

AVALIAÇÃO DAS INFORMAÇÕES CONTIDAS NAS EMBALAGENS DE PLACAS CERÂMICAS PARA REVESTIMENTO

**Ana Paula Margarido Menegazzo ⁽¹⁾, Eduardo Quinteiro ⁽¹⁾, José Octavio Armani Paschoal ⁽¹⁾,
Natália Gabriella Silva ⁽¹⁾, Cláudia Gibertoni ⁽²⁾, André Botta Paschoal ⁽³⁾**

- (1) Centro de Inovação Tecnológica do Centro Cerâmico do Brasil – CITEC/CCB
- (2) Departamento de Engenharia de Materiais da Universidade Federal de São Carlos – DEMa/UFSCar
- (3) Departamento de Engenharia de Materiais da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

INTRODUÇÃO

Genericamente uma embalagem pode ser definida como sendo um produto feito de material de qualquer natureza, utilizada para conter, proteger, movimentar, manusear, entregar e apresentar mercadorias (sejam matérias-primas ou produtos transformados), desde o produtor até o utilizador ou consumidor. ¹

Uma embalagem pode apresentar tanto uma função técnica como uma função de comunicação. Do ponto de vista técnico deve satisfazer às funções de proteção e conservação do produto, de comodidade de utilização, facilidade de transporte, armazenagem, arrumação e de eliminação, além de não representar uma ameaça ao ambiente. No aspecto da comunicação, é desejável que apresente um impacto visual positivo, promovendo o reconhecimento e a expressão do posicionamento do produto que contém, desperte o impulso de compra e contenha a identificação do produto e as informações ao consumidor. ²

Neste artigo é apresentada uma avaliação das informações atualmente presentes nas embalagens das placas cerâmicas na forma como são comercializadas. Para elaborar uma discussão sobre tais informações foram considerados: a portaria nº 01 (de 07 de janeiro de 1998) do INMETRO ³, o Código de Defesa do Consumidor, a experiência do Laboratório do Centro de Inovação Tecnológica em Cerâmico do Centro Cerâmico do Brasil (CITEC/CCB) credenciado pelo INMETRO para execução de ensaios segundo a NBR 13818/1997 e o banco de dados do CCB referente ao atendimento às reclamações mais recorrentes por parte dos consumidores.

AMOSTRAGEM E AQUISIÇÃO DAS INFORMAÇÕES

Foram analisadas as informações contidas nas embalagens de 31 diferentes fabricantes

1 definição extraída do site: <http://www.netresíduos.com/cir/rsurb/embalagem.htm> em 29/06/2004.

2 Santos, J. D. Apontamentos de Marketing (versão 3.0). Extraído do site http://paginas.ispgaya.pt/~jdsantos/MKT/Sebenta/MKT_V.pdf em 29/06/2004.

3 O INMETRO disponibiliza o regulamento Técnico Metrológico, através da portaria nº 01 de 07 de janeiro de 1998, estabelecendo os critérios para verificação do conteúdo líquido de produtos pré-medidos com conteúdo nominal igual, e comercializados nas grandezas de comprimento ou número de unidades, como é o caso dos revestimentos cerâmicos.

brasileiros de placas cerâmicas para revestimentos. A amostragem buscou ser representativa, sendo adquiridos produtos de diferentes tipologias (produtos das classes de absorção de água Bla, Blb, BIIa, BIIb). Esta amostragem, realizada durante o primeiro trimestre do ano de 2003, consistiu na aquisição de caixas de produtos em estabelecimentos comerciais especializados no ramo de materiais para construção.

A Tabela 1 apresenta um resumo das principais informações contidas nas embalagens, codificando-se estas numericamente de 1 a 31.

Cerca de 50% dos produtos avaliados possuíam qualidade certificada pelo INMETRO/CCB conforme Norma NBR 13818/ISO 13006.

INFORMAÇÕES SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS

A maioria das empresas declara em sua embalagem o grupo de absorção de água, propriedade fundamental para classificar e especificar o produto corretamente. Observando-se a Tabela 1, verifica-se que somente duas empresas não declararam o grupo de absorção de água. A empresa 26 declara apenas que o produto é um revestimento de monoqueima (*single wall tile*) e, em geral, revestimentos para parede enquadram-se no grupo de absorção BIII. Já a empresa 19 não faz referência a classificação do produto quanto ao seu grupo de absorção, apenas informa a terminologia comercial *Porcelanato*, subentendendo-se, portanto, que o produto possui grupo de absorção Bla.

No que se refere às informações sobre as características dimensionais dos produtos, as empresas devem declarar, impreterivelmente, tanto a dimensão nominal, como a de fabricação, a espessura e a bitola.

As empresas 4, 5, 12, 13, 15, 16 e 22, não declaravam a dimensão nominal dos produtos, mas declaravam a dimensão de fabricação, nas embalagens adquiridas no primeiro trimestre de 2003. Já as empresas 19 e 28 não declaram a dimensão de fabricação dos produtos, o que poderá originar dúvidas tanto durante a especificação dos mesmos, como durante a entrega/recebimento na obra.

A espessura é uma informação importante tanto para o especificador do produto quanto para o laboratório que faz o controle de qualidade, visto que a carga de ruptura e o módulo de resistência à flexão são classificados pela NBR 13818/1997 de acordo com o grupo de absorção e a espessura do produto. As empresas 19, 26 e 28 não declararam o valor de espessura na embalagem de seus produtos.

Com relação à bitola, apenas a empresa 14 não apresenta esta declaração em sua embalagem. A empresa 29 declarou a bitola, porém o valor estava ilegível na embalagem.

A maioria das empresas declarou em suas embalagens a área de cobertura, o número de peças por caixa, o valor da junta mínima e a referência do produto.

ORIENTAÇÕES PARA O ASSENTAMENTO

Quase todas as empresas mencionam orientações para que o cliente final consiga assentar corretamente o produto cerâmico, porém algumas fornecem informações incompletas (2, 3, 10, 16,17,

24, 26 e 29). É importante salientar que muitas patologias verificadas em placas cerâmicas são originadas devido a um incorreto assentamento, sendo assim, estas informações são muito importantes para garantir a qualidade do produto durante sua aplicação e uso no dia-a-dia. A informação correta e detalhada na embalagem pode servir como respaldo em processos jurídicos de reclamações, visto que o Código de Defesa do Consumidor ressalta que os fabricantes devem declarar todas as informações que possam afetar a qualidade e a funcionalidade do produto.

PRAZO PARA RECLAMAÇÃO

Uma outra informação muito relevante refere-se ao prazo para reclamação do produto. Pelo código de defesa do consumidor existem dois tipos de defeitos:

- Vícios aparentes: são os defeitos de fácil constatação que, no caso de placas cerâmicas, podem ser: diferença de tonalidade, defeitos superficiais (principalmente na camada de esmalte), diferenças de tamanho decorrentes de produtos com lotes e/ou bitolas diferentes, entre outros.

- Vícios ocultos: são os defeitos que são impossíveis de serem detectados na compra e aplicação do produto e que aparecem com o uso do mesmo. No caso das placas cerâmicas para revestimento as patologias que com maior frequência enquadram-se nestes casos são: lascamentos (principalmente devido à hidratação de grãos grossos de carbonatos na massa e devido a um acordo massa/vidrado inadequado), riscos (desde que o fabricante não declare em sua embalagem a suscetibilidade ao risco do referido produto), gretamento, a alteração de aspecto superficial provocada na presença de umidade, entre outros.

O Código de Defesa do Consumidor estipula prazos para os consumidores reclamarem dos dois tipos de vícios:

“O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I – trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produto não duráveis;

II – noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis;

Parágrafo 1º – Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

Parágrafo 3º – tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.”

Os fabricantes devem mencionar estes prazos na embalagem de seus produtos para informar o consumidor final e ter maior respaldo em casos de processos judiciais de reclamações. Nas embalagens consultadas verifica-se que:

- A maioria das empresas (~ 70%) cita em suas embalagens que as reclamações referentes a defeitos visíveis devem ser feitas antes do assentamento.
- Apenas 3 empresas (4, 5 e 15) citam nas embalagens que os defeitos aparentes devem ser reclamados quando encontrados em mais de 5% do total de peças adquiridas.

- Cerca de 25% das embalagens dão exemplos dos possíveis defeitos visíveis a serem verificados: *diferenças de tonalidade, bolhas, furos, trincas, desbocados, diferenças geométricas (tamanho, empeno, curvatura, esquadro)*.
- Quatro empresas (7, 14, 21 e 28), representando cerca de 13% das embalagens, fizeram referência aos vícios ocultos.
- Nenhuma embalagem cita o prazo decadencial para reclamação de defeitos aparentes.

GARANTIA

O código de defesa do consumidor, em seu artigo 31, refere-se à oferta e apresentação de produtos: *“A oferta e a apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”*.

Com relação à garantia dos revestimentos cerâmicos, é fundamental que as empresas declarem na embalagem a quais produtos se estendem. Em produtos de segunda classe, já se sabe que há a ocorrência de defeitos e, portanto, não há como fornecer garantia nestes casos. Cerca de 55% das empresas mencionaram esta informação em suas embalagens, afirmando que a garantia só se estende para produtos da classe A (em alguns casos denominados como *Classe Extra*). As empresas 12 e 13 têm em suas embalagens uma informação comprometedora: *“A responsabilidade da Empresa se restringe a troca de material que apresentar defeito de fabricação”*, não fazendo referência que a garantia só contempla produtos classe A.

RISCO EM PRODUTOS BRILHANTES

Produtos brilhantes apresentam suscetibilidade ao risco. Todas as empresas que fabricam tais produtos deveriam mencionar esta informação nas embalagens. Esta informação declarada corretamente na embalagem é fundamental para especificação e boa manutenção durante a aplicação e uso do produto, e pode ser usada como respaldo em processos jurídicos de reclamações. Cerca de 45 % das embalagens avaliadas neste estudo apresentaram tal informação. Algumas dessas declarações merecem destaque:

- *“Produtos cerâmicos não tem garantia contra risco, em especial os produtos com brilho. Portanto alertamos cuidados especiais durante assentamento e utilização”*.
- *“Cuidado: areia e outros produtos abrasivos podem riscar a placa cerâmica”*.
- *“Pisos brilhantes são mais suscetíveis a riscos”*.
- *“O alto brilho e a superfície totalmente polida fazem com que o porcelanato possa ser riscado e venha a perder o brilho em contato com grãos de areia, o principal agente de desgaste de revestimentos cerâmicos e pedras naturais (granito, mármore, etc)”*.
- *“CUIDADO! AREIA PODE RISCÁ-LOS! Produtos brilhantes são mais susceptíveis ao risco que os demais, independente da classe de abrasão (PEI). Se instalados como piso, devem ser*

protegidos evitando o uso em locais onde o trânsito seja intenso (locais de acesso e caminhos preferenciais), e arraste de móveis e outros protegendo-os com feltro, prevendo dispositivos para limpeza de calçados (tipo capachos), etc.”

- *“Produtos brilhantes: estes produtos são mais suscetíveis ao risco que os demais. Se instalados como piso, devem ser protegidos, evitando-se o arraste de móveis, protegendo os pés dos mesmos com feltros, prevendo dispositivos de limpeza de calçados.”*

OUTRAS INFORMAÇÕES RELEVANTES

Cerca de 32% das empresas estudadas explicaram o significado da marcação de tonalidade em suas embalagens (2, 28, 21, 18, 19, 8, 31, 29, 23 e 30).

Aproximadamente 25% das empresas declararam que diferenças de tonalidade conferem valor artístico ao produto (24, 20, 14, 11, 4, 12, 13 e 30).

A maioria das empresas referencia na embalagem do produto o seu endereço, sendo que apenas a empresa 29 não fornece esta informação.

Cerca de 23% das empresas avaliadas não declararam a informação de que não se deve utilizar ácidos para limpeza dos produtos. Esta informação evita muitas patologias decorrentes de ataque químico devido ao uso inadequado de produtos de limpeza de caráter ácido.

Apenas 4 empresas informaram em suas embalagens o coeficiente de atrito, o qual mede a resistência ao escorregamento (grau de rugosidade superficial) dos produtos.

EVOLUÇÃO E CONSIDERAÇÕES

Em uma segunda etapa 16 das embalagens das mesmas empresas foram reavaliadas para amostragens feitas no segundo trimestre de 2004. Um resumo dos resultados contendo as informações coletadas é apresentado na Tabela 2, buscando-se a ocorrência de significativas mudanças nas informações técnicas no período de pouco mais de um ano.

Nesta amostragem mais recente, verificou-se que as empresas 4, 12, 16, e 22 já incluem a declaração da dimensão nominal em suas embalagens.

Como principais tendências na evolução das informações contidas nas embalagens (Tabela 2) verificam-se principalmente uma crescente preocupação na inclusão do prazo de reclamação, da garantia, da referência de qualidade, da susceptibilidade ao risco e do coeficiente de atrito.

É certo que muitas empresas ainda necessitam acrescentar informações importantes em suas embalagens. Mais do que configurar uma determinada embalagem com uma grande quantidade de informações úteis ao consumidor, os resultados deste trabalho indicam a necessidade de padronização do conteúdo destas informações. Uma ação desta natureza, certamente fortalecerá o setor na busca de tratativas comuns principalmente nas questões de atendimento às reclamações ao consumidor que envolvam patologias comuns aos revestimentos cerâmicos.

Sendo assim o CITEC/CCB está elaborando uma proposta para padronização destas informações, que em breve será disponibilizada a todos as empresas do setor de revestimentos cerâmicos.

AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à **FAPESP** (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo), à **FINEP** (Financiadora de Estudos e Projetos do Ministério da Ciência e Tecnologia) e ao **CNPq** (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), pelo apoio e recursos financeiros para realização deste estudo.


(2) Classificação dada como 1 (equivalente a *Classe A*)

(3) Produto não esmaltado.

(5) Informações insuficientes.

 Contém a informação na embalagem.

 Não contém a informação na embalagem.

 Informação acrescentada na embalagem no período de um ano