" (BAUMAN, 2008, p. 41).

Desta forma, a segurança que orientava o modelo da sociedade produtores – na confecção e permanência da 'obra' humana no mundo – foi gradualmente substituída pelo imediatismo da sociedade de consumidores transformando a vida social em uma 'coleção de instantes' felizes – tempo 'pontilhista' –, diante do poder de consumir e saciar imediatamente os desejos humanos.

Sobre esse tema, Bauman observa que a "sociedade de consumidores" é aquela que impulsiona seus membros a um estilo de vida em que se buscam estratégias para a manutenção da cultura consumista e ao imediatismo que, em suas palavras reflete

> na negação enfática da virtude da procrastinação e da possível vantagem de se retardar a satisfação. (...) a síndrome consumista degradou a duração e elevou a efemeridade. Ela ergue o valor da novidade acima do valor da permanência (2008, pp. 71; 111).

Depreende-se, portanto, que há uma verdadeira "revolução do consumo", pois os bens de consumo passam de objetos e instrumentos de manutenção da subsistência da vida humana

[1] Neste sentido, Almeida e Silveira pontuam que "o redimensionamento da utilidade da produção na perspectiva da *vita activa*, em uma necessidade de produzir em escala industrial para atender às novas necessidades da condicionalidade humana, transmuta substancialmente a atividade do *homo faber* em fomento ao princípio da utilidade e, assim, os bens de produção se transformam em bens de consumo. Desta forma, a aquisição dos bens ocupa o papel antes exercido pela capacidade de criação de uma obra humana, pois tal capacidade refletia a perpetuação da atividade humana no mundo – no sentido de obra de arte dos objetos confeccionados como únicos na época das corporações –, assim, o criar humano perde o espaço e relevância na vita *activa* para a necessidade/capacidade de adquirir. Possuir passa a ser o que move os homens em sociedade" (2014).

para transformar sua aquisição em objetivo para consecução da felicidade humana na sociedade orientada ao consumo. Neste sentido:

> (...) emerge a "revolução consumista", eis que o papel do consumo, tido como fonte de subsistência, passou a ser compreendido como uma condição da existência humana, diante da necessidade de usufruir dessa nova liberdade conquistada: o poder de possuir e, assim, ser feliz (ALMEIDA; SILVEIRA, 2014).

Assim, a condição humana[2] contemporânea, na perspectiva de Bauman, revela a necessidade na capacidade de ser consumidor e auferir tantos bens de consumo para a satisfação humana, como condição de existência social na cultura consumista[3], na "versão popular e revista do cogito de Descartes *ergo sum*": "Compro, logo sou..." (2008, p. 26).

Como consequência deste consumismo imediatista e do modelo econômico que se estabelece na maior parte do mundo qual seja, do modelo da economia capitalista – na livre circulação de bens e serviços; a liberdade de propriedade consubstanciada na livre iniciativa e de contratação de mão de obra – na ordem globalizada, a circulação dos bens de consumo passa a se dar em escala planetária e sem muitas barreiras para alcançar este "novo" consumidor global.

Com efeito, desejou-se um balizamento mínimo para afastar as possíveis violações à dignidade humana na nova etapa da relação de consumo, pois, conforme se pode extrair do relatório histórico, a liberdade de contratar e de ser proprietário exercida de maneira excessiva, no período de industrialização, do pós Revolução Francesa, ocasionou inúmeras transgressões aos direitos daqueles que não detinham os meios e modos de produção naquele contexto (trabalhadores e consumidores) e, logo, eram subjugados ao poder de barganha dos produtores, em flagrante afronta à dignidade inerente ao ser humano.

Da mesma maneira, na ordem econômica, capitalista e globalizada, também se fez necessário o estabelecimento de diretrizes mínimas à circulação da riqueza global e a proteção

---

[2] Arendt, em sua obra "A condição humana", assinala que o ser humano é um ser condicionado, pois tudo aquilo que a obra humana cria se transforma em condição de sua existência. Em suas palavras, "além das condições sob as quais a vida é dada ao homem na Terra e, em parte, a partir delas, os homens constantemente criam suas próprias condições, produzidas por eles mesmos, que, a despeito de sua origem humana, e de sua variabilidade, possuem o mesmo poder condicionante das coisas naturais" (2014, pp. 10-11).

[3] Nesta esteira, Bauman declara que o poder de consumir alça condição de existência social, pois as "marcas de pertencimento" na sociedade líquido-moderna são direcionadas a construção de estilos de vida, via bens de consumo, tais bens são desvalorizados muito rapidamente e, portanto, a única possibilidade de pertencimento/segurança está em uma constante mobilidade dos sujeitos para se desfazerem de seus objetos e escolhas por outros (2008).

à parte mais fraca nesta relação: o consumidor, pois o mercado[4] não exprime preferências sociais, ou seja, admitir que uma estrutura de cobertura da população seja melhor do que outra.

Neste sentido, o que importa para o mercado é que os sujeitos fiquem satisfeitos com as trocas resultantes das vontades, o que não configura uma garantia do ponto de vista dos direitos. Se para a lógica do mercado a desigualdade na distribuição e circulação dos bens é admissível, em termos de consumo, o mesmo não ocorre para a lógica dos direitos humanos (BRANCO, 2012).

Para Branco (2012, p. 266), em sua teoria da "economia política dos direitos humanos", o principal desafio na promoção dos direitos humanos no mundo globalizado consiste em reconciliar a economia à sua finalidade[5], para tanto, a lógica dela deverá sofrer uma profunda transformação de modo a integrar a filosofia dos direitos humanos aos seus princípios e práticas, não só para atender as liberdades humanas – no sentido amplo –, mas também para manter sua finalidade egoística – percepção dos lucros. Em seus dizeres:

> Promover direitos humanos à escala global não será possível, nos dias que correm, nem contra a economia nem sem a economia. A lógica econômica converteu-se em paradigma da política de tal modo possante que, simplesmente, não faz qualquer sentido ignorá-la ou sequer evitá-la.

Isto porque, dada a necessidade de recursos para a promoção e consecução dos direitos inerentes ao ser humanos há uma inegável dimensão econômica nos direitos humanos, e, por outro lado, dada a finalidade da economia na consecução dos fins almejados por seus destinatários, há uma inafastável dimensão de direitos humanos na ciência econômica, pois se os indivíduos não puderem desfrutar de suas liberdades, a lógica do mercado não se sustenta (BRANCO, 2012, pp. 10; 41).

---

[4] Benacchio define o mercado no sentido que aqui nos filiamos, ou seja, como "uma escolha política e jurídica da sociedade, não é uma realidade fática preexistente ao Direito. O mercado é um instituto jurídico, um conjunto de relações governadas pelo Direito". E conclui que "o mercado não é composto apenas por bens e contratos, regulados pelo Direito, mas, sobretudo, por seres humanos, a finalidade do mercado é atender às necessidades humanas" (2011, p. 195).

[5] Diante da transição de uma série de atribuições estatais às empresas privadas (manutenção de postos de trabalho, circulação de bens e serviços, dentre outras), a função do mercado é redimensionada para delinear as responsabilidades para com o ser humano daí advindas e, com isso, se inicia o processo de funcionalização do direito de empresa (atribuição de finalidades às atividades empresariais objetivando a proteção e ao desenvolvimento integral do ser humano). Neste sentido, Silveira e Sanches (2013, p. 121) observam que "a empresa cumpre relevante papel social e econômico, produzindo bens e serviços, fazendo circular o capital, criando empregos, diretos ou indiretos, e gerando a arrecadação tributária para o Estado. Além disso, várias das atividades outrora exclusivamente estatais (saúde, educação, transporte, previdência) foram transferidas aos titulares da livre iniciativa econômica. Doravante, o acesso a bens essenciais não é feito na qualidade de cidadão social, mas sim como consumidor de serviços concedidos pelo poder estatal".

Desde a teoria kantiana (1795) o homem é entendido como um fim em si mesmo, ou seja, destinatário das liberdades e não mero instrumento para a percepção de lucros. Desta maneira, constitui necessidade primordial desfazer o engano suscitado pelo pensamento liberal exacerbado que culminou na subversão da finalidade da ciência econômica, para resgatar sua função precípua, qual seja, servir às pessoas, e não o contrário[6].

Para haver progresso na economia globalizada é necessária a sua construção sobre os pilares dos valores éticos e projetado ao futuro, incorporando um ideal coletivo, inclusivo para melhorar a vida das pessoas, "isto significa que não compete aos cidadãos adaptarem seus valores ao modelo da globalização, mas, sim, o modelo da globalização é que deve ser ajustado aos valores dos cidadãos" (BRANCO, 2012, p. 281), e, para tanto, a promoção e proteção dos direitos dos consumidores se transforma de um dos instrumentos inerentes a esse processo, diante de sua dimensão ético-solidária[7], no processo de funcionalização do direito[8].

Assim, o reconhecimento do desequilíbrio no contrato de consumo, em virtude da assimetria do poder econômico entre os contratantes, na competência informacional sobre os bens de consumo e do poder de barganha do consumidor frente ao mercado de consumo global, fora disciplinada, tanto na ordem interna quanto na ordem internacional, de orientações para a defesa do consumidor, visando à promoção do desenvolvimento[9] econômico e social equitativo e sustentável.

---

[6] Neste sentido, Benacchio pondera que "é neste contexto social, econômico e político que os Direitos Humanos devem ser utilizados para estabelecer o ser humano como razão central do jurídico, assegurando a dignidade humana em qualquer situação, seja para interpretar a normatização existente ou, até mesmo, criar um Direito com base nos Direitos Humanos" (2012, p. 114).

[7] Nos dizeres de Silveira e Sanches (2013, pp. 114-115) a terceira geração de direitos humanos trouxe a necessidade da declaração e implementação da função solidária dos direitos, em virtude do processo universalizante do piso mínimo aos direitos difusos, em prol do desenvolvimento integral do ser humano. Assim, o comprometido com os direitos humanos escapa a simples vinculação dos deveres estatais para atingir, também, aos particulares e as empresas privadas. Ou seja, no mesmo sentido abordado por Sanches (2011), o redimensionamento dos direitos humanos, nesta fase, perpassa seu efeito vinculante vertical (na dimensão jurídico-subjetiva dos direitos fundamentais) para alcançar o efeito vinculante horizontal (dimensão jurídico-objetiva) e, para as empresas privadas tal vinculação pode ser depreendida da observância as cláusulas gerais e do dirigismo contratual no processo de funcionalização do direito de empresa.

[8] Por funcionalização do direito entende-se o processo de atribuição de uma função aos institutos jurídicos que atendam às necessidades humanas, na declaração, promoção e defesa dos parâmetros mínimos para o sistema protetivo da dignidade humana. Assim, para além da estruturação do sistema jurídico (legitimação), na delimitação das competências e atribuições para o exercício dos direitos e deveres, no processo de funcionalização do direito ao sistema jurídico deve ser vinculado a uma finalidade, que deva refletir uma meta a ser alcançada em prol do desenvolvimento integral do ser humano.

[9] Eli da Veiga, com base nos estudos de Ignacy Sachs, em sua obra Desenvolvimento sustentável, observa que o conceito de sustentabilidade não está exclusivamente atrelado ao de meio ambiente, pois, para ser auferida, deve guardar relação com três frentes, quais sejam, em termos sociais, culturais e econômicos; e pondera que, na visão da economia, sustentabilidade é a garantia de que determinado recurso não se esgotará, e caso este se esgote,

Nesta esteira, no plano interno, a dignidade da pessoa humana, princípio irradiante de todo ordenamento jurídico, foi consagrada com um dos fundamentos da República Federativa do Brasil (CF, art. 1º, III) e, como consequência do reconhecimento internacional da necessidade de se estabelecer diretrizes para a defesa do consumidor, a internalização de tal proteção em nosso ordenamento se deu no rol dos direitos e garantias fundamentais da pessoa humana (CF, art. 5º, XXXII) e, também, foi elencada como um dos princípios da ordem econômica e financeira (CF, art. 170, V), em decorrência modelo capitalista adotado no Brasil.

Notadamente, no processo de internalização do sistema de defesa do consumidor no Brasil - seus objetivos, princípios e mecanismos propostos no documento da Organização das Nações Unidas, por meio da Resolução n.39/248 de 1985[10] – houve a constitucionalização dos direitos do consumidor, porquanto o diálogo proposto entre a ordem interna e internacional em nossa Constituição Federal (CF) tem como um dos princípios, de tal abertura política, a prevalência dos Direitos Humanos (CF, art. 4º, II).

Novais (2010), em sua obra sobre a dogmática unitária dos direitos fundamentais – dos direitos humanos constitucionalizados – defende a jusfundamentalidade[11] de todos os direitos constitucionais e, logo exigíveis coercitivamente, devido a sua densidade normativa constitucional, além das peculiares características de todos direitos inerentes ao ser humano, por serem direitos inter-relacionados, interdependentes e indivisíveis.

De maneira que a densidade normativa constitucional da defesa do consumidor culminou na elaboração de um microssistema protetivo consumerista infraconstitucional criado sob o manto da ordem pública, ou seja, balizado pelos valores primordiais da sociedade contemporânea (solidariedade), e, em consonância com a cultura jurídica da pós-modernidade

---

poderá facilmente substituído por outro. Na teoria da sustentabilidade os recursos principais são: (a) capital natural; (b) trabalho humano – inclui educação e treinamento e (c) capital instrumental – o que o homem consegue transformar (2010).

[10] Resolução é um documento internacional - *soft law* - editado como resultado de debates havidos em organizações internacionais, pelo qual seus membros firmam sua intenção moral e política com os objetivos nela propostos, mas que não possuem caráter vinculativo, apenas declaratório. Sobre o tema, Menezes define *soft law* como "documentos derivados e extraídos de foros internacionais e constituídos a partir deles, que possuem caráter declaratório, sem obrigatoriedade e que não vinculam os Estados ao cumprimento expresso de seus dispositivos (*lege ferenda*), mas que acabam, na prática, por influenciar a normatização dos Estados, por conterem verdadeiros mandados morais e éticos" (2005, p. 142).

[11] Neste sentido, Alexy (1993) defende que sua teoria da argumentação jusfundamental constitui a fundamentação dos direitos nos valores éticos e sua vinculação com determinadas concepções e metas políticas exige que esta forma de discurso prático se detenha em regras procedimentais que avaliem sua racionalidade e como consequência um deslocamento da coerência do ordenamento jurídico à racionalidade discursiva da defesa dos direitos fundamentais e que não é ideologicamente neutra, pois seus pressupostos são a liberdade e a igualdade, para a tutela efetiva dos direitos fundamentais.

– pois reflete os interesses sociais vigentes e, portanto, se consolida como norma de natureza cogente (imperatividade resultante de sua necessidade racionalmente auferida no plexo das relações da sociedade de consumidores).

Segundo o raciocínio acima exposto pode-se inferir que a defesa do consumidor evidencia uma evolução no catálogo protetivo da dignidade humana, por efeito da condição humana contemporânea na sociedade orientada ao consumo; a internalização de suas diretrizes no ordenamento jurídico constitucional brasileiro revela sua cogência normativa e, portanto, sua disciplina no microssistema consumerista reflete importante mecanismo de efetivação dos direitos humanos fundamentais na ordem interna.

2 Direitos básicos do consumidor: o *recall* como mecanismo para a prevenção e reparação dos danos ao consumidor

Sob a ótica da dignidade humana o desafio da proteção ao consumidor, no contexto da sociedade capitalista e de consumo global, foi enfrentado pelo legislador pátrio em diversas frentes: (1) estabelecimento de parâmetros mínimos para fomentar o equilíbrio no contrato de consumo (Estado-Legislador); (2) instituição de políticas públicas de fomento às necessidades dos consumidores (Estado-Administração); (3) mecanismos de fiscalização e implementação das duas anteriores (Estado-Juiz); em atenção à fragilidade multifacetada do consumidor na relação de consumo, dito de outra maneira, de sua vulnerabilidade, para a estruturação de um microssistema legislativo que abarcasse todas essas perspectivas.

Assim, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), como qualquer legislação de proteção ao consumidor, surge com a *ratio*, nos dizeres de Grinover *et al* de "reequilibrar a relação de consumo, seja reforçando, quando possível, a posição do consumidor, seja proibindo ou limitando certas práticas de mercado", num verdadeiro dirigismo[12] intervencionista estatal no contrato de consumo (2007, p. 7).

[12] O dirigismo contratual foi uma das respostas às necessidades humanas oriundas do desenvolvimento do capitalismo avançado e do abuso da liberdade contratual e do desequilíbrio entre os contratantes que acarretou inúmeras injustiças, assim, o princípio da autonomia da vontade foi relativizado para agregar à contratação as cláusulas gerais (boa-fé, garantia etc.), com a finalidade de reequilibrar a relação contratual e tornar o pacto exequível.

Não obstante a assertiva acima, a disciplina normativa interna tem por objetivo, também, compatibilizar o sistema protetivo consumerista com desenvolvimento econômico nacional, conforme anteriormente mencionado, em atenção ao modelo econômico por nós adotado. Tanto assim o é que a defesa do consumidor está prevista no rol dos princípios da ordem econômica e financeira do art. 170 da CF.

Neste sentido, Filomeno acentua que a disciplina consumerista "trata em última análise de uma "filosofia de ação", exatamente porque não se trata tão somente do consumidor, senão da almejada harmonia das sobreditas relações de consumo" (2007, p. 17).

Com efeito, o incentivo à criação de meios eficientes do controle de qualidade e segurança dos produtos e serviços colocados à disposição da cadeia de consumo (no capítulo Política Nacional de Relações de Consumo); a possibilidade dada ao fornecedor de sanar o vício, de qualidade ou quantidade do produto, no prazo legal, como condição de procedibilidade – demonstração de uma das condições da ação, o interesse de agir – (no capítulo Da Qualidade de Produtos e Serviços, da Prevenção e Reparação dos Danos), assim como os meios alternativos de solução de controvérsias originadas nas relações de consumo, assumem peculiar relevância na efetividade da ordem econômica nacional, em atenção à função social e solidária da empresa – manutenção dos postos de trabalho, arrecadação de impostos e circulação de bens e serviços e informação adequada.

Dentre os mecanismos de controle de qualidade e segurança destacamos o *recall* ou "chamamento", que se configura no expediente obrigatório de convocação dos consumidores de produtos e serviços, geralmente dos confeccionados em série, sobre os quais, após a entrada no mercado de consumo, o fornecedor tome conhecimento de sua periculosidade, para proceder ao reparo de vício ou defeito, sem prejuízo da reparação do dano (em sentido amplo), se o caso. Assim:

> Por meio desse instrumento, a norma protecionista pretende que o fornecedor impeça ou procure impedir, ainda que tardiamente, que o consumidor sofra algum dano ou perda em função de vício que o produto ou serviço tenha apresentado após sua comercialização (NUNES, 2009, p. 164).

A imperatividade do comando contido no art. 10 e parágrafos do CDC possuem dupla finalidade, quais sejam, a efetiva prevenção e reparação de danos ao consumidor e, por outro lado, a publicidade da boa-fé e comprometimento da empresa com os consumidores e com o mercado de consumo.

Nos dizeres de Filomeno, a prática do *recall* se reveste "de um verdadeiro *marketing* da empresa respectiva. Ou seja, aos olhos de seus consumidores, passará sempre a imagem de quem se importa com os mesmos, procurando sempre melhorar seus produtos e serviços" (2007, p. 78). Todavia, juridicamente significa um dever do fornecedor que poderá ampliar ou diminuir sua responsabilidade, em razão de vício, em caso de cumprimento ou descumprimento.

Em comentário ao referido artigo, Denari explicita a utilidade da prescrição normativa para a segurança, saúde e informação do consumidor por intermédio de anúncios publicitários para a reparação preventiva. Bem pontuando ainda que, no caso de produtos sujeitos à fiscalização governamental, compete às autoridades a fiscalização e aplicação de sanções às empresas que disponibilizarem produtos com real nível de nocividade e periculosidade. No entanto, os que não estão sujeitos à fiscalização não há possibilidade de reparação preventiva senão aquela por iniciativa da própria empresa por meio do *recall*, para o conserto ou recolhimento de produtos defeituosos (2007, p. 180).

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) identifica o *recall* como "mecanismo que obriga o fornecedor a alertar nos jornais, rádios e TVs os consumidores que adquiriram produtos defeituosos com potencial risco para a saúde e segurança, além de informar sobre os procedimentos a serem adotados para a solução do problema" (IDEC, 2014). O desafio que se coloca é a aferição da efetividade do referido mecanismo na consecução da prevenção ou reparação de danos ao consumidor brasileiro.

Previsto como um dos institutos de proteção à saúde e segurança do consumidor (CDC, art. 8º e seguintes), o *recall* instrumentaliza três dos direitos básicos do consumidor previstos tanto no direito doméstico (CDC), quanto na ordem internacional[13] (Res. AG/ONU 39/248): (1) a proteção da vida, da saúde e segurança do consumidor; (2) o direito à informação sobre a nocividade e periculosidade dos produtos e serviços colocados à disposição da cadeia de consumo; e, (3) a efetiva prevenção e reparação de danos aos consumidores.

O primeiro deles, proteção da vida, da saúde e segurança do consumidor, emana do direito humano universal à vida em decorrência da vulnerabilidade técnica do consumidor, ou seja, o desconhecimento, pelo consumidor, das técnicas (meios e modos) utilizadas pelos fornecedores na fabricação, acondicionamento, transporte e disposição dos produtos e serviços

[13] Grinover e Benjamin (2007, pp. 9-10), em comentários introdutórios sobre o trabalho de elaboração do anteprojeto do código consumerista, declaram que uma das suas fontes de inspiração do código e a origem da disciplina dos direitos básicos do consumidor está na Resolução nº 39/248 de 1985, da Assembleia Geral das Organizações das Nações Unidas.

no mercado de consumo. Notadamente, tal instituto está intimamente relacionado à vedação de transferência dos riscos da empresa aos destinatários de sua atividade e sua responsabilidade contratual[14] (pré-contratual, contratual e pós-contratual), devendo, portanto, o fornecedor assegurar todos os mecanismos necessários para o controle de qualidade e de segurança de seus produtos e serviços.

O segundo, direito à informação, exprime o objetivo de incentivar altos níveis de conduta ética para aqueles engajados na produção e distribuição de bens e serviços aos consumidores e para ajudar a reduzir as práticas comerciais abusivas por todas as empresas que, com efeito, afetam negativamente aos consumidores, assim como, para fomentar um parâmetro mínimo de possibilidade de escolha entre fornecedores e seus produtos e serviços, ainda que nocivos ou perigosos.

Por último, mesmo após a concretização e execução do contrato de consumo, a prevenção e reparação de danos nas relações de consumo transparecem a responsabilidade pós-contratual do fornecedor – que é objetiva, ou seja, independe de averiguação de culpa – com o objetivo de certificar o uso regular do produto ou serviço, assim como, o de reparar todos os danos por eles ocasionados, independente da imediata remoção dos itens que possam determinar danos futuros[15], sendo o *recall* seu instrumento de efetivação tanto para a prevenção, quanto para a reparação, pelos fornecedores.

Assim, o *recall*, regulamentado pela Portaria do Ministério da Justiça nº 789 de 2001, teve disciplinada, no âmbito do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), a comunicação determinada pelo art. 10, § 1º da Lei 8078 de 1990 – competência para recebimento e conteúdo da informação – a ser feita por parte dos fornecedores às autoridades competentes e aos consumidores, referente a periculosidade ou nocividade de produto ou serviço já introduzido no mercado de consumo, assim como a delimitação do prazo e teor do

---

[14] Os contratos, enquanto espécie do gênero negócio jurídico, possuem elementos que lhe são inerentes, calcado no princípio garantia um de seus efeitos naturais é o de assegurar o uso regular do objeto pactuado, mesmo após a extinção das obrigações prestacionais recíprocas com o cumprimento obrigacional (responsabilidade pós-contratual). Mesmo antes de sua formação, em virtude da boa-fé objetiva - *trust* - devem os pactuantes manter a palavra empenhada, porquanto a proposta ou a oferta obriga o proponente (responsabilidade pré-contratual), que advem do dever geral de não lesar a outrem - *neminem laedere.*

[15] Ao contrário do que ocorre na disciplina do Direito Civil, para a qual a doutrina sobre a reparação de danos não admite a arguição de danos em abstrato sendo, portanto, necessária a comprovação do efetivo prejuízo (material ou moral), no Direito do Consumidor é admissível a apreciação da prevenção e reparação de danos ao consumidor, independente da verificação da ocorrência de prejuízos, pois a finalidade precípua dos institutos em comento é assegurar a prevenção de ocorrência de danos ao consumidor, mais do que o de ressarcí-los.

relatório de campanha a ser encaminhada ao DPDC e aos PROCONs pelos fornecedores com intuito de garantir a transparência nas relações de consumo.

Avaliando o relatório gerado no sítio da Fundação de Defesa e Proteção do Consumidor do Estado de São Paulo (PROCON-SP, 2014), de janeiro de 2002 a julho de 2014 foram divulgadas apenas 727 campanhas de *recall* divulgadas na mídia, com 125.377.153 de unidades afetadas e, no mesmo período, um total de 126 campanhas sem divulgação na mídia, com 2.020.191 unidades afetadas, totalizando 853 campanhas em 12 anos e 127.397.344 unidades afetadas.

Apesar do mecanismo *recall* se prestar para a prevenção e reparação de quaisquer produtos ou serviços (CDC, art. 10, § 1º), para fins do presente estudo a análise será delimitada nas informações do seguimento automobilístico contidas nos bancos de dados oficiais, assim como das campanhas veiculadas sobre ele na mídia.

Assim, para facilitar a compreensão do raciocínio aqui exposto a amostragem fora recortada nesse seguimento, porquanto possuem parâmetros oficiais que permitam o comparativo em dois países de grande circulação dos produtos do setor, quais sejam, Brasil e Estados Unidos da América – 4º e 2º lugar, respectivamente, segundo a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (FENABRAVE, 2014).

Em virtude do antagonismo dos ordenamentos jurídicos em relação ao sistema protetivo consumerista, social (Brasil) ou liberal (EUA), os resultados extraídos dos bancos de dados oficiais dos países em análise se mostram como contrapontos suficientes para averiguar a hipótese investigativa do presente estudo.

Desta forma, na análise comparativa quantitativa e qualitativa descritiva sobre as campanhas de *recalls* realizadas no Brasil e Estados Unidos da América são utilizados os bancos de dados da Fundação de Defesa e Proteção ao Consumidor (PROCON-SP) e National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA), nesta ordem, para o período de 2013, assim como as informações veiculadas por jornais *online* de ambos os países.

Segmentando o relatório PROCON-SP em veículos, peças e acessórios automotivos encontramos, para o período de janeiro a dezembro de 2013, 73 campanhas *recall* (PROCON-SP, 2014), enquanto nos Estados Unidos da América foram realizadas 152 campanhas, conforme relatório emitido pela National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA, 2014).

Em notícia veiculada no jornal “O Estado de São Paulo” em 1º de julho de 2014, a empresa automobilística General Motors (GM) realizou no dia anterior um *recall* de mais de 8,4 milhões de veículos, totalizando no ano de 2014 a convocação de 28 milhões de veículos para reparos. Outro dado importante noticiado foi o comparativo feito com relação ao total de campanhas *recall* das empresas automobilísticas estadunidenses que para o ano de 2013 somaram juntas o chamamento de 22 (vinte e dois) milhões de unidades – notícia originalmente publicada no jornal *The New York Times* em 3 de fevereiro de 2014.

Além disso, outro ponto importante a ser abordado é sobre o conteúdo dos referidos relatórios. Enquanto os relatórios brasileiros apontam somente seguimento, marca, modelo e quantidade de unidades afetadas pelas campanhas de *recall* em cada período, os relatórios estadunidenses abarcam também os motivos para cada campanha, ou seja, apontam os defeitos que originaram cada campanha, para cada marca e modelo, a forma como o defeito fora detectado, e, as medidas adotadas para solucionar o defeito averiguado, conforme quadro abaixo:

País	BRASIL	EUA
Documento|Norma	CDC e Portaria Nº 789 do Ministério da Justiça	Federal Motor Vehicle Safety Standards
Definição de Recall	Definição indireta contida na obrigatoriedade da comunicação, nos termos do art. 10 do CDC, aos órgãos oficiais.	Definição contida em informativos da Federal Motor Vehicle Safety Standards
Informações exigidas	Dados da empresa; descrição do defeito; descrição dos riscos; quantidade de unidades afetadas; distribuição física dos produtos pelos estados; modo de detecção do defeito; medidas adotadas para sanar o defeito; descrição da campanha para informação dos consumidores; duração da campanha; meios de comunicação utilizados; mensagens veiculadas; locais de reparação.	Descrição do defeito; avaliação do risco; medidas tomadas para o reparo; declaração que o fabricante vai reparar o defeito; a data mais breve para a reparação e o período de atendimento; outras informações.

Dados informados ao público	Dados da empresa; Dados do produto; descrição do defeito e dos riscos.	Dados do fornecedor; Descrição do defeito; avaliação do risco; medidas tomadas para o reparo; declaração que o fabricante vai reparar o defeito; a data mais breve para a reparação e o período de atendimento; outras informações.
Notificação aos proprietários	Indiretamente (campanhas publicitárias)	Diretamente (correspondência com padrão de envio e identificação)
Legislação específica para veículos automotores	Não	Sim

Com base nesses dados, tanto o estudo comparativo quantitativo, quanto o qualitativo demonstram que, apesar da disciplina e da instituição de organismos e estratégias para a defesa dos interesses dos consumidores brasileiros, o mecanismo *recall*, nos moldes praticados no Brasil, não atinge o ápice de sua função na prevenção e reparação de danos nas relações de consumo, pois ainda exercido em quantidade sensivelmente inferior à abrangência dada às campanhas estadunidenses, e, ainda, com informações reduzidas, que resultam na inadequada informação ao consumidor.

Com base nos dados acima se pode inferir que mesmo sendo os EUA um país com uma constituição liberal, a efetivação dos mecanismos de prevenção e defesa do consumidor no comércio automobilístico se mostra mais eficaz do que no Brasil - país que por possuir uma constituição social, na qual os direitos do consumidor possuem densidade normativa de direito fundamental e, por isso, o sistema protetivo e preventivo se presumiriam mais efetivo.

Por outro lado, um fator relevante para o sistema protetivo do consumidor no Brasil foi a criação de banco de dados vinculados ao Departamento Nacional de Trânsito (DENATRAN), por meio da Portaria Conjunta 68/2010, que permite o acesso a informação sobre qualquer veículo que tenha sido objeto de *recall* bastando o consumidor preencher a consulta com os dados do veículo (nº de chassis). Entretanto, a referida consulta somente foi viabilizada a partir de 17 de março de 2011.

Na pesquisa PROCON-SP (2011), quanto à percepção do consumidor sobre o *recall* realizada em 2011, por meio de questionário *online* sobre a natureza, função e alcance do mecanismo para a efetiva prevenção e reparação dos danos aos consumidores, o PROCON-SP verificou que, apesar do relatório apontar que 85% dos consumidores, na amostra colhida, sabe o que é o *recall*, mais da metade (64%) deles responderam incorretamente em quais situações o fornecedor é obrigado a fazer o chamamento dos consumidores (PROCON-SP, 2011). Depreende-se, portanto, que as informações prestadas pelos fornecedores e veiculadas na mídia, por determinação legal, não atinge sua finalidade, qual seja, informar o consumidor sobre os riscos do não atendimento ao chamamento.

Com relação à divulgação das campanhas *recall*, 72% dos consumidores responderam que as campanhas não são bem divulgadas pelas empresas na mídia, e mais da metade deles (61%) declararam considerar as informações veiculadas e as prestadas insatisfatórias. O que, por si só, enseja uma rediscussão sobre a forma de dar publicidade ao instrumento, para atender corretamente ao dever de informação contido no Código de Defesa do Consumidor.

Fazendo a comparação dos dados coletados e acima apresentados é possível aferir que, apesar da disciplina dos meios e modos da informação ao consumidor sobre a nocividade e periculosidade dos produtos e serviços colocados à disposição do mercado de consumo, prevista no CDC e regulamentada pela Portaria 789/2001 do Ministério da Justiça. E, mesmo após o advento da criação do Sistema de Registro de Aviso de Riscos por intermédio da troca de informações entre o DPDC e o DENATRAN, previsto na Portaria Conjunta nº 68|2010, a instrumentalização da defesa dos interesses dos consumidores nas relações de consumo brasileiras por meio do *recall* ainda não é satisfatória tanto com relação à necessária transparência nas informações, quanto na abrangência de sua incidência. Nesse sentido, entende-se que a função solidária-consumerista do recall não vem sendo efetivada, como prevista.

CONCLUSÃO

As mudanças no paradigma mundial do consumo e o desequilíbrio nas contratações globais, em decorrência do liberalismo exacerbado e do capitalismo avançado, ensejaram o delineamento de diretrizes éticas mínimas (dirigismo) às contratações na sociedade do consumo global. Como uma dessas bases, a defesa do consumidor foi enunciada como um dos objetivos

ao desenvolvimento humano mundial, especialmente em atenção às peculiaridades das necessidades dos países em desenvolvimento ou em situação de pós conflito.

Da declaração contida no texto da Resolução AG/ONU n. 39/248 de 1985, a constitucionalização de seus objetivos e princípios no Texto constitucional de 1988, porquanto assim previstos entre os direitos e garantias mínimos à proteção e ao fomento da dignidade humana em nossa Constituição Federal.

A cogência da regulamentação interna da defesa dos interesses do consumidor pode ser aferida não só no processo de sua internalização, mas também da expressa intenção da lei e do legislador pátrio ao disciplinar a natureza jurídica do microssistema legislativo consumerista como norma que estabelece regras de ordem pública e interesse público. Em decorrência de sua natureza jurídica, a instrumentalização da defesa do consumidor se reveste de peculiar importância na consecução dos Direitos Humanos Fundamentais.

Por conseguinte, no Brasil foi criado um microssistema legislativo – pois a matéria em si se mostra inter e multidisciplinar com repercussão em diversas searas do conviver em sociedade – com a finalidade de trazer equilíbrio às referidas relações e, ainda, fomentar a compatibilização entre os interesses dos consumidores e os da ordem econômica e financeira nacional, com a instituição de diversos mecanismos e estratégias neste intento.

Com a finalidade de verificar a incidência e aplicabilidade do recall foi feita uma análise comparativa quantitativa descritiva, com base em informações obtidas dos bancos de dados oficiais do Brasil e dos Estados Unidos da América (respectivamente, DPDC, PROCON-SP e NHTSA), assim como, análise qualitativa descritiva do teor das informações fornecidas aos consumidores sobre as campanhas de *recall* e a percepção deles em relação à publicidade dada às informações nas referidas campanhas, afim de verificar o cumprimento ou não da função solidária-consumerista do recall.

Com base nos dados analisados conclui-se que a instrumentalização da defesa dos interesses dos consumidores nas relações de consumo brasileiras por meio do *recall* ainda não é satisfatória seja em relação à falta da necessária transparência nas informações, seja pela abrangência de sua incidência prática, o que pode ocasionar um reflexo negativo no mercado de consumo interno, e isso, por si só justifica uma nova discussão sobre as estratégias na utilização do mecanismo, com informação e educação do consumidor, não somente para sua defesa, mas também para a proteção da ordem econômica nacional.

REFERÊNCIAS

ALEXY, Robert. **Teoria de los derechos fundamentales.** Tradução Ernesto Garzón ValdésMadrid: Centro de estúdios constitucionales, 1993.

ALMEIDA, Patricia Martinez; SILVEIRA, Vladmir Oliveira da. **A dinamogenesis dos Direitos Humanos e as Novas tecnologias**: um debate sobre a inclusão digital. *In*: III CONJUR - CONGRESSO JURÍDICO, 2014, Campo Grande. DIREITOS FUNDAMENTAIS, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E JUSTIÇA. Campo Grande: ÍCONE, 2014. v. 1.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Tradução Roberto Raposo, revisão técnica: Adriano Correia. 11. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

BAUMAN, Zygmund. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENACCHIO, Marcelo. **A regulação jurídica do mercado pelos valores do capitalismo humanista**. *In*: Empresa, sustentabilidade e funcionalização do direito. SILVEIRA, Vladmir Oliveira da; MEZZAROBA, Orides (coord.). São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

_____. **O ser humano como sujeito de direito**: os direitos humanos. *In*: Sujeito no direito: história e perspectivas para o século XXI / Valéria Cristina Pereira Furlan (org.). - 1. ed. - Curitiba, PR: CRV, 2012.

BRANCO, Manuel Couret. **Economia política dos Direitos Humanos**. Edições Sílabo: Lisboa/ Portugal, 2012.

FENABRAVE. Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores. **Anuários:** Dezembro|2013. Disponível em: http://www3.fenabrave.org.br:8082/plus/modulos/listas/index.php?tac=indices-e-numeros&idtipo=6&layout=indices-e-numeros. Acesso em 27 de julho de 2014.

GRINOVER, Ada Palegrini *et al* (Orgs.) **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

MEDINA, José Miguel Garcia; ARAÚJO, Fábio Caldas de; GAJARDONI, Fernando da Fonseca**. Procedimentos cautelares e especiais:** antecipação de tutela, jurisdição voluntária e ações coletivas e constitucionais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009, p. 355.

MENEZES, Wagner. **Ordem global e transnormatividade**. – Ijuí: UNIJUÍ, 2005.

NHTSA. National Highway Traffic Safaty Administration. **Recall & Deffects.** Disponível em http://www.nhtsa.gov/Vehicle+Safety/Recalls+&+Defects. Acesso em 26 de julho de 2014.

NOVAIS, Jorge Reis. **Direitos Sociais**: Teoria jurídica dos direitos sociais enquanto direitos fundamentais. Coimbra/Portugal: Coimbra Editora, 2010.

NUNES, Luis Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor.** 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

OLIVEIRA, Marcelo Henrique Matos. **Considerações sobre os direitos transindividuais**. Cognitio Juris, João Pessoa, Ano I, Número 2, agosto 2011. Disponível em <http://www.cognitiojuris.com/artigos/02/06.html#_ftn23>. Acesso em: 1 de Junho de 2014.

PROCON-SP. Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor. **Relatórios de campanha recall.** Disponível em: http://sistemas.procon.sp.gov.br/recall/. Acesso em 26 de julho de 2014.

_____. **Recall -** Percepção do consumidor. Disponível em: http://www.procon.sp.gov.br/PDF/relatoriorecall.pdf. Acesso em 27 de julho de 2014.

SANCHES, Samyra Haydêe Del Farra Nasponili. **Direitos humanos e a empresa privada no Brasil.** *In*: SILVEIRA, Vladmir Oliveira da; MEZZAROBA, Orides (coordenadores). Empresa, sustentabilidade e funcionalização do direito. v2. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

SILVEIRA, Vladmir Oliveira da; SANCHES, Samyra Haydêe Del Farra Nasponili. **A função solidária da empresa privada e o desenvolvimento sustentável.** *In*: SILVEIRA, Vladmir Oliveira da,*et al* (coordenadores). Empresa, Funcionalização do Direito e Sustentabilidade: função sócio-solidária da empresa e desenvolvimento [recurso eletrônico]. – Curitiba: Clássica, 2013, pp. 109-127.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor**: a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os princípios gerais de Direito Civil e Processo Civil. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

THE NEW YORK TIMES. Safety Agency Says 22 Million Vehicles Recalled in 2013. Disponível em: http://www.nytimes.com/2014/02/04/automobiles/safety-agency-says-22-million-vehicles-recalled-in-2013.html?_r=0. Acesso em: 26 de julho de 2014.

VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento Sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.