

Grupo de Estudos Permanentes de Acidentes de Consumo

GEPAC

RECOMENDAÇÃO N. 01/2013

O GRUPO DE ESTUDOS PERMANENTES DE ACIDENTES DE CONSUMO - GEPAC, criado por meio da Portaria MJ n. 44 de 7 de maio de 2008, com vistas à definição e promoção de procedimentos e estratégias de atuação para coibir a comercialização de produtos ou a prestação de serviços com alto grau de nocividade ou periculosidade, além da prevenção, detecção, identificação, acompanhamento e repressão dos acidentes de consumo,

CONSIDERANDO a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo e os princípios da transparência, boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores estabelecido na Lei n. 8.078/90;

CONSIDERANDO o direito básico do consumidor à proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços identificados como nocivos ou perigosos;

CONSIDERANDO a obrigação do fornecedor de não colocar, no mercado de consumo, produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde e segurança;

CONSIDERANDO a obrigação do fornecedor de informar sobre o conhecimento da periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores às autoridades competentes e aos consumidores, bem como o direito à informação adequada e clara, garantindo ao consumidor, nos moldes do artigo 6º, I e III, do Código de Defesa do Consumidor;

CONSIDERANDO o teor da Portaria MJ n. 487, de 15 de março de 2012, que disciplina o procedimento de chamamentos dos consumidores ou *Recall* de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, forem considerados nocivos ou perigosos.

O GEPAC **RECOMENDA** a adoção das seguintes práticas quando da elaboração e veiculação dos avisos de risco de *Recall*:

- 1) O aviso de risco deverá ser elaborado com informações concisas, primando pela clareza e objetividade, de modo a evitar o uso de termos técnicos, informações ambíguas ou insuficientes ao entendimento do consumidor.
- 2) Em mídia impressa, o aviso de risco deverá ser dimensionado de forma a garantir a fácil visualização e em seção que lhe garanta destaque.
- 3) Em rádio e TV, a locução do aviso de risco deverá ser feita de forma clara e suficiente para garantir-se o pleno entendimento de todas as informações pelo consumidor.
- 4) Em página eletrônica, a inserção do aviso de risco deverá ser feita em local de destaque e de fácil visualização, garantindo seu acesso a partir da tela inicial, sem prejuízo da disponibilização dos avisos veiculados em rádio, TV e mídia impressa.

- 5) O aviso de risco também deverá ser veiculado nas mídias sociais do fornecedor, sempre que as possuir, sem prejuízo de quaisquer outras ações que ampliem a informação ao consumidor.
- 6) Para fins de orientar o cumprimento desta Recomendação, segue modelo de aviso de risco elaborado por este Grupo de Estudos Permanentes de Acidentes de Consumo:

COMUNICADO DE RECALL

*Foto do produto
que possibilite sua fácil
identificação e, quando possível,
identifique o componente/lote
envolvido.*

A empresa “X” convoca os consumidores do produto “Y” para, de forma gratuita, [Descrever medida corretiva].

Defeito [Descrição clara, objetiva e suficiente, evitando-se termos estritamente técnicos e expressões que minimizem sua gravidade].

Risco e suas implicações [Descrição clara, objetiva e suficiente do risco, especificando eventuais conseqüências aos consumidores].

Início do atendimento [Data]

Medidas preventivas [Ações a serem tomadas pelo consumidor até o atendimento].

Informações de contato [Site, e-mail e SAC, com indicação de horário de atendimento, entre outros].

Demais informações relevantes [Duração do atendimento, entre outros].

Modelo (especificação do ano do modelo para veículos) /Nome do produto	Data ou período de fabricação/Data de validade em casos de produtos perecíveis	Chassi/Lote/Série

Brasília, 19 de junho de 2013.