

DIREITO DO CONSUMIDOR EM RELAÇÃO AO RECALL

SANTOS, Iedo Fernando Vieira¹
BETTA, Viviane Della²
FRIAS, Roberto Carlos Baetas³

RESUMO

O Código de Defesa do Consumidor teve seu início no Brasil a partir da homologação da Constituição Federal em 1988, quando uma comissão de juristas foi convidada para a elaboração do mesmo, tendo como objetivo assegurar aos consumidores direitos e também estabelecer regras para o processo de consumo, estipulando desta forma obrigações aos envolvidos no processo, levando as empresas a adotar procedimentos que possam proporcionar aos mesmos o que a lei os garante. Estes direitos estão ligados a sua proteção física, financeira e moral. O processo de recall é realizado pelas empresas em caso de falha no produto. Neste caso, as empresas devem realizar o procedimento de troca da peça com defeito, assim confirmando o que a legislação prevê que se resume a tutelar a vulnerabilidade do consumidor, levando em conta que o mesmo é o pilar de todo mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor, Direito, Recall.

CONSUMER'S RIGHT REGARDING THE RECALL PROCEDURE

ABSTRACT

The Consumer's Defense code began when the Federal Constitution was installed in 1988, a legal commission has been invited to elaborate it with the objective to assure the consumer's right and establish rules for the trade, with all rules being established, the companies started adopting procedures that guaranteed the rights established by these new laws. These rights are connected to the physical, financial and moral protection of the customer. The recall process is made by the companies in case of some kind of product failure, on these cases the companies must change the faulty part assuring what is predicted by law, which is care for the consumer's vulnerability, taking that the consumer is what keeps the market running.

PALAVRAS-CHAVE EM LÍNGUA ESTRANGEIRA: Consumer, Legal, Recall.

1. INTRODUÇÃO

¹ Acadêmico de administração. iedo_santos@hotmail.com

² Acadêmica de administração. vividellabetta2010@hotmail.com

³ Professor orientador do curso de administração. rcbfrias@terra.com.br

Com o processo de industrialização do século XVIII ocorreu também o advento da produção em massa, gerando novos modelos produtivos, aumentando o risco de erros no processo de montagem ou até defeito nas peças produzidas e também uma mudança nos modelos de consumo, passando o consumidor a comprar produtos lacrados e embalados sem que o mesmo tenha acesso a real condição do produto.

Dado tal processo, nos séculos XIX e XX, começam a surgir em países de grande expansão industrial princípios ligados ao direito consumerista. Mas é somente em 1960 a partir de um discurso do presidente norte americano John Kennedy que os direitos dos consumidores passam a ser tratados com mais clareza.

Devido a defeitos na qualidade dos produtos oferecidos ao mercado, algumas organizações são obrigadas a realizar o processo de recall, que nada mais é do que a substituição do produto ou peça que apresenta defeito, tendo em vista cumprir as normas contidas no Código de Defesa do Consumidor.

Neste trabalho, serão apresentados os direitos do consumidor em caso de recall e como é realizado este procedimento na empresa Mitsubishi que fica localizada no município de Cascavel -Paraná.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 HISTÓRICO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) teve início na Revolução Industrial, quando o homem passou a produzir em massa, devido ao aumento da demanda decorrente da expansão demográfica. Estes novos modelos de produção e consumo geraram também mecanismos de adequação nos processos de contratação e novos instrumentos jurídicos (CAVALIERI FILHO, 2011).

Contudo, os direitos do consumidor só passaram a ser conhecidos a partir de um discurso do presidente norte americano John Kennedy em 1962, que referiu-se aos direitos básicos de proteção ao consumidor que seriam, segundo ele, o direito a segurança, informação, escolha e o direito de ser ouvido, a partir daí, várias leis se formaram e foram aprovadas (MIRAGEM, 2013).

Podemos destacar entre as primeiras leis do consumidor as aprovadas em Genebra em 1973 pela Assembleia Consultiva do Conselho da Europa, quando a Resolução n° 543 aprovou a Carta de Proteção ao Consumidor a qual serviu para base na elaboração da Resolução do Conselho da Comunidade Europeia, dividindo-se assim os direitos dos consumidores em categorias que basicamente remetem as citadas pelo presidente norte americano na década de 60. Também podemos destacar as leis francesas promulgadas nos anos 70, as quais tratavam de publicidade enganosa, cláusulas abusivas e o perigo do crédito, além de um período de sete dias para a reflexão sobre a compra (CAVALIERI FILHO, 2011).

Segundo Cavalieri Filho (2011), no Brasil as leis de defesa do consumidor tiveram início devido aos movimentos consumeristas nacionais e internacionais, mas essa questão começou a ser discutida somente nos primórdios dos anos 70, começando com a criação do Conselho de Defesa do Consumidor (CONDECON) no Rio de Janeiro, Associação de Defesa e Orientação do Consumidor (ADOC) em Curitiba, a Associação de Proteção ao Consumidor (APC) em Porto Alegre. Em São Paulo, em 1976 através do Decreto n°7890 criou-se o Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor. Anos depois passando a chamar-se PROCON (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor). Mas foi somente na metade da década de 80, com a Constituição de 1988, que o Governo Federal recebeu a notificação acerca da

elaboração de um código para o fim de promover a defesa do consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011).

O anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro foi constituído por uma comissão definida pelo então presidente do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, Doutor Flavio Flores da Cunha Bierrenbach. Esta comissão foi composta pelos juristas: Ada Pellegrini Grinover, Daniel Roberto Fink, Jose Geraldo Brito Filomeno, Kazuo Watanabe e Zelmo Denari com a assessoria de Herman de Vasconcellos e Benjamim, Eliana Cáceres, Marcelo Gomes Sodré, Mariangela Sarrubo, Nenson Nery Junior e Regis Rodrigues Bonvicino, além dos subsídios dos Promotores de Justiça de São Paulo Marco Antônio Zanellato, Roberto Durço, Walter Antônio Dias Duarte e Renato Martins Costa. O projeto só foi publicado em 4 de dezembro de 1989 onde recebeu emendas e até ser aprovado pela própria comissão durante uma assembleia extraordinária em julho de 1990, o projeto acabou sendo sancionado e publicado em 1990 como Lei nº8078 de 11 de setembro de 1990 (GRINOVER, et al, 2001).

A partir desta homologação do Código de Defesa do Consumidor, foram assegurados os direitos e deveres da cadeia de consumo, especificando e direcionando as ações de consumidores e fornecedores.

2.2 PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Os princípios para o ramo do direito são diretrizes que ajudam na compreensão da regra, ou seja, é uma regra geral para a compreensão da aplicação da regra jurídica (DELGADO, 2010).

A vulnerabilidade é um princípio básico da existência e da aplicação do direito do consumidor, pois na sociedade um desequilíbrio entre consumidor e fornecedor nas relações jurídicas estabelecidas entre os dois agentes (MIRAGEM, 2013).

Cavaliere Filho (2011) reforça a ideia da essencialidade do princípio da vulnerabilidade, destacando que este é um requisito essencial na elaboração de conceito de consumidor e que as normas do direito são sintetizadas a partir da vulnerabilidade do sujeito consumidor.

O princípio da solidariedade trata da necessidade de observação das consequências da atuação individual perante a sociedade (MIRAGEM, 2013).

Tal princípio promove à repartição dos riscos sociais, visando desta maneira a satisfação do consumidor, vítima de evento do mercado de consumo (MIRAGEM, 2013).

Princípio da boa fé é também um dos princípios básicos do direito do consumidor o qual implica as relações jurídicas do respeito e da lealdade com o sujeito da relação, o objetivo também é evitar o desrespeito (MIRAGEM, 2013).

No princípio do equilíbrio, reconhecendo-se a vulnerabilidade do consumidor, vê-se assim a relevância do princípio desse como sendo o resultado do reconhecimento da desigualdade do consumidor nas relações de consumo, gerando assim a necessidade de proteção judicial, visando somente à garantia do equilíbrio dos interesses na relação de consumo (MIRAGEM, 2013).

O princípio da intervenção do estado visa o reconhecimento da necessidade a intervenção do estado na defesa do consumidor, desta forma, é permitido que através da lei o estado tenha o dever de intervir na proteção do interesse do consumidor (MIRAGEM, 2013).

Princípio da efetividade, segundo Miragem (2013), trata do alcance do respeito à lei, quanto ao alcance dos resultados concretos. Tal princípio ainda incide sobre o processo de tomada de decisão das autoridades, determinando que estes façam a escolha pela ação que efetivamente proteja melhor o direito do consumidor.

Miragem (2013) diz que o princípio da harmonia nas relações de consumo está previsto no CDC em seu art. 4º, III o qual se refere à harmonização dos interesses dos integrantes da relação de consumo.

O princípio presume a igualdade das partes, não impor ao fornecedor penas excessivas e permitindo a proteção do consumidor que pratica a boa fé e, não do que se vale da norma para obter vantagens indevidas (MIRAGEM, 2013)

2.3 CONCEITO DE FORNECEDOR

Fornecedor, segundo o art. 3º do CDC, é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviço.

São tratados como fornecedores tanto os grandes empresários quanto os microempresários, também podem ser pessoas ligadas ao agronegócio, pesca ou caça, classificados como fornecedores importadores (COELHO, 2005).

O fornecedor é tratado como protagonista das relações de consumo, é o responsável pela colocação do produto ou serviço a disposição do consumidor, é considerado toda pessoa física ou jurídica que desempenha a atividade mercantil habitualmente, (GRINOVER, et al, 2001)

2.4 CONCEITO DE CONSUMIDOR

Consumidor, segundo CDC art. 2º, é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos e serviços, utilizando os mesmos para consumo final, ou seja, não utiliza o bem para revenda, tem a finalidade de satisfazer a necessidade imediata do consumidor.

Para o dicionário Houaiss da língua portuguesa, consumidor é quem consome ou adquire produtos para uso próprio, e o dicionário Aurélio, define como aquele que compra para gastar em uso próprio.

Para Diniz (1998), em seu dicionário jurídico, define consumidor como coletividade de pessoas que intervém numa relação de consumo, ou ainda pessoa que adquire produtos para uso pessoal, sem a intenção de venda.

O consumidor tem a característica de ser hipossuficiente juridicamente, ou seja, em comparação com a condição econômica, jurídica ou de informação do fornecedor, o consumidor está abaixo, o que lhe cabe o exercício de um direito básico, a inversão do ônus da prova (SOUZA, 2008).

2.5 VÍCIO E DEFEITO

Vício e defeito, em uma língua mais administrativa, seria um produto que para seu consumidor final apresente alguma forma de anomalia que diminua seu valor de mercado, ou seja, algo que para sua venda ou já comercializado não apresenta uma qualidade segura para que o cliente possa usufruir do mesmo. Levando em consideração a diferenças de ambos, seria que os dois possam causar risco a segurança do consumidor.

O CDC no seu art. 18º define produto possuidor de vício, como disparidade de qualidade ou quantidade que são impróprias para o consumo do produto ou que tirem valor do mesmo, que tem propriedades diferentes das constantes na embalagem ou do anúncio publicitário.

Segundo Coelho (2005), vício é uma impropriedade inofensiva do produto, e a diferença entre vício e defeito está nas perdas ou danos causados pelo mesmo.

Para ilustrar a diferença entre vício e defeito, Lima (2008), destaca para que surja o defeito, pressupõe-se, em tese, um vício. Porém, esse vício causa uma lesão não só do bem adquirido ou no serviço contratado, mas, também, lesão ao patrimônio jurídico material e moral do consumidor.

Defeito, segundo Coelho (2005), é a impropriedade do produto ou serviço, uma disparidade entre o que ele deveria ser e o que é.

Neste mesmo contexto, Almeida (2011) destaca que defeito é toda anomalia que, comprometendo a segurança que legitimamente se espera da fruição do produto e serviço.

Existem três tipos de defeitos que são de responsabilidade do fornecedor segundo Almeida (2011), os defeitos de concepção, de execução e os defeitos de comercialização.

Os defeitos de concepção é um erro ocorrido durante a elaboração do projeto ou da tecnologia empregada no desenvolvimento do produto; os defeitos de execução são os erros ocasionados na fabricação ou conservação do produto; já os defeitos de comercialização ocorrem por insuficiência ou inadequação das informações prestadas ao consumidor quanto à utilização do produto (COELHO, 2005).

Desta forma, fornecimento de produto defeituoso ocorre quando se verifica uma disparidade entre o produto real e o que está sendo oferecido e tal inconformidade possa causar danos à saúde ou ao patrimônio do consumidor (COELHO, 2005).

2.6 RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR

O CDC trata que o fornecedor tem o dever de informar adequadamente o consumidor sobre os riscos inerentes ao produto adquirido, informar sobre o perigo ou a nocividade que o produto ou serviço pode causar, bem como dar ciência dos mesmos as autoridades competentes o mesmo ainda não deve disponibilizar no mercado produto que este tenha ou que deveria ter ciência que apresenta alta periculosidade a saúde ou a segurança do

consumidor, segundo destaca Júnior (2005), o qual reforça que o fornecedor tem o dever de oferecer ao mercado peças para eventuais trocas ou manutenções no produto que o mesmo comercializa.

O art. 12 do CDC destaca que o fabricante, o produtor, o construtor nacional ou estrangeiro e o importador, respondem cada um independentemente pela reparação de danos causados ao consumidor, devido à comercialização de produtos que possuem defeito decorrente do projeto, do processo de fabricação, armazenamento, ou ainda se houver orientação inadequada e falta de informação no ato da comercialização sobre os riscos inerentes do produto.

O fornecedor só será excluído de culpa se for confirmado equívoco do consumidor na identificação do fornecedor ou se provado a culpa da ocasião do defeito por negligência de uso do consumidor ou de terceiros segundo afirma Coelho (2005) referindo-se ao art.2, § 3º do CDC. Também se exclui a responsabilidade do fornecedor se o mesmo provar que o produto não possui qualquer impropriedade.

O fabricante, produtor, construtor e importador responde pelos acidentes decorrentes do consumo de produto defeituoso decorrente de defeito de concepção, execução ou de comercialização. Neste caso, a responsabilidade é objetiva e independe da culpa do empresário (COELHO, 2005).

2.7 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR EM CASO DE VÍCIO OU DEFEITO.

A defesa do consumidor é fundamental por ser o princípio de toda atividade econômica, ela dispõe da proteção do consumidor e de outras providências.

Segundo a CDC, é importante que o consumidor conheça seu direito perante a lei nº 8078 de 11 de setembro de 1990. Com relação ao fato aqui citado, o artigo de seu interesse é o sexto que diz:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas à liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência.

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Independentemente da área de atuação da empresa, se for constatada a existência da relação de consumo, a proteção com relação ao direito do consumidor será a mesma (ROQUE, 2010).

Em caso de fornecimento de produto viciado, se constatado o mesmo, o consumidor pode optar pela troca do produto por outro igual, mas que apresente igual valor e também que este esteja em perfeitas condições de uso. Pode também optar pela restituição do valor pago, atualizado monetariamente, ou ainda pode pedir ao fornecedor o abatimento proporcional do preço (JUNIOR, 2005).

2.8 RECALL

O *recall* nada mais é que um chamamento do fornecedor ou fabricante, para que o consumidor possa realizar um conserto ou substituição de uma devida peça que pode apresentar algum defeito, assim colocando em risco a vida e a saúde do próprio. É importante que o consumidor esteja ciente e elabore a substituição no prazo estipulado pela fabricante, para não haver nenhum risco ao mesmo, propriamente se de fato o acidente ocorrer, o cliente tem todo o direito de procurar a justiça para ser reembolsado de suas devidas percas. Portanto, e de extrema obrigação do fornecedor e do consumidor, realizar de fato e com excelência esse direito que é de todos, perante a Constituição Federal de 1988.

Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), em 2007 a indústria automotiva brasileira foi a quinta maior produtora de veículos no mundo, toda esta produção está suscetível à produção defeituosa, atingindo diretamente o consumidor final, causando dano ao mesmo (PEREIRA *et al*, 2010)

Desta forma, diz Pereira (*et al*, 2010) quando o defeito é nocivo a saúde e a segurança do usuário, o fabricante deve reparar os danos através do procedimento denominado Chamamento ou Recall que é um termo em inglês que significa, segundo o dicionário Michaelis, chamada de volta, recolhimento de produtos defeituosos.

Geralmente os procedimentos de recall se iniciam através de divulgação em meios de comunicação, e após a perícia se verificado o defeito, realiza-se a substituição do componente que apresenta a falha (PEREIRA *et al*, 2010).

Com o aumento significativo da frota de veículos no mercado nacional, gerando uma produção em massa e que pode ocasionar erros ou defeitos na concepção do produto. Assim, as montadoras precisam realizar os respectivos concertos. Desta forma são chamados esses produtos defeituosos de volta a uma oficina autorizada para sanção destas falhas.

3. METODOLOGIA

Para a realização do estudo utilizou-se a pesquisa qualitativa que trata de estudos diretos sobre o objeto analisado, esta é geralmente realizada no local de obtenção dos dados onde o pesquisador tem contato direto com o fenômeno pesquisado, sendo assim, esta modalidade de pesquisa caracteriza-se por ser essencialmente descritiva (NEVES, 1996).

A pesquisa qualitativa segundo Moresi (2003) é importante para determinar o que é melhor para o cliente, ou quais questões são e por que se tornam importantes. Serve também para identificar consensos positivos ou negativos, e ainda para identificar as diversas opiniões existentes no mercado sobre o mesmo assunto. O autor também cita que a pesquisa qualitativa consiste no detalhamento de fenômenos, sendo estes pessoas, eventos, comportamentos e outros.

Também foi utilizado o método de pesquisa conhecido como revisão bibliográfica, onde o pesquisador elabora seus estudos a partir de documentos, livros, artigos, revistas nos quais constam dados que já foram registrados e também estudados por outros pesquisadores diz (SEVERINO, 2007).

A pesquisa trata de um estudo de caso, o qual segundo Ventura (2007) é uma organização de dados, que não se modifica ou altera o objeto estudado, é uma coleta e análise de dados de um objeto de estudo individual.

Ainda foi utilizada a metodologia de pesquisa documental tendo como base que a mesma utiliza de fontes diversas, tais como tabelas jornais cartas, relatórios de empresas entre outras fontes para realizar o embasamento do estudo (FONSECA, 2002).

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Os veículos do modelo L200 Triton da marca Mitsubishi passaram no ano de 2013 pelo processo de chamamento (*recall*), no qual foram convocados a comparecerem nas concessionárias os carros que possuíam numeração de chassi de 00001 à 67689 produzidas entre os anos de 2003 e 2007 um total de mais de 64 mil unidades, afim de solucionar uma possível falha na fechadura do capô, gerando assim um risco eminente de abertura repentina da peça, dificultando a visão do motorista podendo gerar graves consequências.

O procedimento pelo qual passaram os veículos se inicia com o contato com o proprietário agendando a data para a revisão, e a partir da entrada do veículo na concessionária ocorre à confirmação do cadastro do produto com a fábrica, logo após são realizados os devidos procedimentos de troca e manutenção da peça defeituosa, ainda são adicionados reforços na peça que foi substituída, este processo leva até quatro horas.

Todo o procedimento realizado e pago pela fábrica, inclusive a mão de obra que foi empregada na manutenção do produto, além da matéria prima também é fornecida pela mesma.

Tendo em vista o art. 6º parágrafos I, III e VI podemos constatar que a Mitsubishi assegura os direitos do consumidor.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de recall é o processo de troca ou peça defeituosa de uma mercadoria disponibilizada para o mercado consumidor.

No caso de ocorrência da necessidade da realização do recall, o consumidor tem o direito de tutela a vida, patrimônio, saúde e segurança, e o procedimento de recall deve ser realizado gratuitamente pelo fornecedor.

A montadora Mitsubishi, através de suas revendas, quando necessário realiza todo o procedimento de recall que é requisitado pelo Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que este é um procedimento de total responsabilidade da mesma.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. B. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2011.

ALVES, M. A. **Um pouco da história do direito do consumidor no Brasil**. Rio de Janeiro, 2012.

Disponível em:

<<http://www.maalves.com.br/artigos/Um%20pouco%20da%20historia%20do%20direito%20do%20consumidor%20no%20Brasil.pdf>>

Acesso em 30 Mai. 2015.

CAVALIERI FILHO, S. **Programa de Direito do Consumidor**. São Paulo. Atlas, 2011.

BRASIL. CDC – **Código de Defesa do Consumidor - Lei N° 8.078, de 11 de setembro de 1990**.

Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm>

Acesso em: 19 Abr. 2015.

COELHO, F. U. **Curso de direito comercial, volume 1**. São Paulo: Saraiva, 2005.

DELGADO, M. G. **Os princípios da estrutura do direito**. Brasília, 2010

Disponível em:

<<http://www.unifra.br/professores/blattes/Os%20Princ%C3%ADpios%20na%20Estrutura%20do%20Direito%20pdf.pdf>>

Acesso em: 21 Set. 2015

DICIONÁRIO AURÉLIO BÁSICO DA LÍNGUA PORTUGUESA. Rio de Janeiro, 1988.

DINIZ, M. H. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

Grande Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa

Disponível em:

<<http://houaiss.uol.com.br/>>

Acesso em 10 Mai. 2015.

GRINOVER, A. P.; BENJAMIN, A. H.V.; FLINK, D. R.; FILOMENO, J. G. B.; WATANABE, K.; JUNIOR, N. N.; DENARDI, Z. **Código de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2001.

JUNIOR, W. F. **Manual de direito comercial**. São Paulo: Atlas, 2005.

LIMA, A. L. V. S. **Diferença entre defeito e vício para apuração da responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços**. Rio Grande, 2008

Disponível em:

<http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=3563>

Acesso em: 10 Mai. 2015.

MICHAELIS – dicionário de inglês online.

Disponível em:

<http://michaelis.uol.com.br/escolar/ingles/definicao/ingles-portugues/recall_21649.html>

Acesso em: 18 Abr. 2015.

MIRAGEM, B. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais, 2013.

MORESI, E. **Metodologia de pesquisa**. Brasília. 2003.

Disponível em:

<http://ftp.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/1370886616.pdf>

Acesso em: 12 Mai. 2015.

NEVES, J. L. **Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades**. São Paulo. 1996.

Disponível em:

<<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>>

Acesso em: 12 Mai. 2015.

NORAT, M. S. L. **Conceito de consumidor no direito entre as teorias finalistas maximalistas e mista**. Joao Pessoa, 2012

Disponível em:

<<http://www.cognitiojuris.com/artigos/04/08.html>>

Acesso em: 19 Mai. 2015.

PEREIRA. M. A.; SILVA. I. L. L.; CALARGE. F. A. **Recall na indústria automotiva Brasileira: uma análise entre o volume de produção e o número de recalls.** São Paulo. 2010.

Disponível em:

<http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_tn_sto_113_739_15088.pdf>

Acesso em 19 Mai. 2015.

ROQUE, N. C. **A prestação de serviços e o Código de Defesa do Consumidor: Os cuidados que devem ser tomados pelo fornecedor.** São Paulo, 2010.

Disponível em:

<<http://www.f aer.edu.br/revistafaer/artigos/edicao2/nathaly.pdf>>

Acesso em 18 Mai. 2015.

SEVERINO. A. J. **Metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Cortez, 2007.

SOUZA, R. O. **Da Hipossuficiência.** Rio de Janeiro, 2008.

Disponível em:

<http://www.tjrj.jus.br/institucional/dir_gerais/dgcon/pdf/artigos/direi_consu/hipossuficiencia.pdf>

Acesso em: 21 Set. 2015

VENTURA. M, M, **O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa.** Rio de Janeiro, 2007.

Disponível em:

<http://unisc.br/portal/upload/com_arquivo/o_estudo_de_caso_como_modalidade_de_pesquisa.pdf>



13º ENCONTRO
CIENTÍFICO CULTURAL
INTERINSTITUCIONAL

MISSÃO DADA É MISSÃO CUMPRIDA

19, 20, 21 E 22 DE OUTUBRO DE 2015



Acesso em 17 Jun. 2015.

CDC – Código de Defesa do Consumidor - **Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.**

ARTIGO 6º.

Disponível em:

<<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/10607666/artigo-6-da-lei-n-8078-de-11-de-setembro-de-1990>>