

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA
SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR

PROJETO 914BRZ5018
Direitos do Consumidor na Sociedade do Conhecimento
Consultor: Ardyllis Alves Soares
Produto 1: Plano de Trabalho

Brasília – DF

2024

Sumário

| | |
|--|-----------|
| <i>1. Introdução</i> | 3 |
| <i>2. Justificativa</i> | 3 |
| <i>3. Diagnóstico</i> | 6 |
| <i>4. Estrutura de apresentação dos produtos</i> | 8 |
| <i>5. Abordagem</i> | 10 |
| <i>6. Cronograma do plano de trabalho</i> | 11 |
| <i>7. Método</i> | 12 |
| <i>8. Análise dos dados</i> | 14 |
| <i>9. Referenciais normativos/institucionais</i> | 14 |
| <i>10. Referencial bibliográfico preliminar</i> | 15 |

1. Introdução

Este escrito se trata do primeiro produto da consultoria objeto do Projeto 914BRZ5018 - Direitos do Consumidor na Sociedade do Conhecimento - cujo objetivo é, dentre outros, a produção de um manual de boas práticas sobre campanhas de chamamento (*recalls*) e demais procedimentos para a prevenção a acidentes de consumo, manual este a ser direcionado para todas as partes envolvidas (servidores, advogados de empresa, empresários, consumidores etc.), mas especialmente direcionado àqueles que atuarão diretamente em campanhas de chamamento de produtos. Nele busca-se apresentar a proposta metodológica para a pesquisa como um todo, assim como para a realização de todos os produtos relacionados a esta consultoria.

2. Justificativa

A questão da garantia da saúde e segurança do consumidor é uma preocupação constante nas relações de consumo. Prover ao mercado produtos e serviços que não causem danos aos consumidores ou, em casos de produtos ou serviços naturalmente com elevados riscos, que esta possibilidade possa ser mitigada é de grande importância nas relações de consumo. Manter o consumidor devidamente informado destes riscos é um dos modos de lhe garantir saúde e segurança ao manuseá-los.

A saúde e, especialmente, a segurança do consumidor são dois dos pilares do Direito do Consumidor. Na histórica mensagem do então Presidente John Fitzgerald Kennedy ao Congresso dos Estados Unidos da América sobre a proteção dos interesses do consumidor, datada de março de 1962, se enunciava o direito à segurança como um dos seus quatro direitos básicos.¹ Já nas Diretrizes da Organização das Nações Unidas (ONU) sobre a proteção do consumidor², a saúde e a segurança do consumidor ocupam posição de destaque neste texto

¹ Para informação, os outros três direitos básicos mencionados são o direito à informação, à escolha e o direito de ser ouvido. *Excerpts from a message to the Congress protecting the consumer interest on consumer products, 15 March 1962*. Disponível em: <https://www.jfklibrary.org/asset-viewer/archives/jfkwha-080-003>. Acesso em: 15 Out. 2024.

² Versão mais atualizada encontrada na Resolução da Assembleia Geral da ONU 70/186, de dezembro de 2015. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2016d1_en.pdf. Acesso em: 15 Out. 2024.

que serve de referência para a elaboração de legislações de consumo nacionais, havendo diferentes contextos para demonstrar esta importância.

A primeira das menções a se destacar é os objetivos das diretrizes. Destes, dois são de importância para a saúde e segurança do consumidor: proporcionar padrões de produção e distribuição que respondam às necessidades e aos desejos dos consumidores, e; incentivar altos níveis de conduta ética para aqueles envolvidos na produção e distribuição de bens e serviços para os consumidores.³ Em seguida, se estabelece, no rol dos princípios gerais, a proteção do consumidor em relação aos perigos à sua saúde e segurança, além da proteção aos interesses econômicos do consumidor.⁴

Nestas diretrizes também são indicados princípios para boas práticas comerciais a todas as partes envolvidas nas relações de consumo. Destas, três guardam correlação com esta consultoria: tratamento justo e equitativo, devendo ser ofertado ao consumidor uma conduta adequada e isonômica em todas as fases da contratação; comportamento comercial, onde se espera uma conduta eticamente leal em relação a outra parte da relação, evitando-se práticas abusivas e desleais, e; divulgação e transparência, proporcionando ao consumidor uma comunicação com informações corretas sobre os dados referentes à contratação e ao respectivo produto ou serviço.⁵

A segurança física do consumidor também recebe atenção específica no texto. Nesta parte, se reforça a necessidade de produtos seguros diante do seu uso indicado ou normalmente previsível, além de haver uma expectativa de não perigo de produtos e serviços enquanto na posse da cadeia de fornecimento, devendo o consumidor ser adequadamente informado em relação ao seu uso para limitar os riscos dos produtos e serviços quanto estes já foram objeto da tradição, estando, portanto, já na posse do consumidor. Além disso, também se menciona a adoção de políticas de recalls para produtos inseridos no mercado considerados gravemente perigosos ou constituir risco substancial e grave, mesmo quando utilizados conforme indicação.

³ A/RES/70/186, Parte I, ponto 1, letras *b* e *c*.

⁴ A/RES/70/186, Parte III, ponto 5, letras *c* e *d*.

⁵ A/RES/70/186, Parte IV, ponto 11, letras *a*, *b* e *c*.

Sob o aspecto constitucional, a defesa do consumidor e, consequentemente, a sua saúde e segurança, é objeto de atenção em alguns mandamentos normativos. Desta forma, as relações de consumo também possuem, conforme se demonstrará, substancial base constitucional, o que reforça a sua importância dentro do quadro jurídico-econômico do país.

Em relação aos direitos e garantias fundamentais, a Constituição Federal indica, no caput do seu artigo 5º., dentre outros, a garantia a todos os brasileiros e estrangeiros residentes no país o direito à segurança. Este trecho, em diálogo com o seu inciso XXXII, que assegura que *o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor*, permite uma interpretação ampliada no sentido de que a segurança mencionada também alcança as relações de consumo.

Outra base constitucional de importância para as relações de consumo é o art. 170, caput, e seu respectivo inciso V, que inserem a defesa do consumidor na Ordem Econômica nacional. Esta inserção é reforçada pelo art. 48, da ADCT, a indicação ao Congresso Nacional da obrigação de elaboração do Código de Defesa do Consumidor, sendo uma das poucas normas com mandamento constitucional para a sua criação dentro do ordenamento jurídico pátrio.

Já no tocante às normas infraconstitucionais, o Código de Defesa do Consumidor ganha destaque. No artigo 6º., que trata dos direitos básicos do consumidor, indica, no seu inciso primeiro, *a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos*.

Com base nesta premissa geral, o artigo 10 versa sobre produtos e serviços inseridos no mercado que, posteriormente, venha a descobrir uma potencialidade de dano ao consumidor. Primeiramente, se destaca a impossibilidade de inserção no mercado de produto ou serviço que sabe ou deveria saber ser nocivo ou perigoso à saúde ou segurança do consumidor. No entanto, caso estes produtos ou serviços potencialmente nocivos ou perigosos sejam inseridos no mercado de consumo, cabe ao fornecedor dar ciência desta inserção aos entes públicos responsáveis e à população por meios de comunicação de massa com a finalidade de que referidos produtos ou serviços possam ser recolhidos e substituídos sem causar danos ao consumidor, sendo os custos econômicos destas inserções midiáticas de responsabilidade do fornecedor.

Importante também salientar que se configura prática abusiva *colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro)*, conforme estabelece o artigo 39, inciso VIII, do Código de Defesa do Consumidor. Além disto, se configura crime contra as relações de consumo *deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado*, cuja pena é de detenção de seis meses a dois anos e multa, conforme descreve o artigo 64 do CDC. O mesmo artigo, em seu parágrafo único, ainda indica que incorrerá nas mesmas penas *quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos*.

3. Diagnóstico

A seguir, apresenta-se alguns dados quantitativos e qualitativos do histórico recente dos recalls realizado no Brasil:

I) Dados quantitativos em sua totalidade:

Em números totais, foram realizados 2.202 *recalls* dentre o ano de 1999 e o dia 30 de outubro de 2024;

II) Dados quantitativos, levando em consideração a sazonalidade dos recalls:

Além da totalidade da quantidade de recalls realizados, também é relevante ter uma noção da sua quantidade diante de uma periodicidade. Para suprir esta demanda, se apresenta abaixo as quantidades de recalls realizadas em cada ano:

| Ano | Quantidade de recalls |
|------|-----------------------|
| 1999 | 2 |
| 2000 | 3 |
| 2001 | 3 |
| 2002 | 16 |

| | |
|--|--------------|
| 2003 | 33 |
| 2004 | 40 |
| 2005 | 38 |
| 2006 | 44 |
| 2007 | 45 |
| 2008 | 46 |
| 2009 | 51 |
| 2010 | 79 |
| 2011 | 76 |
| 2012 | 68 |
| 2013 | 109 |
| 2014 | 119 |
| 2015 | 137 |
| 2016 | 140 |
| 2017 | 139 |
| 2018 | 166 |
| 2019 | 150 |
| 2020 | 130 |
| 2021 | 136 |
| 2022 | 158 |
| 2023 | 146 |
| 2024 (até o dia 30 de outubro de 2024) | 128 |
| Total: | 2.202 |

Percebe-se que a quantidade de recalls é, com algumas exceções, de um crescimento linear. Isto demonstra a importância crescente do uso do *recall* para reduzir o risco de danos aos consumidores por produtos e serviços inseridos no mercado de consumo com potencialidade de produzir lesões ou danos de naturezas variadas, retirando-os do mercado ou oferecendo meios que reduzam ou eliminem estes riscos.

III) Nichos de mercado das campanhas de chamamento

Há uma pluralidade de produtos que servem de objeto para recalls. Tendo como referência dados da Coordenação de Consumo Seguro e Saúde, da Secretaria Nacional do Consumidor, produtos como motocicletas, autopeças, acessórios diversos, ferramentas, alimentos, produtos para animais, eletrodomésticos, eletrônicos, veículos automotores, produtos domésticos, produtos de limpeza, medicamentos, cosméticos, carnes, brinquedos, equipamentos hospitalares, produtos infantis, caminhões, ônibus e motocicletas aquáticas são os que possuem maior demanda por recalls.

No aspecto quantitativo, os produtos mais demandados nos processos de recalls são, em primeiro lugar, veículos com 1.513 (mil quinhentos e treze), seguido pelas motocicletas, com 215 (duzentos e quinze). Em seguida, estão os medicamentos com 85 (oitenta e cinco) e alimentos com 46 (quarenta e seis) recalls.

Estas listas acima indicam, primeiramente, uma capilaridade de setores de consumo que utilizam da ferramenta do *recall* para diminuir os riscos à saúde e à segurança do consumidor. Outro fator a se mencionar é que esta diversidade de nichos de mercado aponta que o recall é uma política pública das relações de consumo que tem a potencialidade de alcançar e beneficiar vários consumidores, devendo, portanto, ser digna de perene busca por aprimoramento desta ferramenta.

4. Estrutura de apresentação dos produtos

Os produtos serão apresentados conforme a peculiaridade de cada um deles, buscando fazer com que cada um seja elaborado de modo a tornar o seu proveito o mais adequado possível em favor de um aprimoramento do procedimento de *recall*, seja pela Secretaria Nacional do Consumidor, seja para positivamente influenciar os procedimentos de *recall* de outros órgãos da administração pública federal.

Nos casos em que o produto demandado for um documento técnico, diagnósticos ou levantamentos, será elaborado texto crítico-expositivo das temáticas específicas, buscando, ao mesmo tempo, demonstrar a diversidade de tratamentos de um tema específico, além de, especialmente, analisar a possibilidade de contribuição de políticas públicas internacionais ou estrangeiras em uma hipotética ação similar no território nacional.

O produto 1, plano de trabalho, apresentará as diretrizes a ser observadas durante toda a consultoria. Serão mencionados os objetivos gerais e específicos e as indicações de quais bases legislativas e estruturais serão utilizadas como referência para a elaboração das pesquisas e respectivos produtos.

O produto 2, revisão da doutrina sobre campanhas de chamamento e demais procedimentos, serão expostos fundamentos doutrinários sobre os contextos jurídicos relacionados aos recalls de variados ordenamentos jurídicos nacionais, regionais, além de conteúdos doutrinários relacionados a temáticas correlatas advindas de organizações internacionais. Diante dos resultados da pesquisa, será elaborado texto, dialogando as fontes obtidas, para ter um resultado mais eficiente para este produto.

Em seguida, o produto 3, revisão da jurisprudência nacional e das decisões administrativas de órgãos e entidades reguladoras sobre campanhas de chamamento e demais procedimentos para prevenção a acidentes de consumo, terá como objetivo mapear os processos administrativos e judiciais, e suas respectivas decisões, existentes em virtude de casos relacionados às campanhas de chamamento e demais procedimentos para a prevenção a acidentes de consumo realizados pela SENACON e órgãos federais com semelhante competência (SENATRAN, INMETRO, ANVISA, dentre outros), em cooperação com a SENACON. Esta análise terá como abrangência as decisões de órgãos e entidades reguladoras que compõem a Comissão de Estudos Permanentes de Acidentes de Consumo (CEPAC), de Tribunais Regionais Federais, do Superior Tribunal de Justiça e do Supremo Tribunal Federal. Similar análise será feita nas decisões administrativas realizadas pela SENACON em suas decisões administrativas sobre saúde e segurança do consumidor que resultaram em recalls, além de observar a eficácia dos chamamentos, a adesão dos consumidores e analisar o grau de êxito dos recalls.

Já o produto 4, mapeamento dos processos administrativos em curso na SENACON relacionados a campanhas de chamamento e demais procedimentos para prevenção a acidentes de consumo, será realizada uma análise sobre os processos administrativos de recall e demais procedimentos administrativos em andamento na SENACON, descrevendo as informações importantes de cada um deles para uma sistematização da atual situação das demandas processuais do órgão. Em seguida, será produzido um texto com o conteúdo coletado destas observações. Também serão observadas as possibilidade de aprimoramento das notas técnicas

relacionadas ao recalls e demais procedimentos.

Nesse sentido, a CCSS/CGCTSA/DPDC disponibilizará acesso a procedimentos e processos considerando amostra dos trabalhos desenvolvidos na unidade (por tipo de processo, por setor envolvido, por gravidade do risco, por produto ou serviço, por defeitos mais recorrentes, etc.).

Especificamente quanto ao produto 5, o Manual de boas práticas sobre campanhas de chamamento será produzido em uma linguagem técnica, mas, ao mesmo tempo, acessível. Serão apresentadas sugestões de aprimoramento no procedimento de campanhas de chamamento, tendo como base boas práticas existentes em procedimentos correlatos de outros países e blocos econômicos, além de orientações indicadas por organizações internacionais que possuem interesse e atuam no aprimoramento das campanhas de chamamento, além de correlatos mandamentos legislativos, todos estes com a finalidade de tornar a ferramenta do recall e demais procedimentos mais eficiente em benefício da saúde e segurança dos consumidores.

Além destes aspectos voltados diretamente para o consumidor, haverá uma parte do produto 5 com indicações de boas práticas direcionadas e eventuais alterações nos procedimentos de *recall*. Desta forma, se busca tornar o exemplo brasileiro mais eficiente, tendo como referências bons padrões internacionais de procedimentos similares, objetivando uma melhoria no mercado de consumo nacional.

A respeito do produto 6, o workshop, serão apresentados os resultados da consultoria e as possibilidades e sugestões de aprimoramento do modelo brasileiro das campanhas de chamamento realizado pela SENACON.

5. Abordagem

Quanto à abordagem, serão utilizados dois parâmetros. O primeiro deles é reiterar a importância da saúde e segurança do consumidor. Buscar-se-á demonstrar a relevância de inserir no mercado produtos e serviços que possibilitem a sua utilização sem riscos ao consumidor ou, em certos casos, que estes riscos sejam previsíveis e controláveis por meio de uma utilização ora direcionada por instrução do fornecedor, incluindo os casos de produtos ou

serviços naturalmente perigosos, ora ação dentro do âmbito de uma expectativa de uso considerado esperado.

Em seguida, se apresentará a relevância da necessidade de retirada de produtos já em circulação no mercado por existência de uma potencialidade de produção de danos físicos e/ou de lesão à saúde do consumidor, sendo as campanhas de chamamento (*recalls*) uma das ferramentas de maior importância para esta atividade.

Para apresentar aspectos contributivos para uma atualização da política pública dos *recalls*, serão trabalhados elementos legislativos comparados de outros países e de blocos regionais, além de organizações internacionais, para apresentar o momento da arte das legislações e das práticas de recall em variados contextos jurídicos, buscando aspectos que possam ter boas influências para o aprimoramento das políticas relacionadas às campanhas de chamamento no contexto nacional. Também serão consideradas contribuições doutrinárias, nacionais e estrangeiras, para ampliar as visões existentes sobre o *recall* para além dos textos legais.

6. Cronograma do plano de trabalho

Para a efetivação dos produtos deste projeto, será utilizado o seguinte cronograma:

| Produtos | Prazo inicial | Prazo final |
|-----------|---------------|--------------|
| Produto 1 | 02 Out. 2024 | 02 Nov. 2024 |
| Produto 2 | 03 Nov. 2024 | 01 Jan. 2025 |
| Produto 3 | 02 Jan. 2025 | 01 Mar. 2025 |
| Produto 4 | 02 Mar. 2025 | 01 Maio 2025 |
| Produto 5 | 02 Maio 2025 | 29 Jul. 2025 |
| Produto 6 | 30 Jul. 2025 | 27 Ago. 2025 |

7. Método

Quanto aos métodos de pesquisa para realização dos projetos, serão utilizadas diferentes formas, conforme a especificidade do produto. No entanto, em uma visão ampla, serão utilizadas:

- Método quantitativo: buscar-se-á avaliar a efetividade das campanhas de recall em território nacional, levando em consideração a adesão aos chamados, resultados alcançados e impactos para os consumidores. Para fazer esta avaliação, serão utilizados parâmetros variados, tais como: I) quantidade de recalls realizados; II) percentual de produtos atendidos, em comparação aos respectivos comercializados; III) frequência de recalls por tipo de produto ou setor, e; IV) tempo médio de resposta dos consumidores. Além destes, serão produzidos dados quantitativos sobre o índice de resolução, analisando a proporção entre a quantidade de produtos inseridos no mercado e a quantidade reparada ou substituída pelos fornecedores, e da taxa de recorrência, para observar eventual necessidade de melhorias de qualidade de produtos ou serviços, assim como busca por novas abordagens para uma melhor adesão às campanhas de chamamento.
- Método qualitativo: buscar-se-á apresentar informações sobre os variados quadros nacionais, estrangeiros e internacional sobre a política de *recall*. Serão discutidos com maior objetividade: I) análise histórica e coleta de dados dos recalls no Brasil, buscando identificar padrões de condutas, tais como tipos de produto mais frequentemente demandados e a sazonalidade desta periodicidade; II) pesquisar se há alguma relação entre a gravidade dos riscos identificados e a taxa de adesão dos consumidores (hipótese: quanto maior o risco, maior a adesão); III) avaliar a taxa de recorrência dos recalls de um mesmo produto como uma demonstração de necessário melhoramento da qualidade e segurança de determinados produtos ou serviços; IV) análise das tendências de mudanças das campanhas de chamamento para torná-las mais efetivas e com maior adesão seja em condutas históricas das próprias campanhas de chamamento realizadas no Brasil, seja atualidades realizadas

em recalls de países estrangeiros referências neste procedimento, podendo ir desde modos mais eficientes de comunicação até mudanças regulatórias para aperfeiçoar o modelo nacional; V) também observar-se-á os aspectos normativos, estrutural-governamentais, contribuição de organizações internamentais, além de exemplos de boas práticas internacionais relacionados à saúde e à segurança dos consumidores em um contexto amplo e nos procedimentos de coleta e substituição completa ou parcial de produtos ou serviços. Para alcançar estes objetivos, serão utilizados como referência diretrizes, estudos e documentos elaborados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE, da Organização das Nações Unidas – ONU, da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD e da Organização Internacional de Normalização – ISSO, além de contributos nacionais e regionais, com destaque para a União Europeia e Estados Unidos; VI) estudos de casos nacionais e estrangeiros, com elaboração de relatórios, destacando peculiaridades contributivas para possíveis contribuições de aperfeiçoamento do modelo nacional.

- Método comparado: será utilizada a análise de políticas públicas internacionais e estrangeiras para uma melhor efetividade dos recalls em comparação com as já existentes no ordenamento jurídico nacional. A partir deste estudo, se observará a facticidade de utilização destes exemplos internacionais e estrangeiros para o aprimoramento de políticas públicas correlatas para o contexto nacional. Serão observados alguns critérios para comparação, tais como amplitude de adesão, métodos de comunicação utilizados, meios para tornar o recall mais ágil e efetivo, além de responsabilidades legais dos fornecedores e do governo no que diz respeito ao recalls e demais procedimentos. Campanhas de chamamento de países e de blocos regionais serão modelos analisados em busca de práticas e de estruturas normativas que já se mostraram exitosas em exemplos similares de outros contextos jurídicos. Serão estudados exemplos de boas práticas indicadas por organizações internacionais ou efetivadas por Estados ou blocos econômicos para observar a sua viabilidade de uso no contexto nacional. Também serão observados casos destacados de recalls já realizados, buscando com eles

observar ações exitosas realizadas para ver a possibilidade de torná-las padrão ou um mecanismo utilizável nos procedimentos para garantir a segurança e saúde dos consumidores. Neste aspecto comparado, se destaca, mas não ficando adstritos a elas, a UNCTAD, a OCDE, os Estados Unidos, com especial referência à sua Comissão de Segurança de Produtos de Consumo (sigla em inglês, CPSC), e a União Europeia.

8. Análise dos dados

A análise dos dados coletados oriundos das legislações nacional e estrangeira, além de documentos, publicações e regras de organizações internacionais, serão trabalhados para verificar uma compatibilidade entre os ordenamentos jurídicos internacionais e estrangeiros e condutas de boas práticas internacionais relacionadas aos procedimentos de chamamento aos consumidores no contexto brasileiro.

Neste caso, similaridades serão destacadas. No entanto, o foco será, especialmente, nas diferenças para vislumbrar possibilidade de alterações legislativas ou criação de novas políticas públicas com o objetivo de aprimorar condutas, procedimentos e práticas objetivando uma maior proteção do consumidor e um mercado de consumo mais seguro nacionalmente.

9. Referenciais normativos/institucionais

Para uma melhor abordagem destes produtos, serão estudadas normas nacionais, regionais e internacionais sobre a temática das campanhas de chamamento (*recalls*). Serão utilizados referenciais de países com relevante representatividade quanto à efetividade dos procedimentos de *recall* para prestar contribuição ao contexto normativo nacional, assim como analisar de que forma estas normas poderiam empregar melhorias estruturais para uma melhoria no mercado de consumo nacional e, também, na qualidade de vida dos consumidores, protegendo-lhes tanto a sua saúde e segurança, quanto os seus interesses econômicos.

Já no aspecto internacional, será dada maior atenção às Diretrizes das Nações Unidas para a Proteção do Consumidor, a atuação da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio

e Desenvolvimento – UNCTAD, além dos variados documentos produzidos pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE e da Organização Internacional de Normalização – ISO.

10. Referencial bibliográfico preliminar

BARNARD, Jacolien. Product recall practices of South Africa and Brazil within the BRICS: a legal analysis. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 135, 2021. p. 231 – 255.

CANADA. A guide for voluntary recall of consumer products or cosmetics in Canada. Disponível em: <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/consumer-product-safety/reports-publications/industry-professionals/recalling-consumer-products-guide-industry.html>. Acesso em: 25 Out. 2024.

DE GRAAF, Tycho; VELDT, Gitta. The AI Act and its impact on product safety, contracts and liability. *European Review of Private Law*, v. 30, n. 5, 2022. p. 803–834.

DIRATTALMA, Marco Frigessi di (Ed.). *The dieselgate: a legal perspective*. Cham: Springer, 2017.

HOWELLS, Geraint; MICKLITZ, Hans-W.; DUROVIC, Mateja (Ed.). *Consumer protection in Asia*. Oxford: Hart, 2022.

ISO. ISO 10393:2013. Consumer product recall — Guidelines for suppliers.

KAUFMAN, Leonardo; TAVARES, Webster Campos; BERGSTEIN, Lais. Recall, risco do desenvolvimento e a segurança dos consumidores. *Revista de Direito do Consumidor*, v. 142, 2022. p. 217 – 234.

MAJID, Kashef Abdul; BAPUJI, Hari. Consumer liability and firm responsiveness: evidence from automobile recalls. *Journal of International Business Policy*, v. 7, n. 3, 2024. p. 337-355.

MALEC, Andrew M.; SMITH, Patricia K.; SMUTS, Anson E. Recall and Vehicle Characteristics Associated with Vehicle Repair Rates. *Review of Industrial Organization*, v. 59, n. 1, 2021. p. 37-55.

MICKLITZ, Hans-W.; SAUMIER, Geneviève (Ed.). *Enforcement and effectiveness of Consumer Law*. Cham: Springer, 2018.

NOTTAGE, L. Improving the Effectiveness of the Consumer Product Safety System: Australian Law Reform in Asia-Pacific Context. *Journal of Consumer Policy*, v. 43, n. 4, 2020. p. 829-850.

OECD. *Enhancing product recall effectiveness globally: OECD background report*. 2018.

OECD. Measuring and maximising the impact of product recalls globally. 2028.

OECD. Recommendation of the Council on OECD Legal Instruments Consumer Product Safety. 2020.

OECD. OECD GlobalRecalls portal: 2015-2019 enhancements. 2020.

O'SULLIVAN, Trish; TOKELEY, Kate. Consumer Product Failure Causing Personal Injury Under the No-Fault Accident Compensation Scheme in New Zealand—a Let-off for Manufacturers? *Journal of Consumer Policy*, v. 41, n. 3, 2018. p. 211-227.

RAITCHEL, Sascha; HEIDARI, Setareh; VON SCHLIEBEN-TROSCHKE, Jan. *Product recall management*. Wiesbaden: Springer, 2024.

RIZZI, Marco. The evolution of consumer product safety policy and regulation in India. *Journal of Consumer Policy*, v. 40, n. 3, 2017. p. 389-412.

SALUZZO, Diego. Risk management in the wine supply chain. In: CHAISSE, Julien; DIAS SIMÕES, Fernando; FRIEDMANN, Danny (Ed.). *Wine Law and Policy: from national terroirs to a global market*. Leiden: Brill Nijhoff, 2021. p. 710-748.

UNCTAD. UNCTAD Working group on consumer product safety reports. 2017 e 2018.

UNCTAD. *Recommendation on Preventing Cross-Border Distribution of Known Unsafe Consumer Products*. 2021. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditccplpmisc2021d1_en.pdf. Acesso em: 15 Out. 2024.

UNCTAD. *Consumer product safety*. TD/B/C.I/CPLP/12. 2018.

WEI, D. From fragmentation to harmonization of Consumer Law: the perspective of China. *Journal of Consumer Policy*, v. 43, n. 1, 2020. p. 35-56.