

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
CENTRO TECNOLÓGICO
MESTRADO PROFISSIONAL DE SISTEMAS DE GESTÃO

ALESSANDRA FONTES MATHIAS

ACIDENTES DE CONSUMO E SEUS IMPACTOS NA
SOCIEDADE

Niterói, Junho de 2006.

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

ALESSANDRA FONTES MATHIAS

ACIDENTES DE CONSUMO E SEUS IMPACTOS NA SOCIEDADE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Sistemas de Gestão da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Sistemas de Gestão.

Área de concentração: Sistema de Gestão pela Qualidade Total.

Niterói

2006

ALESSANDRA FONTES MATHIAS

ACIDENTES DE CONSUMO E SEUS IMPACTOS NA SOCIEDADE

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Sistemas de Gestão da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Sistemas de Gestão.

Área de concentração: Sistema de Gestão pela Qualidade Total.

Aprovada em 09 de junho de 2006.

BANCA EXAMINADORA

Stella Regina Reis da Costa

Universidade Federal Fluminense

Mara Telles Salles

Universidade Federal Fluminense

Francisco José de Castro Moura Duarte

Universidade Federal do Rio de Janeiro

**Dedico este trabalho aos meus
pais e aos meus irmãos pelo
Amor, Incentivo e Carinho.**

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Humberto e Éster, pelo exemplo, dedicação e carinho.

Aos meus irmãos, Luciano e Beto, eternos amigos, pelo apoio, amizade e ombros sempre à disposição.

À minha avó, Anésia, pelo carinho e amor.

À Edleine, pela amizade duradoura e apoio nas horas e horários mais difíceis.

Ao João, pela amizade e apoio, que me fizeram superar diversos obstáculos e chegar até aqui.

Ao meu querido André, pelo apoio e auxílio.

Ao meu chefe, Paulo Coscarelli, pelos exemplos de probidade, de esforço, de trabalho, pelo apoio e oportunidade que me foi dada.

Ao diretor da Diretoria da Qualidade, Alfredo Lobo, pela oportunidade que me foi dada.

A minha orientadora Stella, pela paciência, bom humor, didática e por ter sempre acreditado na minha capacidade e, apesar dos diversos compromissos, viagens, reuniões, entre outros, sempre ter mantido a esperança.

À Teresa Liporace, pela grande contribuição profissional para este trabalho, ao se dispor a responder à entrevista, como representante do Idec.

E, principalmente, a Deus, pelas oportunidades de aprender sempre.

*“A vida é como jogar bola na parede:
se for jogada uma bola azul, ela voltará azul;
se for jogada uma bola verde, ela voltará verde;
se a bola for jogada fraca, voltará fraca;
se for jogada com força, voltará com força.*

*Por isso, nunca jogue uma bola na vida de forma
que não esteja pronto para recebê-la.*

A vida não dá nem empresta, Não se comove nem se apieda.

Tudo o que faz é retribuir e transferir aquilo que nós lhe oferecemos.”

Albert Einstein

RESUMO

No Brasil, não há dados estatísticos, em âmbito nacional, que avaliem a incidência dos acidentes de consumo, mas estima-se que este número seja bem alto, com grandes impactos na nossa economia e na vida do cidadão brasileiro.

Neste trabalho é apresentada a metodologia utilizada para a obtenção de informações neste tema, assim como a discussão sobre todos os dados que foram captados, em nível nacional e internacional. Foi realizada entrevista com representante de uma entidade civil de proteção do consumidor para saber a versão da sociedade em relação ao tema.

Neste estudo é levantada a incidência deste tipo de acidente, com base em registros dos Estados Unidos, do Reino Unido e do Brasil, e seus impactos, além de apresentarmos como se caracteriza um acidente de consumo e sua interpretação através do Código de Proteção e Defesa do Consumidor além da responsabilidade das empresas envolvidas.

Os resultados das pesquisas mostraram que esse tipo de acidente ocorre bastante e pode acarretar um impacto grande à sociedade brasileira. A dissertação é concluída apresentando os impactos deste tipo de acidente, ainda invisível para a maioria da população e para o governo brasileiro.

Palavras chaves: *Acidente de consumo, Responsabilidade civil, Comportamento do consumidor, Qualidade, Inmetro.*

ABSTRACT

There are no statistics data in Brazil in order to measure and evaluate the Consumption Accidents, although it is estimated a high incidence, with strong impacts into our economy and into Brazilian citizen's life.

In this research, it's presented the applied methodology to obtain information on this subject, and the discussion about all obtained data as well, considering national and international levels.

A representative of a customers' protection civil entity was interviewed in order to know the society's version about this subject. In this job, it's researched the incidence of this kind of accident, based on registers of the United States of America, United Kingdom and Brazil and its impacts, also we present how to identify a consumption accident and its interpretations through "Código de Proteção e Defesa do Consumidor" (Brazilian Customer's Defense Code) and the involved companies' responsibilities.

The research is concluded showing the impacts of this kind of accident, still not known by most of people and by the Brazilian Government.

Key-words: *Consumption Accident, Civil responsibility, Consumer's behaviour, Quality, Inmetro.*

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC - Avaliação da Conformidade

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

CDC - Código de Proteção e Defesa do Consumidor

CNI - Confederação Nacional das Indústrias

Conmetro - Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

CPSC - *Consumer Product Safety Commission*

DPDC - Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor

DTI - *Department of Trade and Industry*

EPI - Equipamento de Proteção Individual

EUA - Estados Unidos da América

FDA - Food and Drugs Administration

HASS - *Home Accident Surveillance System*

IDEC - Instituto de Defesa do Consumidor

Idec - Instituto de Defesa do Consumidor

Inmetro - Instituto Nacional de Normalização, Metrologia e Qualidade Industrial

LASS - *Leisure Accident Surveillance System*

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MPAS - Ministério da Previdência e Assistência Social

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego

NEISS - *National Electronic Injury Surveillance System*

OMC - Organização Mundial de Comércio

OMS - Organização Mundial de Saúde

ONG - Organização Não Governamental

PAC - Programas de Avaliação da Conformidade

PBAC - Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade

PBQP - Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade

PRO TESTE - Associação Brasileira de Defesa do Consumidor

RBMLQ - Rede Brasileira de Metrologia Legal e Qualidade

ROSPA - *The Royal Society for the Prevention of Accidents*

SBAC - Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade

Sinac - Sistema Nacional de Controle de Acidentes de Consumo

Sinmetro - Sistema Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

TBT - *Technical Barriers to Trade*

UK - *United Kingdom*

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Hierarquia das Necessidades de Maslow. Fonte: Kotler (2000, p.194).....	26
Figura 02 – Desenvolvimento da Pesquisa. Fonte: Autora (2006).....	64

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01 - Porcentagem de Acidentes de Consumo. Fonte: Autora.....	68
Gráfico 02 – Porcentagem da população pesquisada que sofreu acidente de consumo. Fonte: autora.....	70
Gráfico 03 - Porcentagens de Acidentes Causados por Produto. Fonte: Autora.....	71
Gráfico 04 - Produtos que mais causaram acidentes de consumo, segundo a PRO TESTE.	74
Gráfico 05 – Serviços que mais causaram acidentes de consumo, segundo a PRO TESTE.	75
Gráfico 06 – Acidentes ocorridos devidos ao uso de brinquedos, nos EUA. Fonte: site da CPSC.	79
Gráfico 07 – Análise dos acidentes em relação ao tipo de brinquedo. Fonte: site da CPSC.	79
Gráfico 08 – Estimativa de Acidentes com Produtos de Cozinha. Fonte: site da CPSC....	81
Gráfico 09 – Produtos de Cozinha que mais Causaram Acidentes. Fonte: site da CPSC..	81
Gráfico 10 – N° de acidentes com eletrodomésticos em geral. Fonte: site da CPSC.....	82
Gráfico 11 – Eletrodomésticos que mais causaram acidentes. Fonte: site da CPSC.....	83
Gráfico 12 – Acidentes causados por produtos de uso pessoal. Fonte: CPSC.	84
Gráfico 13 – Produtos de uso pessoal que mais causaram acidentes. Fonte: site da CPSC.	84
Gráfico 14 – Comparativo de produtos que mais causaram acidentes. Fonte: site da CPSC.	85

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – modelo de estímulo e resposta dos principais fatores que influenciam o comportamento de compra.	22
Tabela 02 – Análise dos acidentes em relação à idade da criança.	80
Tabela 03 – Produtos e a incidência de acidentes de consumo.	89
Tabela II.01 - Resultados da Pesquisa Realizada no Inmetro	119
Tabela A.01 - Acompanhamento da lista do PBAC.....	125
Tabela A.02 - Acompanhamento da lista do PBAC.....	126

LISTA DE SÍMBOLOS

£	Libra
§	Parágrafo
@	Arroba
US\$	Dólar

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUÇÃO.....	2
1.1. FORMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA	4
1.2. OBJETIVOS.....	5
1.2.1. Objetivo Geral	5
1.2.2. Objetivos Específicos	5
1.3. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	5
1.4. IMPORTÂNCIA DO ESTUDO.....	6
1.5. DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	6
1.6. ESTRUTURA DO TRABALHO	6
CAPÍTULO 2	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
2.1. CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	8
2.2. QUALIDADE.....	8
2.3. A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE	11
2.4. O PROGRAMA BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE -PBAC	14
2.5. A ATIVIDADE DE ACREDITAÇÃO	16
2.6. A CULTURA E AS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	17
2.7. O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	20
2.8. ACIDENTES DE CONSUMO.....	29
2.9. RESPONSABILIDADE CIVIL POR ACIDENTES DE CONSUMO.....	39
2.10. A SEGURANÇA DOS PRODUTOS ATRAVÉS DA ERGONOMIA.....	49

2.11. A EDUCAÇÃO E O CONSUMIDOR CONSCIENTE FRENTE AOS ACIDENTES DE CONSUMO.....	52
CAPÍTULO 3	59
3. METODOLOGIA.....	60
3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	61
3.2. LIMITAÇÕES DA PESQUISA	61
3.3. DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	62
3.4. UNIVERSO DA PESQUISA	63
3.5. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA.....	64
CAPÍTULO 4	65
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	66
4.1. PESQUISA ATRAVÉS DOS QUESTIONÁRIOS.....	67
4.2. ESTUDO da PRO TESTE e ASSOCIAÇÃO MÉDICA BRASILEIRA – AMB	72
4.3. DADOS DA U.S. CONSUMER PRODUCT SAFETY COMMISSION – CPSC.....	76
4.4. DADOS DA ROYAL SOCIETY FOR THE PREVENTION OF ACCIDENTS – ROSPA	86
4.5. OUTROS PROGRAMAS	90
4.5.1. Resultados do Sinitox	91
4.5.2. O Programa de Análise de Produtos.....	94
4.6. ENTREVISTA COM A REPRESENTANTE DO IDEC	97
CAPÍTULO 5	103
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
5.1. CONCLUSÕES.....	104
5.2. SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS.....	107
REFERÊNCIAS	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	110
APÊNDICES	115

APÊNDICE I.....	116
PERGUNTAS REALIZADAS NA PESQUISA NO INMETRO.....	116
APÊNDICE II.....	117
RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA NO INMETRO	117
ANEXOS.....	120
ANEXO A	121
ACOMPANHAMENTO DA LISTA DO PBAC.....	121
ANEXO B	127
PROJETO DE LEI Nº 4302	127

CAPÍTULO 1

Introdução

1. INTRODUÇÃO

Os acidentes de consumo nunca foram tão mencionados, no Brasil, como atualmente. Esse tipo de acidente, tão explorado nos Estados Unidos (EUA) e Reino Unido (UK), pelo menos há 30 anos, agora vem sendo estudado e comentado no nosso país. Segundo entrevista feita à representante do Idec, Teresa Donato Liporace, esse tema vem agora sendo tomado com maior profundidade por causa de um amadurecimento por parte da nossa sociedade, que apareceu junto com o surgimento do Código de Defesa do Consumidor (CDC), em vigor desde março de 1991.

Outro fator que contribui para a falta de informações sobre este tipo de acidente é que, no Brasil, não existe a cultura da utilização e da importância da estatística, como existe em outros países, que buscam esta ferramenta para balizar políticas e destinar recursos públicos e privados.

No caso do consumo, observa-se uma vasta literatura sobre o comportamento humano, que busca explicar como, por que, quando e onde o consumidor pode vir a consumir. Estudos deste tipo alimentam com valiosas informações a área de marketing. Algumas bibliografias sobre este tema foram consultadas e serão comentadas nesta pesquisa.

Desde a importância do consumo para a economia, citada no discurso do presidente dos EUA, John F. Kennedy, em 15 de março de 1962, que deu origem ao dia do consumidor, a escolha do consumidor é influenciada por propaganda de massa, que utiliza técnicas de persuasão extremamente desenvolvidas e o consumidor não tem condições de saber se um produto segue os mínimos padrões de segurança, qualidade e eficiência.

“Nos dias de hoje, um grande número de produtos de consumo tem alcançado um nível de complexidade e dificuldade o qual não é usualmente aceito pelos seus usuários. Ainda que o grau de tecnologia e sofisticação tenha provido uma forte atração do ponto de vista da estratégia de marketing, pode produzir sérias frustrações aos usuários.” (SOARES, 1998)

Por esse motivo, a informação vem ganhando um espaço cada vez maior na nossa sociedade. De acordo com Porter (2002), “a competição bem atuante se caracteriza por clientes exigentes com influência suficiente para induzir os provedores a melhorar a qualidade e, ao mesmo tempo, reduzir custos”.

Essa capacidade de negociação deve ser acompanhada e fundamentada na informação. Um consumidor somente consegue ser consciente de seu poder se obtém a informação e o conhecimento, de seus direitos e deveres, e, além disto, saber utilizar um produto da maneira adequada quando essa informação é disponibilizada.

As causas de um acidente de consumo são diversas; desde a não conformidade do produto ou serviço em relação a normas e regulamentos técnicos até a falta de conhecimento por parte do consumidor devido à escassa informação prestada pelo fabricante, ou até mesmo o mau uso do produto ou serviço pelo consumidor.

Segundo Juran (2004, p. 11),

“Algumas empresas têm definido a qualidade como conformidade às especificações ou aos padrões. Essas definições são perigosas quando aplicáveis em níveis gerenciais. Nesses níveis, o essencial é que os produtos respondam às necessidades dos clientes (sem fugir da conformidade em relação às normas e regulamentos técnicos, que são os requisitos mínimos necessários que garantem a segurança do consumidor e terceiros). A conformidade aos padrões é somente um dos muitos meios para esse fim.”

O Inmetro orienta o esforço brasileiro na formulação do Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade – PBAC, cujo objetivo é promover uma visão de longo prazo para a gestão estratégica da atividade de Avaliação da Conformidade - AC no País. A atividade de AC é desenvolvida, dentro da Diretoria da Qualidade, com o intuito de salvaguardar a segurança do consumidor, diminuindo os riscos à sua segurança e à saúde. A avaliação da conformidade significa uma atividade que evidencie que um produto, sistema ou serviço atende a requisitos especificados por uma norma ou regulamento técnico. Os produtos ou serviços que são objetos de avaliação da conformidade por parte do Inmetro fazem parte de uma lista definida em conjunto com diversos setores da sociedade, a lista do PBAC, que elenca os produtos e serviços que podem oferecer mais risco à saúde e segurança do consumidor.

É fato que o critério risco à saúde e segurança das pessoas está no topo de uma série de atitudes e atividades que envolvem a destinação e orientação de recursos públicos. Tanto a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT quanto vários órgãos ministeriais utilizam essa variável como motivação para a elaboração de seus regulamentos ou normas. Entretanto, as informações sobre quais produtos e serviços estão realmente oferecendo riscos à saúde e segurança do consumidor não estão baseadas em dados estatísticos, já que

não existe este banco de dados estabelecido em âmbito nacional. Com isto, produtos ou serviços que vêm acarretando problemas podem estar sendo mascarados, em função da falta de histórico de informação e cadastro.

1.1. FORMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

Este estudo foi motivado pelo interesse de uma iniciativa do Inmetro em estudar os acidentes de consumo, de modo a melhor orientar o esforço brasileiro na implementação de Programas de Avaliação da Conformidade.

Diante da destinação de recursos públicos para a elaboração de Programas de AC, ou normas e regulamentos técnicos, seja no âmbito do Inmetro ou outro órgão, que objetivam minimizar os riscos à saúde e segurança do consumidor, surgem dúvidas se os recursos públicos e privados estão sendo destinados em relação aos produtos e serviços que mais acarretam acidentes de consumo.

Neste sentido, esta pesquisa se propõe a comentar sobre o que são estes acidentes, descrevendo-os e explicitando de que maneira um produto ou serviço pode causar dano ao consumidor, mesmo que ele consuma um produto ou serviço da maneira adequada, o que caracteriza o acidente de consumo.

De modo a fundamentar este trabalho, foram estudados dados e relatórios de pesquisas e estatísticas estrangeiras sobre o tema, que serão aqui apresentados e comentados. Além destes estudos estrangeiros também serão apresentados alguns estudos realizados aqui no Brasil, embora de maneira pontual.

Outra questão avaliada por este trabalho é a maneira como este tipo de acidente começou a ser comentado no Brasil, através do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, que trata deste tema e da responsabilidade civil por parte dos fabricantes e fornecedores em função da ocorrência de um acidente de consumo. Este tema é tratado na área do Direito desde o surgimento do CDC, em 1990.

Neste contexto, o presente trabalho se propõe a responder alguns questionamentos:

- É importante direcionar esforços para a necessidade de se registrar os acidentes de consumo, no Brasil?
- O quanto esses acidentes podem estar impactando a sociedade brasileira, em termos de prejuízos econômicos e sociais?

-
- Qual é o papel da informação e sua importância diante deste problema?

1.2. OBJETIVOS

A formulação do problema de pesquisa, através dos questionamentos apresentados no item anterior, conduziu à construção dos objetivos geral e específico que são apresentados a seguir:

1.2.1. Objetivo Geral

O objetivo geral do estudo é analisar criticamente o tema acidentes de consumo e avaliar a importância destas informações e de serem registradas e estudadas no Brasil.

1.2.2. Objetivos Específicos

Além do objetivo principal, é necessário atender aos objetivos específicos apresentados a seguir:

- Apresentar estatísticas disponibilizadas sobre acidentes de consumo e discutir os resultados;
- Estudar os registros documentados e disponibilizados seja em âmbito nacional ou internacional;
- Subsidiar as autoridades regulamentadoras e normalizadoras para melhorarem continuamente seus documentos normativos e embasá-las no sentido de dar importância à existência deste tipo de acidente;
- Demonstrar o quanto este tipo de acidente pode impactar na sociedade;

1.3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para conduzir a pesquisa sobre acidentes de consumo foi necessária uma vasta busca bibliográfica sobre assuntos ligados ao tema, além da busca por bancos de dados internacionais, disponibilizados por entidades dos EUA e UK, e nacional, realizado pela PRO TESTE, que registram a ocorrência deste tipo de acidente, além do seu impacto nos cofres públicos, e realização de entrevista com representante de uma Entidade de Defesa do Consumidor, o Instituto de Defesa do Consumidor (Idec).

1.4. IMPORTÂNCIA DO ESTUDO

Este trabalho pretende contribuir como mais um indício da importância de se coletar informações para fundamentar a aplicação de recursos públicos. Além disto, este trabalho visa demonstrar a necessidade de se criar um banco de dados, em âmbito nacional, para o cadastro de informações sobre os acidentes de consumo, levando em consideração as características regionais de cada população, sua cultura e o seu nível de informação.

1.5. DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo foi estruturado de maneira a se avaliar criticamente os dados já existentes sobre acidentes de consumo e, de modo a aumentar a população estudada e avaliar outras informações ainda não coletadas no Brasil, foi elaborada uma pesquisa, com uma pequena amostragem de modo a evidenciar como os acidentes de consumo estão presentes no nosso dia a dia. Este estudo não se propôs a elaborar um banco de dados em nível nacional ou regional para coletar dados sobre o tema.

1.6. ESTRUTURA DO TRABALHO

O trabalho foi estruturado da seguinte forma:

- No capítulo 2 é apresentada a fundamentação teórica que permitiu a contextualização de aspectos importantes para a busca das respostas aos questionamentos apresentados e para o atendimento aos objetivos propostos.
- No capítulo 3 é detalhado o modelo conceitual adotado, envolvendo o tipo de pesquisa, suas limitações, delimitações e o universo amostral.
- No capítulo 4 são apresentados os resultados obtidos através de pesquisa em bancos de dados sobre acidentes de consumo e é realizada uma análise destas informações assim como discussão sobre as conclusões apresentadas.
- No capítulo 5 são apresentadas as conclusões do estudo, assim como as recomendações pertinentes.

CAPÍTULO 2

Referencial Teórico

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. CONSIDERAÇÕES GERAIS

Neste capítulo serão abordados três temas principais: a avaliação da conformidade dentro do âmbito do SBAC, as implicações de sua implementação em relação à segurança de produtos e serviços, com considerações sobre exemplos de programas e as vantagens obtidas com a implementação de seus mecanismos e suas conseqüências para a produtividade e para a sociedade brasileira; será comentado o tema acidentes de consumo, quais os dados estatísticos avaliados, considerando os dados estatísticos estrangeiros e a visão das entidades que gerenciam as informações, assim como informações sobre gastos públicos com este tipo de ocorrência. Também faremos um relato sobre essa possível vítima, seu comportamento cultural em relação ao consumo e o seu comportamento e suas motivações para realizar o consumo; outro aspecto é o da informação. Como o consumidor consciente pode favorecer a sociedade e diminuir o número de acidentes de consumo? Como a informação pode favorecer a sociedade em relação a sua segurança? Essas questões serão abordadas no item que trata da educação do consumidor.

2.2. QUALIDADE

Segundo Algarte (2000, p.13):

“Qualidade significa adequação ao uso. É o atendimento aos desejos e às inspirações dos consumidores, incluindo os aspectos econômicos, de segurança e desempenho. O conceito refere-se ao mais apropriado e não ao melhor ou ao mais caro.”

Juran já define qualidade em dois grandes conceitos (2004, p.9):

As características do produto que atendem às necessidades dos clientes constituem uma dessas definições. Aos olhos dos clientes, quanto melhores as características do produto, mais alta a sua qualidade. Segundo ele, característica é uma propriedade que um produto tem, a qual pretende atender a determinadas necessidades do cliente e assim prover sua satisfação. Mas produzir esse tipo de produto com qualidade mais alta, normalmente custa mais caro. A segunda definição de qualidade advém da ausência de deficiências. Quanto menos deficiência, melhor a qualidade.

Ainda podemos encontrar um conceito bem mais amplo de qualidade, que a define como um conceito bem conhecido e difundido pela população e representa uma palavra de

domínio público e uso comum, por isso, para sua definição técnica, dois aspectos devem ser levados em conta, de acordo com Paladini (2004 p.29).

1 – qualquer que seja a definição proposta para a qualidade, espera-se que ela não contrarie a noção intuitiva que se tem sobre ela, isto é, o que já se sabe a respeito do assunto;

2 – como a questão da qualidade faz parte do dia a dia das pessoas, não se pode identificar e delimitar seu significado com precisão.

Seguindo essa idéia, o conceito de qualidade não deve ser único, e que um equívoco na definição de qualidade poderia refletir o que o próprio emprego informal da palavra define como luxo, beleza, virtudes, etiquetas, marca, acabamento, e assim por diante. Mas o maior equívoco está em se admitir que a definição de qualidade pode ser única. Pelo contrário, deve-se considerar a qualidade como um conjunto de atributos ou elementos que compõem o produto ou serviço. Por esse motivo, tem-se direcionado a Gestão da Qualidade para a criação de uma cultura da qualidade, já que cultura pode ser definida como um conjunto de valores que a sociedade atribui a determinados elementos, situações, crenças, etc. Como o enfoque mais usual da definição da qualidade envolve a idéia de centrar a qualidade no consumidor e para ele qualidade pode ser definida como múltiplos itens, como preço, características, aspectos como beleza, marca, embalagem, etc, a multiplicidade de itens é o aspecto mais evidente da definição da qualidade, segundo o autor. Mas essa multiplicidade deve satisfazer às expectativas do consumidor. Dessa maneira, Paladini (2004, p.31) define que:

A meta da Gestão da Qualidade é focalizar toda a atividade produtiva para o atendimento do consumidor, considerando os múltiplos itens que ele considere relevantes. E também o elemento evolutivo é bem visível, à medida que se investe em um processo de acompanhamento que visa observar como o cliente se comporta e como se alteram suas necessidades e preferências, de forma a atendê-las cada vez melhor.

A idéia de se produzir com qualidade começou a fazer parte do cotidiano das empresas quando observou-se que o custo de uma produção sem qualidade, planejamento e controle, é maior do que produzir seguindo as premissas de qualidade.

A qualidade já vem sendo empregada pelo homem desde a época da explosão dos produtos manufaturados que ocorreu na Revolução Industrial, no século XVIII, de maneira subjetiva, na tentativa de diminuir custos e tempo de produção. Apareceram os

supervisores, os empregados e as empresas. Não rendia mais manter o sistema feudal de produção. Na Primeira Guerra Mundial, em 1914-18, era necessário que os produtos bélicos funcionassem de acordo com as expectativas das forças armadas, já que uma falha ou falta de qualidade implicaria em perdas humanas. Nesse momento, aumentou-se ainda mais o rigor com a necessidade de qualidade. Nessa mesma época, Henry Ford, nos Estados Unidos, desenvolveu a produção em massa, ao dividir a produção de carros em diversas pequenas tarefas, o que tornaria mais fácil o treinamento de mão de obra não especializada e diminuiria os custos e o tempo necessário para a construção de um carro, o que tornou o produto mais barato, com qualidade e acessível à população. Para isso foram desenvolvidas técnicas para garantir a qualidade dos produtos e do serviço.

A partir daí, outros princípios foram sendo desenvolvidos e substituindo ou aprimorando o Fordismo, já que segundo Wood (1992, p.11), “no início do século, a idéia de que empregados são pessoas com necessidades complexas, que precisam ser preenchidas, para que possam ter uma performance adequada no trabalho, não era nada óbvia”. Por isso, depois do Fordismo, ouvimos falar do Toyotismo, Volvismo, e outras novas maneiras de empreender a qualidade nos produtos, serviços e gestão da empresa e de pessoas.

Além da preocupação com as técnicas de gestão, de melhoria da qualidade dos produtos e serviços, observou-se que as peças mais importantes em uma empresa são os funcionários. As pessoas são a empresa, por isso, não adianta implementar as melhores técnicas de produção se os funcionários estão desmotivados. É preciso investir no relacionamento entre as pessoas, na gestão do conhecimento.

Até os anos 80, os gerentes em geral associavam qualidade a fábricas, bem manufaturados e processos produtivos. Durante os anos 80, houve uma tendência pelo alargamento da definição de qualidade, ampliando o conceito de qualidade para todos os setores da empresa e todos os envolvidos, buscando qualidade não só para os clientes externos assim como para os internos.

Na década de 90, em diante, o foco saiu do setor da produção para o setor de recursos humanos. Atualmente entraram em cena temas como governança corporativa, responsabilidade social, gestão de pessoas, saúde ocupacional, entre outros, que vêm demonstrando que a maior “arma” de uma empresa é o seu pessoal, os acionistas e os clientes.

Aliada a toda essa inovação em relação ao conceito de qualidade, contamos com a existência dos programas de avaliação da conformidade, que proporcionam adequação dos produtos, serviços ou processos em relação a requisitos especificados.

2.3. A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE

Para uma empresa manter-se num mercado cada vez mais acirrado e competitivo, ela deve estar atenta às necessidades de seus clientes em termos de características, expectativas e novidades demandadas pelo seu público e fornecer, ao mesmo tempo, um produto seguro e sem deficiências. Seguindo esse caminho, os conceitos de qualidade descritos no capítulo anterior estariam sendo utilizados. Entretanto, para uma empresa produzir um produto seguro e sem deficiências, ele deve seguir critérios definidos em normas ou regulamentos técnicos, que são os requisitos mínimos essenciais para garantir a segurança de um produto ou serviço, suas especificações, processos de fabricação, metodologias de ensaio e medição, os requisitos necessários para verificar se o produto final está de acordo com o projetado.

A atividade que avalia se um produto ou serviço está em conformidade em relação a normas e regulamentos técnicos é definida como avaliação da conformidade. Segundo Boletim da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT)(2006, reportagem de capa):

As normas são necessárias para o funcionamento saudável e a eficiência de qualquer mercado, eliminando as barreiras técnicas e comerciais e contribuindo para evitar a existência de regulamentos conflitantes sobre produtos e serviços em diferentes países.

Segundo Barros (2004), “a avaliação da conformidade é definida como qualquer atividade que forneça evidência de que requisitos especificados relativos a um produto, processo, sistema, pessoa ou organismo são atendidos”.

O conceito de avaliação da conformidade definido pelo ABNT ISO/IEC Guia 2: 1998 – Normalização e atividades relacionadas – Vocabulário geral, item 12.2 é: “qualquer atividade com objetivo de determinar, direta ou indiretamente se os requisitos aplicáveis são atendidos”.

Na visão da Organização Mundial do Comércio, a avaliação da conformidade é qualquer atividade com objetivo de determinar, direta ou indiretamente, o atendimento a requisitos aplicáveis.

A avaliação da conformidade é um poderoso instrumento para o desenvolvimento industrial, para a proteção do consumidor e para a qualidade.

Entre os benefícios que gera para todos os segmentos da sociedade, podemos destacar o estímulo à concorrência justa e à melhoria contínua da qualidade, o incremento das exportações e o fortalecimento do mercado interno.

Além deste benefício, a atividade de avaliação da conformidade tem como função servir como um instrumento de regulação do mercado, sem que isso caracterize uma barreira técnica.

Com a globalização dos mercados e o fortalecimento da Organização Mundial do Comércio (OMC), criada em 1995, o espaço para a criação de barreiras tarifárias vem sendo substituído pelas barreiras técnicas, o que demanda a elaboração cada vez maior de normas internacionais ou regionais com o intuito de diminuir essa prática.

A OMC é o fórum internacional responsável pela regulação do comércio exterior, com o objetivo de impedir o estabelecimento de barreiras técnicas, através da assinatura, por parte de seus 146 países membros, do Acordo sobre Barreiras Técnicas ao Comércio (*Technical Barriers to Trade – TBT*). (Livreto do Inmetro sobre Avaliação da Conformidade 2005, p.4)

O governo brasileiro, através de resolução do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro), atribuiu ao Inmetro a competência pela coordenação das atividades como centro de notificação de barreiras técnicas, denominado Ponto Focal de Barreiras Técnicas às Exportações. (Livreto Barreiras técnicas às exportações do Inmetro)

A existência destes centros de informações, em todos os países membros, destina-se a fornecer o conhecimento antecipado sobre todos os procedimentos de avaliação da conformidade notificados a OMC, para todos os participantes do comércio internacional. A idéia é minimizar a utilização destes programas como barreiras técnicas, através da disseminação, entre os países, sobre o seu conteúdo.

Ainda podemos definir a avaliação da conformidade como um processo sistematizado, com regras pré-estabelecidas, devidamente acompanhado e avaliado, de forma a propiciar adequado grau de confiança de que um produto, processo ou serviço, ou ainda um profissional, atende a requisitos pré-estabelecidos por normas ou regulamentos. (Livreto sobre Avaliação da conformidade do Inmetro 2005, p.4)

O principal objetivo da avaliação da conformidade é atender às preocupações sociais, estabelecendo uma relação de confiança de que o produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos especificados, ao mesmo tempo em que não se torna um ônus para o fabricante. Ou seja, podemos dizer que a avaliação da conformidade proporciona confiança ao consumidor de que os produtos, serviços ou processos possuem adequado grau de confiança em respeito à qualidade, requerendo do fabricante ou fornecedor a menor quantidade possível de recursos para atender a esses requisitos.

De forma resumida, os principais aspectos que justificam a implantação de Programas de Avaliação da Conformidade são:

- Propiciar a concorrência justa;
- Estimular a melhoria contínua da qualidade;
- Informar e proteger o consumidor;
- Estimular a exportação;
- Proteger o mercado interno;
- Agregar valor às marcas nacionais.

Segundo Juran (2004, p.8), a insatisfação com os produtos tem origem nas não conformidades e é a razão pelo qual os clientes reclamam. Dessa maneira, implementando um programa de avaliação da conformidade para o seu produto, até de forma voluntária, um produto ou serviço oferecido pode obter um diferencial no mercado em relação às expectativas dos clientes.

Para os Agentes Reguladores, como Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), entre outros, os programas de avaliação da conformidade representam um importante instrumento para tornar efetivo o cumprimento dos regulamentos por eles estabelecidos e facilitar a fiscalização por eles exercida. Podemos citar como exemplo de um programa de avaliação da conformidade realizado em conjunto com outro órgão regulamentador, a “camisinha” ou preservativo

masculino, que é um produto regulamentado e fiscalizado originalmente pela ANVISA. Através da implementação de um programa de avaliação da conformidade compulsório elaborado em conjunto com o Inmetro, este passou a fiscalizar e verificar a conformidade deste produto.

A Avaliação da Conformidade possui cinco mecanismos diferentes para avaliar a conformidade de um produto, processo ou serviço: certificação, inspeção, declaração do fornecedor, ensaios ou etiquetagem.

Para se selecionar um mecanismo de AC é necessário levar em consideração diversos aspectos relacionados às características do produto, processo ou serviço avaliado, como o risco, o impacto e a frequência da falha, o volume da produção, a velocidade do aperfeiçoamento tecnológico do setor, o porte dos fabricantes envolvidos, o impacto sobre a competitividade do produto, entre outros. (Livreto sobre Avaliação da conformidade do Inmetro 2005, p. 9)

Para se ter idéia de como um programa de avaliação da conformidade é importante para a economia do país, segundo Palma (2006):

Os segmentos de carne, soja e café, além de produtos industrializados como veículos e softwares têm tido destaque nas vendas externas e um dos motivos é a certificação, que funciona como garantia de qualidade e fazem com que os produtos tenham mais visibilidade e mais confiabilidade no mercado de exportação.

2.4. O PROGRAMA BRASILEIRO DE AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE - PBAC

Na década de 70, foi criado o Sistema Nacional de Metrologia Normalização e Qualidade Industrial (Sinmetro), constituído por entidades públicas e privadas, que exerce atividades relacionadas com metrologia, normalização, qualidade industrial e avaliação da conformidade. Dentro do Sinmetro, existe o Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro), seu conselho normativo, que é constituído por representantes de diversos ministérios e entidades privadas como a ABNT, o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) e a Confederação Nacional das Indústrias (CNI).

Uma das orientações estratégicas do Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade (PBAC) envolve dar foco às questões ligadas à proteção do meio ambiente, bem como à

saúde e à segurança do consumidor, além do desenvolvimento da indústria nacional, entre outros. Com base nesta lista são desenvolvidos os Programas de Avaliação da Conformidade (AC).

O Inmetro, órgão gestor do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade (SBAC), orienta o esforço brasileiro na formulação do Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade – PBAC, cujo objetivo é promover uma visão de longo prazo para a gestão estratégica da atividade de Avaliação da Conformidade no país.

O Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade - PBAC tem como objetivo desenvolver uma visão de longo prazo e fazer a gestão da atividade de Avaliação da Conformidade, no Brasil, orientando o trabalho a ser desenvolvido, nesta área, até 2007.

A implementação do PBAC visa contribuir para o desenvolvimento econômico brasileiro e a melhoria da qualidade de vida da população, através da produção e comercialização de bens e serviços que atendam às necessidades dos consumidores, em um ambiente de justa competição, promovido pela atividade da Avaliação da Conformidade.

Segundo essa diretriz, o Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade foi idealizado e é desenvolvido com base na participação de diversos segmentos importantes da sociedade, em particular dos Agentes Reguladores, dos setores produtivos, das entidades públicas e privadas de defesa do consumidor, além do meio acadêmico e das entidades que constituem a infra-estrutura básica de Avaliação da Conformidade no País.

Além de questões estratégicas, este Programa contempla questões de caráter operacional, materializadas através do Plano de Ação Quadrienal, elaborado a partir de contribuições da sociedade, no qual são listados produtos e/ou serviços que deverão ser submetidos a um estudo de viabilidade técnica e econômica que poderão culminar no desenvolvimento de Programas de Avaliação da conformidade. (Inmetro, 2005).

Os produtos e serviços que compõe o Plano foram selecionados de acordo com critérios que englobam a segurança e a saúde do consumidor; a proteção do meio ambiente; a proteção do mercado interno, no que diz respeito à existência de concorrência desleal, e o impacto na balança comercial.

2.5. A ATIVIDADE DE ACREDITAÇÃO

O PBAC objetiva também o incremento das exportações brasileiras, através do aumento da competitividade do setor produtivo em conjunto com as atividades de fiscalização e regulamentação exercidas pelas entidades reguladoras do país.

Todos esses objetivos são conseqüências da implantação da atividade de Avaliação da Conformidade, no âmbito do Sinmetro, o que garante a rastreabilidade internacional de todo o sistema brasileiro. (INMETRO, 2005)

Para existir o reconhecimento dessa rastreabilidade internacional, o Inmetro, através da Coordenação Geral de Credenciamento – CGCRE, é o órgão responsável pela atividade de Acreditação, antigamente conhecida como Credenciamento, no Brasil, de acordo com o Decreto n 4.360, de 21 de março de 2003.

Essa atividade “é o reconhecimento de terceira parte que um Organismo de Avaliação da Conformidade atende requisitos especificados e é competente para desenvolver tarefas especificadas de avaliação da conformidade”.(ISO/IEC FDIS 17.011)

A atividade de acreditação realizada pelo Inmetro possui reconhecimento internacional e é o sistema oficial reconhecido pelo Governo Brasileiro. Quando a atividade de avaliação da conformidade é realizada dentro deste sistema oficial, ou seja, utilizando laboratórios e organismos acreditados pelo Inmetro, aumenta-se a confiança dos clientes e auxilia-se a conquista de novos mercados, nacionais, regionais e internacionais.

Com base nos acordos de reconhecimento internacionais, existe a promoção da confiança dos resultados apresentados por laboratórios de ensaios e calibrações. Com esses acordos, os relatórios de laboratórios acreditados pelo Inmetro passam a ser aceitos e reconhecidos pelos demais organismos de acreditação signatários.

O sistema de acreditação operado pela CGCRE do Inmetro segue diretrizes e práticas que o colocam em equivalência com os de outros organismos estrangeiros congêneres. O reconhecimento entre organismos de acreditação serão, cada vez mais, ferramentas facilitadoras do comércio e uma base técnica para os acordos de comércio exterior entre governos. (Livreto do Inmetro sobre Acreditação com reconhecimento Internacional, p. 4)

2.6. A CULTURA E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

Uma sociedade capitalista tem nas relações de consumo o cerne de sua existência. De certa forma, esse tipo de relacionamento entre partes da sociedade que se configuram como produtoras e fornecedoras de produtos e serviços e a outra parte como consumidora justifica a existência de tantos outros setores para o controle, fiscalização, legislação, proteção, entre outros, de todo esse sistema.

Segundo Tadeu (2005), o consumo, dentro da grande luta pela sobrevivência da sociedade, estabelece a subsistência e a miséria. O resultado deste comportamento é uma sociedade rica e opulenta, com problemas e injusta com interdependência econômica e social. A luta para incrementar as riquezas e o enriquecimento – questões econômicas – transformou o conceito do que sejam as necessidades humanas e sua correlata satisfação – questões culturais – ao mesmo tempo que, paradoxalmente, submete os cidadãos a um estado de permanente esforço por seguir levando as rédeas da própria vida, dada a força da pressão que recebe e as transformações que a sociedade de consumo introduz no conjunto da sociedade.

O consumo é uma forma de relação social. É um meio de relação social entre as pessoas, entre pessoas e instituições e um mecanismo da reprodução social. De certo modo, quem não consome está fora do circuito social. Consumir tornou-se um objetivo e não o meio pelo qual consegue-se ter um objeto desejado. É um meio de se obter a sensação de prazer.

Além disso, a abundância material possibilitou uma autonomia real que até agora não havia existido. Nunca, como até agora, as pessoas tinham sido tão livres em relação às suas escolhas e opções de consumo. Aliou-se à vontade às inúmeras possibilidades para aquisição de um produto ou serviço. São diversos facilitadores para a realização de uma compra: parcelamentos, empréstimos, consórcios, entre outros.

Cultura e consumo têm uma relação sem precedentes no mundo moderno. Atualmente, o conceito de consumismo está associado às falsas necessidades, acumulado ao desejo sempre insatisfeito ou à manipulação da mulher e da infância. O consumo é consequência de valores econômicos, culturais e de valores sociais. Segundo Jamenson apud Tadeu (2005), o consumo é um mundo de possibilidades, boas ou ruins, é a materialização do bem estar, mas que freqüentemente impede o homem de transcendê-lo. Em suma, o consumo supõe o triunfo do capital cultural.

O significado cultural dos bens de consumo é um fato muito bem estabelecido. Segundo Mccracken (2003, p.113), tanto a moda quanto a publicidade são instrumentos para a transferência de significado do mundo cultural e historicamente constituído para os bens de consumo. É graças a eles que os objetos no nosso mundo carregam tal riqueza, variedade e versatilidade de significado, e podem funcionar para nós de modo tão diversificado, em atos de autodefinição e de comunicação social. Todos os bens de consumo funcionam como mídias para a expressão do significado cultural de acordo com o qual nosso mundo foi construído.

Com base na cultura e no consumo, diversos comportamentos que funcionam como rituais na sociedade moderna, valorizando o consumo. Alguns são citados abaixo, segundo Mccracken (2003, p.115-9):

- Rituais de Troca: esse tipo de ritual ocorre nos aniversários, Natal e outras comemorações. Este movimento dos bens possui propriedades significativas. Geralmente o doador escolhe o presente porque este possui propriedades significativas que se deseja ver transferidas ao receptor. Por exemplo, os presentes dados para os filhos contêm simbologias que o pai gostaria que o filho absorvesse.
- Rituais de Posse: consumidores passam horas limpando seus carros, suas motos, discutindo e comparando seus bens, mostrando fotografias de suas novas posses, entre outras atividades. Existem os encontros de carros antigos, de motos, de barcos, todos expressam a vontade de exibir seus bens ou observar os bens do outro. Uma festa de “open house” também é um ritual de posse.
- Rituais de Arrumação: esse ritual assegura aquelas propriedades especiais e perecíveis que residem em certas roupas, certos penteados, certa indumentária que são os bens que servem de suporte para viver o papel de consumidor individual, que sai para uma “noitada”. Esse ritual confere ao indivíduo novos poderes de confiança agressão e defesa.

A publicidade e todo o sistema que gira em torno da moda conseguem transferir para os bens de consumo valores, propriedades e atributos, que, ao serem transferidos para as pessoas, por intermédio dos rituais, conseguem transferir aos seus donos essas mesmas características e propriedades significativas. A sensação de bem estar, a possibilidade de realizar sonhos está ligada à possibilidade de se obter algum bem de consumo. Essa atitude

em relação aos bens de consumo acaba fazendo parte da cultura de toda uma sociedade e influenciando em seu comportamento.

Segundo Blackwell (2006, p.332), a cultura tem um profundo efeito em como e porque as pessoas compram e consomem produtos e serviços. Ela afeta os produtos específicos que as pessoas compram, assim como a estrutura de consumo, a tomada de decisão individual e a comunicação em uma sociedade.

A cultura define padrões de comportamento que podem ser bastante distintas entre as sociedades. Por exemplo, na Grécia até o preço de uma consulta pode ser negociado, enquanto que na América do Norte o preço já é estipulado anteriormente sem negociação. Em Hong Kong os consumidores estão acostumados a andar nos mercados, no meio da multidão e do calor, para comprar animais recém abatidos. Na América do Norte, isso seria inconcebível em função da possibilidade de contaminação por insetos, ainda segundo o autor Blackwell (2005, p 334).

A cultura também pode afetar a forma como os consumidores usam ou consomem os produtos. Um exemplo pode ser a compra de uma máquina de lavar: na Europa, espera-se que ela dure por décadas. Essas máquinas custam caro mas são sucesso de vendas, como as comercializadas por empresas como a Miele, sediada na Alemanha. No entanto, quando a Miele introduziu seus produtos no mercado Norte Americano, estes tiveram um sucesso limitado, em função da cultura local. Os norte-americanos se mudam com frequência e não querem investir em uma máquina que terão por apenas uns poucos anos, além disso, eles preferem a conveniência das máquinas com tampa em cima, ao invés das que possuem tampas laterais, apesar de serem mais eficientes.

Dessa maneira, é importante avaliar como o consumidor se comporta diante dos bens de consumo. Que necessidades e quais motivações os fazem adquirir os produtos e serviços. Que poder comanda o consumo, que faz, além das necessidades reais, com que o consumidor seja mais empenhado em adquirir bens do que conhecer sobre a sua segurança em relação a eles e conhecer seus direitos, deveres e educação para atuar como um consumidor consciente e não apenas como um boneco levado pelo comportamento de uma sociedade que é influenciada para apenas consumir.

2.7. O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Antes de estudarmos o que são acidentes de consumo, como e com quais produtos ocorrem os acidentes mais corriqueiros, vamos definir o conceito de consumidor e entender seu comportamento no ato de consumir.

O artigo 2º da Lei nº 8.078/90, estabelece que:

Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único – equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Conforme descrito neste artigo, a pessoa pode ser física ou jurídica como destinatária final, enquanto consumidora de produtos ou serviços. Uma empresa pode contratar o serviço de uma outra empresa e ser o destinatário final a ser lesado por um acidente de consumo.

Segundo Sanseverino (2005, p. 205), “considera-se destinatário final aquele que, no ato de consumir, retira o bem do mercado”. O artigo 17 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) vai mais além, e define que “equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”. E Rios (2001, p. 35) destaca como exemplo de aplicabilidade deste artigo o seguinte evento:

Uma empregada doméstica ao ligar o liquidificador da patroa (consumidora), perde um dedo devido a um acidente com o aparelho. Por causa da equiparação da vítima ao consumidor direto (dona do aparelho), a empregada, neste caso, também estará protegida pelo Código e poderá reclamar do fornecedor indenização pelos prejuízos sofridos.

O consumidor brasileiro, entretanto ainda desconhece os seus direitos legais e sente-se frágil diante da possibilidade de confrontar os fabricantes que são os detentores do conhecimento sobre os produtos e serviços oferecidos. O consumidor ainda não percebeu que deve agir como um cidadão que possui direitos, deveres e outras necessidades, tais como, design mais arrojado, material ecológico, e pode tomar e exigir atitudes a partir da sua principal arma, que é a opção de consumir ou não determinado produto ou serviço, baseada na grande diversidade de marcas e tipos oferecidos pelas empresas. A simples tendência de preterir uma marca em relação à outra já causa pânico na empresa detentora da marca preterida. E, para mudar essa situação, a empresa é capaz de buscar atender aos anseios dos consumidores.

“No dia a dia, o consumidor adquire produtos e serviços com a finalidade de satisfazer uma necessidade ou um desejo. No mundo moderno, ele encontra opções de produtos e serviços cada vez mais diversificados e sofisticados”, lembra Lazzarini & Salazar (2002, p. 8) . Dessa maneira, cada vez mais empresas estão interessadas em entender o comportamento consumidor e suas necessidades, de forma a serem capazes de oferecer os produtos e serviços que a maioria dos consumidores está disposta a comprar. Os primeiros estudos sobre a demanda foram feitos pela área da ciência econômica. Entretanto, esses estudos apontavam somente quais tipos de produtos a sociedade comprava mais e não as preferências e motivações que levam um consumidor a comprar e escolher determinado produto em relação aos demais. Para as empresas é importante saber agradar o consumidor, por isso a necessidade de entendê-lo e conhecer as razões que o levam a comprar.

Segundo citações de Lancaster apud Karsaklian (2000, p 21), “o produto em si não é fonte de satisfação para o consumidor, mas os atributos que o caracterizam”. A autora explica o seguinte não é o creme dental que dá satisfação ao consumidor, mas o fato de que esse produto proporciona hálito mais fresco, proteção contra as cáries, dentes mais brancos, etc. Além disto, entram para complementar a sensação de motivação do consumidor, as propagandas com atores e personalidades. Ao consumir os produtos anunciados pelo ‘fenômeno Ronaldinho’, por exemplo, as pessoas estão adquirindo a possibilidade de estar perto do seu ídolo através dos produtos que ele usa. Essa teoria vai contra a idéia de fidelidade absoluta do consumidor em relação a certas marcas e da alteração da relação oferta e demanda somente devido ao preço. Ela complementa as teorias econômicas com base nos estudos de oferta e demanda, somando outros aspectos que envolvem as motivações do consumidor.

Estudar o conhecimento das estratégias de venda e como elas influenciam o comportamento do consumidor já faz parte da rotina dos profissionais da área de marketing. A tarefa do profissional de marketing é entender o que acontece no consciente do consumidor entre a chegada do estímulo externo e a decisão de compra. Kotler (2005) afirma que:

Entender o comportamento do consumidor e conhecer os clientes não são tarefas simples. Os clientes podem dizer uma coisa e fazer outra. Eles podem não ter consciência de suas motivações mais profundas. Podem responder a influências que façam com que mudem de idéia no último minuto.

Segundo o autor, o ponto de partida para compreender o comportamento do consumidor é o modelo de estímulo e resposta mostrado no quadro 01, abaixo:

Estímulos de Marketing	Outros Estímulos	Características do Comprador	Processos de Decisão do Comprador	Decisões do Comprador
Produto	Econômico	Culturais	Reconhecimento de Problemas	Escolha do Produto
Preço	Tecnológico	Sociais	Busca de Informações	Escolha da Marca
Praça	Político	Pessoais	Avaliação de Alternativas	Escolha do Revendedor
Promoção	Cultural	Psicológicos	Decisão de Compra	Frequência da Compra
			Comportamento após Compra	Montante da Compra

Fonte: Kotler (2000, p. 183).

Tabela 01 – modelo de estímulo e resposta dos principais fatores que influenciam o comportamento de compra.

O quadro mostra que o comportamento do consumidor é influenciado por quatro fatores: culturais (cultura, subcultura e classe social), sociais (grupos de referência, família, papéis e status), pessoais (idade e estágio no ciclo de vida, ocupação e circunstâncias econômicas, estilo de vida e personalidade e auto imagem) e psicológicos (motivação, percepção, aprendizagem, crenças e atitudes). A pesquisa de todos esses fatores pode fornecer sugestões sobre como alcançar e servir os clientes efetivamente.

Os profissionais da área de marketing trabalham para entender e criar necessidades para os consumidores, além das necessidades básicas, como comer porque se está com fome ou vestir-se porque está frio.

Entender melhor o consumidor implica conhecer melhor as áreas que auxiliam o conhecimento do homem: filosofia, economia, psicologia e sociologia auxiliam o desempenho na área. O ponto de partida da atividade mercadológica são as necessidades humanas. Daí o fato de que marketing está ligado às ciências humanas, pois o comportamento do ser humano enquanto consumidor não é previsível. (MINADEO 1996, p.1)

Assim como somos quem determina se um produto ou serviço será sucesso ou fracasso nas vendas, muitas vezes nós, consumidores, é quem somos induzidos a comprarmos o que as empresas querem. As propagandas nos induzem a nos vestirmos com determinada roupa e marca para nos sentirmos mais bonitos e aceitos pela nossa comunidade e grupo social ou ainda, vamos jantar num restaurante pelo status que ele proporciona. As necessidades criadas pelo marketing nos fazem também adquirir produtos e serviços não com base em sua utilidade final, mas também devido as sensações de beleza, poder, status, virilidade que eles irão nos proporcionar causadas pelas motivações inconscientes.

Conhecer a personalidade do consumidor é uma estratégia muito importante para as vendas. Segundo Karsaklian (2000, p. 35), “a personalidade consiste na configuração das características únicas e permanentes do indivíduo”. Minadeo (1996, p.26) afirma que “a personalidade de cada indivíduo influi no comportamento de compra”. O autor ainda descreve quais são os temas de maior interesse para se conhecer melhor a personalidade dos consumidores (MINADEO 1996, p.27):

- Aprovação social: refere-se ao desejo de ser aceito por aqueles a quem estima e valoriza. É o desejo de pertencer a um grupo, adaptando-se aos seus valores.
- Status: através de algo que traga prestígio, o consumidor consegue destaque. Muitas vezes, isso ocorre através da compra de produtos desnecessários.
- Segurança: inclui temas como saúde, tranquilidade, proteção contra danos físicos e morais. São importantes na vida de todas as pessoas, ocupando posições prioritárias na alocação da renda disponível.
- Interesse pessoal: refere-se às exigências individuais, que variam de pessoa para pessoa. A aceitação de um produto ou serviço dependerá sempre em certa medida da sua aceitação às conveniências e preferências de cada um.

Blackwell (2005, p.220) define personalidade como resposta aos estímulos ambientais. Ela é uma maquiagem psicológica individual e única que influencia como a pessoa responde ao seu ambiente. Mas, segundo o autor, um enfoque também importante e mais abrangente é utilizar para estudar seu consumidor conceitos mais amplos como valores e psicografia. Valores representam as crenças dos consumidores sobre a vida e os comportamentos aceitáveis.

Um caso que ilustra a importância do comportamento do consumidor, também descrito por Minadeo (1996, p.28) é o fracasso do Ford Maverick no Brasil. O produto foi sucesso de vendas nos Estados Unidos. Entrou no Brasil para concorrer com o Opala, da GM. O preço era semelhante e o motor era econômico. Mesmo após sair de linha, o carro foi exportado por muitos anos para equipar modelos diversos nos EUA. Mas, no Brasil, o carro não foi um sucesso. As causas estão ligadas a fatores culturais: as mulheres reclamaram da dificuldade em estacionar, do banco traseiro estreito, do vidro traseiro com pouca visibilidade. E o carro era esportivo demais para ser o carro da família. O Opala era bem mais “comportado”. Resultado: a Ford foi ultrapassada pela GM. Não foi levado em consideração um estudo sobre o consumidor brasileiro.

As pesquisas mostram que quando a família tem apenas um carro, é a mulher quem mais dirige. Segundo Mautone (2005), no artigo da revista Exame, de novembro, em apenas quatro anos, as mulheres tornaram-se maioria entre os compradores de carros da marca Ford. Segundo a revista, as mulheres brasileiras são responsáveis, direta ou indiretamente, por cerca de 80% de todas as decisões de consumo e são elas quem demandam mais informações sobre os produtos e serviços no momento da compra. Logo, ao colocar um produto ou serviço no mercado, as empresas sabem que devem realizar um estudo de como atingir também essa grande fatia de consumidoras ou influenciadoras no consumo masculino. A ideia central de uma empresa é saber como vender os seus produtos e serviços para ter lucros. A principal característica oferecida pelo produto pode ser status, preço, qualidade, durabilidade, entre outros, mas a estratégia de venda utilizada tem que ser fundamentada em princípios de marketing que levam em conta o estudo do comportamento do consumidor e é fundamental conhecer como as características culturais, sociais, pessoais e psicológicas do comprador influenciam o comportamento da compra.

Para entender melhor o consumidor e suas motivações, Karsaklian (2000, p.23-28) mencionou as teorias da motivação. Segundo a autora, existem quatro teorias da psicologia para explicar as motivações que orientam o comportamento humano: teoria behaviorista, que considera todo o comportamento humano como uma função do impulso, derivado de necessidades biológicas, e do hábito; a teoria cognitiva, que não leva em consideração somente o impulso e o hábito, mas se propõe a levar em consideração as escolhas conscientes do indivíduo, baseadas em sua percepção, pensamento e raciocínio, devido os valores, as crenças, as opiniões e as expectativas em relação a uma meta ou um desejo; a

teoria humanista, que diz que o ser humano torna-se motivado de acordo com as suas necessidades; já a teoria psicanalítica, de Sigmund Freud, entende que o comportamento humano é basicamente determinado pela motivação inconsciente e pelos impulsos instintivos.

Nesse contexto, as empresas cada vez mais investem em personalizar suas marcas. A marca tornou-se tanto ou mais importante do que o próprio produto. De acordo com Mautone (09/2005),

Diferentemente dos produtos, as marcas são únicas e capazes de catalisar determinados atributos que as tornam familiares aos consumidores. Elas têm personalidade própria, como se fossem pessoas. E são identificadas com sentimentos e comportamentos, bons ou ruins.

Alguns exemplos que constam na reportagem, baseada em um estudo do consultor Karlan Muniz, com 1.300 internautas, são o da OMO, que tem como o perfil emotivo um dos principais traços da marca, que trocou o “Lava mais branco” pelo “Porque se sujar faz bem”; o da Coca-Cola, cuja alegria é um dos elementos mais fortes da marca mais valiosa do mundo; a Natura, cujos aspectos mais valorizados são o romantismo e a delicadeza. Nesse estudo, ficou evidente que as marcas que batalham contra as líderes passaram a ser identificadas pela audácia, como é o caso da Pepsi-Cola, da Assolan e da cerveja NovaSchin.

Segundo Kotler (2000, p. 194),

Quando uma pessoa avalia marcas, ela não reage apenas às possibilidades declaradas das marcas, mas também a outros sinais menos conscientes. A forma, o tamanho, o peso, o material, a cor e o nome da marca podem estimular certas associações e emoções.

Os resultados dos estudos em pesquisas da motivação têm produzido hipóteses interessantes, comenta o autor, como por exemplo: fumar charuto é uma forma adulta de chupar o dedo; as mulheres preferem alimentos vegetarianos aos alimentos de origem animal porque estes causam uma sensação de culpa ligada ao abate de animais; os consumidores rejeitam ameixas secas porque elas são enrugadas e fazem lembrar pessoas idosas; e ainda, beber uísque pode atrair um consumidor que deseja obter status, relaxamento ou prazer.

Isso significa que no marketing é comum salientar não somente a funcionalidade dos produtos e serviços, mas também sua carga simbólica. Assim, o consumidor estará adquirindo também um clima de sexualidade, de beleza, ostentação, status, entre outros. Quem adquire um cigarro não se motiva em comprá-lo para colocar fumaça para dentro do seu organismo, mas sim para parecer mais bonito, interessante e independente.

Outra teoria, que segue o conceito da teoria humanista citada por Karsaklian (2000), foi colocada por Abraham Maslow. Ele queria explicar por que as pessoas são motivadas por necessidades específicas em determinadas épocas. “Por que uma pessoa emprega tempo e energia consideráveis em segurança pessoal e outra em conseguir opinião favorável dos outros?” (KOTLER, 2000)

A resposta de Maslow está baseada na ordem de importância das necessidades humanas. As pessoas tentam satisfazer suas necessidades mais importantes em primeiro lugar. Quando estas são satisfeitas, a pessoa passa a tentar satisfazer a próxima necessidade mais importante. Nesse sentido, Maslow desenvolveu uma ordem ou hierarquia das necessidades humanas, mostrada na figura abaixo:



Figura 01 – Hierarquia das Necessidades de Maslow. Fonte: Kotler (2000, p.194)

Um exemplo para entender essa teoria seria o de uma pessoa faminta (necessidade 1). Ela tem pouco interesse nos últimos acontecimentos do “mundo da moda” (necessidade 5), tampouco quer saber como é vista pelos outros (necessidades 3 ou 4), nem está preocupada

com a qualidade do ar que ela respira (necessidade 2). Mas quando ela saciar a sua fome, a próxima necessidade mais importante se salienta.

Para entender como os consumidores realmente tomam suas decisões de compra, deve-se estudar seu comportamento, suas necessidades e as pessoas que influenciam nelas. As diferentes campanhas de marketing devem ser dirigidas a cada tipo de pessoa e para o tipo de envolvimento do consumidor no momento da compra em função do tipo do produto ou serviço oferecido.

- Comportamento de compra complexo: geralmente ocorre na compra de produtos caros, cuja compra ocorre com pouca frequência e envolve algum risco. São três etapas de envolvimento. Primeiro, o consumidor desenvolve suas crenças, depois atitudes e, por último, faz uma escolha refletida. A compra é realizada com o consumidor altamente envolvido e consciente das diferenças significativas entre as marcas.
- Comportamento de compra com dissonância cognitiva reduzida: possui os mesmos requisitos anteriores: o consumidor está envolvido na compra, que é cara, pouco freqüente e envolve risco. Entretanto, acabará comprando com relativa rapidez, devido a alguma conveniência ou um bom preço. Esse cliente deve ser estimulado a pensar que ele realmente fez uma boa compra. Segundo Karsaklian (2000, p. 166) o consumidor “sente a necessidade de colher informações positivas que possam garantir-lhe ou confirmar que tenha feito uma boa escolha”.
- Comportamento de compra habitual: são produtos comprados em condições de baixo envolvimento e ausência de diferenças significativas de marcas, comenta Kotler (2000, p. 200). Um exemplo é o sal. Os consumidores têm pouco envolvimento com essa categoria de produtos. Eles vão ao mercado e escolhem a marca. Se sempre compram a mesma marca isso significa um hábito, e não fidelidade à marca. Segundo o autor, “existem fortes evidências de que os consumidores têm pouco envolvimento com produtos de baixo custo comprados com frequência”.
- Comportamento de compra em busca de variedade: é o caso de uma situação de compra de baixo custo, freqüente, mas que o consumidor costuma variar bastante de marcas, mais devido a variedade oferecida do que pela insatisfação. É o caso dos biscoitos. Existem vários tipos e marcas diferentes e o consumidor não quer consumir somente um tipo de biscoito.

Os profissionais de marketing das empresas devem ser capazes de entender seu consumidor, conhecer as diversidades e o mercado concorrente, a fim de ser capaz de disputar os clientes. Os consumidores estão ficando cada vez mais exigentes e inibidos, conhecedores de suas necessidades, que são buscadas em cada compra. A partir de diversos requisitos os consumidores vão decidir a sua opção de compra, ou seja, onde eles investirão o capital que as empresas buscam.

Hoje em dia, as empresas reconhecem que o “consumidor é rei”. Sabendo por que e como as pessoas consomem os produtos, os profissionais de marketing conseguem compreender como podem melhorar os produtos existentes, quais tipos de produtos são necessários no mercado e como atrair os consumidores a comprar seus produtos. (BLACKWELL, 2005, p. 10)

Segundo publicado em Queiroz (1998, p. 202), John Kennedy abre sua mensagem ao Congresso Americano dos EUA, em 1962, dizendo:

Consumidores, por definição, somos todos nós. Eles são o maior grupo econômico na economia, influenciados e influenciando toda e qualquer decisão econômica. Dois terços de todo o gasto realizado em nossa economia é efetuado pelos consumidores.

Essa afirmação demonstra a importância do consumidor em uma das maiores potências econômicas do mundo. Dessa maneira, saber como agradar e atender às necessidades desse grupo é fundamental.

As necessidades do consumidor podem ser fisiológicas, podem ser necessidades de segurança e saúde, de amor e companhia, de recursos financeiros e tranquilidade, de prazer, de imagem social, somente de possuir, de doar, de informação, entre outras. Cabe a empresa saber associar seu produto a uma dessas necessidades para que o produto possa transmitir ao seu dono esses atributos. Entretanto, isso significa muita pesquisa e esforço, uma vez que entender o comportamento humano não é uma tarefa fácil.

Segundo Blackwell (2005, p. 258) os humanos são criaturas complexas e têm comportamentos que algumas vezes são difíceis de compreender. Isto também se aplica ao comportamento do consumidor. A motivação de compra e consumo pode ser muito surpreendente. O autor cita o exemplo da agência de propaganda McCann-Erickson, que aprendeu o quanto o ser humano é complexo ao pesquisar porque o inseticida Raid superou as vendas da armadilha para insetos Combat em alguns mercados. Muitos usuários

concordam que o Combat é um produto melhor porque mata as baratas com mais eficiência com um mínimo esforço da pessoa. Então porque o Raid era mais vendido? Quando as usuárias mais freqüentes de inseticidas – mulheres de baixa renda do sul dos EUA – foram solicitadas a desenhar as figuras de suas presas, elas descreveram as baratas como homens. “Muitos dos sentimentos relacionados às baratas são bastante similares aos sentimentos que elas têm sobre os homens das suas vidas” diz Paula Drillman, vice-presidenta da McCann-Erickson. A barata, como o homem da sua vida, “só aparece quando quer comida”. Utilizar o Combat era mais fácil, mas não dava às consumidoras a mesma satisfação de acertar as baratas com o spray e vê-las morrerem. “Essas mulheres queriam o controle”, explica Drillman. “Elas usaram o spray porque lhes permitia participar da matança”.

Compreender o consumidor é um esforço desafiador. Nem sempre a motivação pela compra está clara, nem mesmo para ele.

Além disso, cada vez mais existem diferentes tipos de produto e novas marcas são lançadas nos mercados. A disputa entre as empresas torna-se cada vez mais acirrada. Trilhar um caminho errado por falta de conhecimento do comportamento dos consumidores pode significar o fracasso total do produto, serviço, da marca e até da empresa.

2.8. ACIDENTES DE CONSUMO

Podemos observar diversas mudanças ocorrendo nas relações de consumo, principalmente no tocante ao consumidor, que é a parte mais frágil desta relação, segundo o art. 4, inciso I, do CDC, que diz “I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”. Uma tendência internacional é a de fortalecimento e ampliação da conscientização do consumidor e das entidades que atuam na sua proteção e defesa. Em 1988, na nova Constituição Federal Brasileira, já foi estabelecida a necessidade do Estado promover a defesa do consumidor, prevista através do artigo 5º, inciso XXXII, através da Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor, Leis 8.884/94 e 8.979/95 – Infrações relacionadas à ordem econômica e Decreto 2.181/97 – Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Com sua importância estabelecida na própria Constituição (ANGHER, 2004), que especifica no art. 5º, inciso XXXII – “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, e devido às ações promovidas por diversas entidades não governamentais e

governamentais, o consumidor vem tornando-se cada vez mais exigente e consciente de seus direitos e deveres, e, após a publicação, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor - CDC, através da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, pode-se observar que cada vez mais os consumidores tornam-se críticos e atuantes em relação às suas necessidades. O CDC representou uma revolução no direito brasileiro, por reconhecer no ordenamento jurídico um importante ator antes ignorado e desprotegido: o consumidor. E o grande objetivo do CDC é corrigir as desigualdades existentes no mercado, onde a parte mais atingida pela injustiça é o consumidor por representar a parte mais fraca da relação de consumo.

Segundo Rios (2001), todos nós somos ou podemos ser consumidores. Quem é fornecedor não é consumidor, segundo o CDC. Assim, o empresário que adquire matérias primas para sua indústria não é consumidor. Mas quem é fornecedor pode, fora da sua atividade profissional, ser consumidor ao adquirir produtos nos mercados. E todo consumidor está protegido e pode ser defendido, através da intervenção do CDC, nas relações de consumo. Essa intervenção é necessária, segundo Rios (2001, p.10), porque se reconhece que,

O consumidor se encontra numa condição de fragilidade. Quando adquire um produto ou contrata um serviço, na maioria das vezes, o consumidor desconhece as formas de planejamento, fabricação, durabilidade, eficácia ou mesmo o modo como os contratos foram elaborados e suas implicações jurídicas, o que o coloca numa situação desfavorável diante do fornecedor.

Nesse sentido, o CDC busca proteger o consumidor das injustiças e equilibrar a sua posição diante do fabricante ou fornecedor.

O código também é bem enfático quando se trata de acidente de consumo. Nem sempre os produtos e serviços, colocados no mercado de consumo, oferecem a segurança deles esperada pelos consumidores. Dessa maneira, quedas provocadas por um piso escorregadio, colisões de veículos por falhas no sistema de freios, medicamentos adulterados, rompimento de utensílios nas mãos do consumidor, ingestão de alimentos contaminados, dentre outras, são algumas das inúmeras e variadas situações que podem causar danos aos consumidores.

Esses acontecimentos, provocados por produtos ou serviços defeituosos, e que causam danos aos consumidores, são chamados de acidentes de consumo. Um defeito, portanto, que der origem a um evento danoso, ali estará configurado acidente.

Acidentes de consumo acontecem quando um produto ou serviço prestados provocam dano à saúde ou à segurança do consumidor, quando utilizado corretamente ou conforme instruções de uso. Esse dano pode ser causado por um simples defeito ou pela falta de informação quanto à periculosidade e quanto ao uso correto do produto ou ainda quando existem informações incorretas em relação ao uso daquele produto. Quando este acidente ocorre por defeito de fabricação ou manutenção do produto ou serviço, ou ainda por falta ou ausência de informação, pode gerar responsabilidade civil para o fabricante. Por outro lado, quando ocorre por falta de cuidado por parte do consumidor, considera-se excluída a responsabilidade civil ou mesmo penal por parte do fabricante ou fornecedor.

Há casos de acidentes de consumo que podem acarretar inclusive a morte do usuário do produto ou serviço. Entretanto, por falta da caracterização e identificação do acidente de consumo, os órgãos de defesa do consumidor e a própria entidade que regulamenta o produto ou o setor produtivo, acabam não implementando medidas para melhoria ou até mesmo para a proibição da venda do produto ou do serviço.

Em caso de acidentes de consumo, o CDC possui um artigo no qual trata diretamente do tema, o art. 12, que estabelece que:

O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos”.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: I – sua apresentação; II – o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III – a época em que foi colocado em circulação.

De acordo com este artigo, já é prevista a responsabilidade pelo acidente de consumo.

Apesar da grande importância que a legislação brasileira destina à saúde e segurança, não existem instrumentos de controle dos acidentes relacionados a consumo, nos hospitais públicos nem privados. Além disto, não é fornecido esse conhecimento nem é exigido ao profissional da área de saúde esse tipo de registro, por isso, os acidentes de consumo acabam sendo mascarados em relação a sua magnitude, devido à falta de registro desta informação.

Não existem estatísticas brasileiras, realizadas em âmbito nacional, a respeito desses acidentes. Logo, não se tem o conhecimento de quantas vítimas são acarretadas por este tipo de acidente, por ano, quais os produtos que mais oferecem risco ao consumidor, o quanto este tipo de acidente onera os cofres públicos devido à utilização de instituições hospitalares e a justiça, para obtenção dos direitos do consumidor lesado, quantas pessoas deixam de trabalhar por causa desses acidentes, entre outras informações.

Os acidentes de trabalho, por exemplo, já possuem uma ampla estatística nacional, o que direcionou esforços para diminuir suas incidências por parte da autoridade regulamentadora, o Ministério do Trabalho e Emprego, que vêm promovendo mudanças no ambiente de trabalho, como a exigência de existirem técnicos especialistas em segurança do trabalho, utilização de equipamentos de proteção individual (EPI) por parte da mão de obra, entre outros. Um aspecto que facilita o registro do acidente de trabalho ocorre em função da relação direta do acidente de trabalho com a ausência do trabalhador, tornando mais fácil sua caracterização e quantificação. Mesmo assim são subnotificados. Somente em caso de morte o registro costuma ser fidedigno.

Segundo o Anuário Estatístico de Acidentes do Trabalho, de 2000, trabalho resultante de um esforço conjunto entre o Ministério da Previdência e Assistência Social – MPAS e o Ministério do Trabalho e Emprego - MTE, o objetivo deste tipo de levantamento estatístico é dotar estes Ministérios de informações estatísticas confiáveis e de fácil acesso que possam subsidiar as áreas envolvidas com acidente do trabalho na tomada de decisões e na busca permanente de aperfeiçoamento e melhoria da qualidade dos serviços prestados aos segurados da Previdência Social, além de disponibilizá-las para toda sociedade, num esforço de, mediante o conhecimento, potencializar a definição de políticas públicas e privadas de prevenção.

Dessa forma, é muito importante que existam esforços em prol da quantificação nacional e posterior diminuição do número de acidentes de consumo. O CDC atua quando o acidente já ocorreu, buscando os responsáveis pelo acontecimento do acidente, mas deve-se atuar também na prevenção. Para combatê-los deve-se, primeiramente, identificá-los e quantificá-los, para então atuarmos na prevenção, que poderá ser feita através de Programas Setoriais de Qualidade, da educação voltada para o consumo consciente, da atenção da sociedade e do governo para a existência do problema e dos custos que ele acarreta para toda a sociedade.

Segundo Correia (2002, p. vi),

A falta de conhecimento, entendimento e atenção são causas de muitos acidentes com produtos de consumo dentro do próprio ambiente residencial. Embora não se disponham de dados sobre a realidade nacional, estima-se que esses números sejam bastantes elevados para o Brasil.

É importante que os consumidores sejam alertados para esse tipo de acidente, para que possam identificá-los e assim, comunicar os postos de saúde sobre a origem do produto ou serviço e o tipo de lesão ou ferimento. Enquanto esse dado não for contabilizado, a informação sobre como esse tipo de acidente ocorre não é tratada pelo órgão responsável e a população não é alertada sobre os riscos que pode estar sofrendo. No Reino Unido, segundo Correia (2002, p.1), o número de acidentes domésticos, em 1996, chegou ao percentual de 33% do total de acidentes ocorridos, enquanto que os acidentes de trabalho ocorreram em menor percentagem, 26%. Por essa estatística de outro país podemos ver como a importância desse tipo de acidente pode estar sendo minimizada por falta de registros em âmbito nacional, que poderiam estar sendo levantados em conjunto com os hospitais da rede pública e privada.

Nos Estados Unidos, estatísticas oficiais mostram que 10 milhões de pessoas por ano reportam-se às autoridades sobre acidentes com produtos destinados a crianças, equipamentos de esportes e lazer, instalações, móveis, utensílios domésticos, objetos de uso pessoal, ou seja, todos os produtos que podem causar riscos de fogo, intoxicação, risco mecânico de acidentes, choques e eletrocussões ou machucar crianças, ocasionando ferimentos ou até mortes. Esses dados são da Comissão de Segurança de Produtos de Consumo (*U.S. Consumer Product Safety Commission - CPSC*), Agência governamental norte-americana, criada em 1972, que promove a proteção da população dos riscos de acidentes com ferimentos ou mesmo mortes associadas ao consumo de produtos, através de alertas sobre os produtos mais perigosos, da ocorrência de recalls. Cerca de 15 mil tipos de produtos estão sob a jurisdição da agência, que também coordena um sistema para coletar informações e elabora publicações e bancos de dados sobre os acidentes ocorridos com esses produtos. A Agência elabora relatórios periódicos sobre os produtos que mais causam acidentes aos consumidores nos Estados Unidos. A principal fonte de informações é a reclamação dos próprios consumidores para esta Agência. Com base nessas informações, a CPSC pode fomentar a melhoria de produtos considerados perigosos,

através do incentivo de elaboração de normas, de campanhas de educação para o consumo, da criação de regulamentos técnicos, de caráter obrigatório, e de recalls.

Segundo a organização (CPSC, 2005), nos EUA, o custo para os cofres públicos com esse tipo de acidente e suas conseqüências é da ordem de 700 bilhões de dólares por ano. O trabalho da CPSC para garantir a segurança dos consumidores, ao longo dessas três décadas, garantiu um declínio de 30% das mortes e ferimentos associados aos produtos de consumo. Cabe destacar que essa organização não contabiliza dados referentes a acidentes ocorridos com produtos que possuem outra agência reguladora nos EUA, como por exemplo, os alimentos que são regulados e fiscalizados pela *Food and Drugs Administration* - FDA.

No Reino Unido, foi feito um estudo que contou com a participação de 16 a 18 hospitais, que mantêm bancos de dados sobre casos de acidentes com produtos consumidos. O trabalho foi realizado pelo *Department of Trade and Industry* (DTI), em conjunto com uma organização de caridade, fundada há mais de 80 anos chamada *The Royal Society for the Prevention of Accidents* (ROSPA). O objetivo dessa organização é contribuir para mudanças, debates, educação e informação que promovam o bem de todos (ROSPA, 2005).

Com base neste estudo, realizado no período de 2000 até 2002, foi constatado que 4.000 pessoas morrem, por ano, devido a acidentes provocados pelo consumo de produtos e mais de 2,7 milhões de pessoas buscam tratamento médico por causa deste tipo de acidente. Entretanto, os casos menores de acidentes, que são tratados em casa, nem sequer entram nas estatísticas. Segundo o *Department of Trade and Industry* (DTI), da Inglaterra, o custo devido à ocorrência de acidentes de consumo chega à ordem de 30.000 milhões de libras por ano, incluindo custos médicos, tempo fora do trabalho, entre outros custos (ROSPA, 2005).

O estudo foi dividido em dois grandes sistemas: acidentes ocorridos em casa e no lazer. São o *Home Accident Surveillance System* (HASS) e o *Leisure Accident Surveillance System* (LASS). Os acidentes de trânsito e do trabalho não fizeram parte deste estudo.

Todos nós já fomos vítimas de algum tipo de acidente de consumo e não nos atentamos para o fato, nem reclamamos pelos nossos direitos. Quem nunca cortou o dedo no lacre de alumínio de alguma lata de alimento em pó? Ou teve problemas estomacais e intestinais

após alimentar-se em algum estabelecimento comercial? Quantas pessoas não foram vítimas de cadeiras de plástico que romperam ao serem utilizadas? Ou ainda, quem nunca queimou a mão quando tomou café quente no copo plástico?

Sanseverino (2002, p.2) descreve um caso real de acidente de consumo que foi levado ao conhecimento e competência para ser julgado pela Justiça Brasileira, devido à prestação de um serviço. Um vendedor da cidade do Rio de Janeiro se hospedou em um hotel de Porto Alegre e o aquecedor a base de gás, localizado dentro do banheiro do quarto, consumiu todo o oxigênio, intoxicando o vendedor com monóxido de carbono. O vendedor morreu no local. A mãe do vendedor ingressou com uma ação indenizatória por danos materiais e morais contra o hotel, que foi julgada procedente, em função do vendedor ter morrido utilizando o serviço de hospedagem do hotel.

Este tipo de acidente pode ocorrer a todo instante. Neste caso, houve a morte de uma pessoa, o que acarreta uma maior investigação a respeito das causas e envolvimento de outras pessoas no caso, o que acaba corroborando para o encaminhamento na justiça do acidente como um acidente de consumo.

Entretanto, há casos que acarretam apenas pequenos danos físicos ou nem isso, apenas danos morais, como foi um caso julgado no Rio Grande do Sul (AÇÃO INDENIZATÓRIA, 2005, p.292 – 296). Nesta situação, nem sempre o consumidor acaba registrando o fato na justiça, em função de desconhecer seus direitos. No caso citado, uma mulher adquiriu bolachas e ao partir uma das bolachas, encontrou um inseto no seu interior, o que acarretou reação de vômito e mau estar na mulher, na frente de seus amigos e namorado. Devido a isto, pela humilhação e constrangimento, a justiça deu parecer favorável a mulher.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) registra que os casos de doenças veiculadas por alimentos atingem, anualmente, uma parcela da população que supera o patamar de 30% em países industrializados, entre os quais inclui-se o Brasil. Sabe-se que, devido à dificuldade de comprovação destas ocorrências no país, os registros estatísticos raramente condizem com a realidade, mas, segundo os dados do Centro Nacional de Epidemiologia do Ministério da Saúde, no ano de 2000, ocorreram mais de 7.000 casos de intoxicação por alimentos no país. (TABAI, 2002)

Outro caso também citado foi o referente ao consumidor que se feriu gravemente ao tentar abrir um vidro de azeitonas, que quebrou nas mãos do consumidor. O consumidor obteve reparações por danos morais e estéticos causados pelo episódio. (AÇÃO INDENIZATÓRIA, 2005, p.285 – 292)

A credibilidade da sociedade nas entidades que envolvem a defesa do consumidor e as demandas por programas de avaliação da conformidade vêm aumentando em consequência de uma sociedade mais crítica, consciente e que exige cada vez mais em termos de atendimento de suas expectativas em relação aos serviços e produtos que são adquiridos, principalmente em relação à segurança e saúde do consumidor.

Seguindo essa tendência, cada vez mais normas e/ou regulamentos técnicos são elaborados visando atender, prioritariamente, questões ligadas ao risco oferecido à saúde e segurança da sociedade como um todo.

Nos países europeus, a Diretiva 2001/95/CE, (CONSELHO DA COMUNIDADE EUROPÉIA, 2001), relativa à segurança geral dos produtos, objetiva adotar medidas para melhorar o funcionamento do mercado interno, que compreende um espaço sem fronteiras internas, no qual é assegurada a livre circulação de mercadorias, pessoas, serviços e capitais. A falta de uma legislação específica em relação à segurança de produtos, válida por toda a Comunidade Européia, poderia acarretar disparidades em relação a alguns Estados-Membros e criar obstáculos às trocas comerciais e distorções de concorrência no mercado interno, já que a obrigação geral de comercializarem apenas produtos seguros, pode diferir quanto ao nível de proteção que cada Estado garante aos consumidores.

Essa diretiva visa garantir produtos seguros e impõe uma obrigação geral de segurança a qualquer produto colocado no mercado destinado aos consumidores ou susceptível de ser por eles utilizado, incluindo os produtos utilizados para a prestação de um serviço. Ela é aplicada aos produtos independentemente das técnicas de venda, incluindo as vendas à distância ou por via eletrônica.

Cada Estado-Membro criou internamente organismos para implementar essa legislação e garantir maior segurança aos consumidores. Um produto é seguro desde que não apresente nenhum risco ou apresente apenas riscos reduzidos, compatíveis com a sua utilização e considerados aceitáveis a um nível elevado de proteção da saúde e da segurança dos

consumidores. Presume-se que um produto é seguro quando estiver em conformidade com as disposições comunitárias específicas que regulam sua segurança.

Na ausência dessas disposições, a conformidade é determinada em função das regulamentações nacionais específicas do Estado-Membro em que o produto é produzido ou comercializado ou de normas nacionais não obrigatórias que transponham as normas europeias. Quando estas não existirem, a conformidade do produto é avaliada segundo:

- Normas nacionais não obrigatórias que dão cumprimento a outras normas europeias correspondentes;
- Recomendações da Comissão que dão orientações em matéria de avaliação da segurança dos produtos;
- Normas em vigor no Estado-Membro em que o produto é produzido ou comercializado;
- Códigos de boa conduta em matéria de segurança ou de saúde;
- Nível de segurança com que os consumidores podem contar.

A diretiva já prevê a possibilidade dos Estados Membros coordenarem ou procederem à recolha, junto dos consumidores, de produtos perigosos já fornecidos. Além disso, também antecipa o intuito de se estabelecer a criação, em nível nacional e comunitário, de um sistema de troca rápida de informação em situações de risco grave que exijam uma intervenção rápida por motivos da segurança de um produto.

A diretiva não prejudica os direitos das vítimas na aceção da Diretiva 85/374/CEE do Conselho, de 25 de Julho de 1985, relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros em matéria de responsabilidade decorrente de produtos defeituosos.

Essa outra Diretiva será comentada no capítulo referente à Responsabilidade sobre os Acidentes de Consumo, pois trata da responsabilidade do produtor pelos danos causados pela qualidade defeituosa dos seus produtos, por sua disparidade ser susceptível de falsear a concorrência, de prejudicar a livre circulação das mercadorias no mercado comum e de originar diferenças relativamente ao grau de proteção do consumidor contra os danos causados à sua saúde e aos seus bens por um produto defeituoso.

No Brasil, já existe um projeto de lei, nº 4302, de 2004, de autoria do Deputado Dimas Ramalho, ainda em tramitação pela Câmara dos Deputados, para a Criação do Sistema

Nacional de Controle de Acidente de Consumo - SINAC, com o objetivo de fazer o controle social da saúde e segurança dos consumidores de produtos e serviços colocados no mercado. Os dados do SINAC auxiliarão o Poder Público e os fornecedores na atuação preventiva e dirigida à educação dos consumidores e na adequação de produtos e serviços.

Em relação a dados sobre acidentes de consumo no país, existe o estudo realizado pela Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PRO TESTE), no município de São Paulo. Segundo este estudo, as crianças são as principais vítimas de acidentes de consumo. Essa informação é confirmada pelos Centros de Toxicologia - CEATOX, que realiza a coleta de informação sobre todos os casos de intoxicação no Brasil. Segundo este Centro, as crianças são responsáveis pelo maior número de atendimento devido às intoxicações. Segundo dados do *Department of Trade and Industry* (DTI), de 1995, as crianças respondem pelo maior número de casos de envenenamento. As principais causas são por ingestão de remédios e produtos de limpeza.

Segundo CIAMPO, nas estatísticas de mortalidade geral, os acidentes domésticos situam-se entre as cinco principais causas, sendo que, no ano de 1980, morreram mais de 2,5 milhões de pessoas devido a este tipo de acidente. Embora seja um problema de âmbito universal e bem estudado em países desenvolvidos como os EUA, Suécia e Canadá, observa-se que esse assunto ainda não desperta grande interesse nos países menos desenvolvidos, que, ou não dispõem de estatísticas adequadas ou as têm incompletas, dificultando o diagnóstico deste grave problema de saúde pública.

Ainda segundo o autor, a OMS constatou que 45% dos acidentes com a população mundial ocorrem no lar. E também, que na Inglaterra, metade dos acidentes mortais ocorrem em casa, enquanto que nos EUA, o ambiente doméstico acolhe cerca de 25% de todas as mortes causadas por acidentes.

Em estudo para a realização do Programa de Análise de Produtos em água sanitária, divulgado pelo Inmetro no início do ano de 2005, pôde-se obter a informação, através do CEATOX, da cidade de São Paulo, que o mau uso desse produto vem acarretando a intoxicação de 50 pessoas por mês, em média, quando clandestino ou utilizado de maneira errônea em relação ao indicado. Estas informações referem-se apenas ao município de São Paulo. Entretanto, numa escala nacional, informações como estas podem deixar claro uma necessidade de maior informação para o consumidor e ações mais rigorosas, por parte dos órgãos reguladores, quanto à regulamentação e fiscalização do produto ou serviço.

serviços e produtos podem oferecer riscos similares ou até maiores para o consumidor, mas essa informação não é apresentada por falta de identificação no momento do atendimento de emergência como acidente de consumo e a falta de unificação e tratamento das informações em âmbito nacional.

Segundo Schwartsman (1987, p. 59 – 61),

“Apesar da insuficiência dos dados estatísticos, a experiência tem mostrado com bastante clareza que: 1) o acidente está assumindo importância cada vez maior sobre a morbidade e mortalidade infantil; 2) o ambiente doméstico apresenta um grande número de fatores de risco cuja influência pode diminuir significativamente com uma educação para segurança simples e de fácil execução.”

Seja em casa ou em outro ambiente, muitas pessoas sofrem acidentes de consumo e nem percebem, porque não sabem identificá-los. Devido à falta de conhecimento, o brasileiro deixa, muitas vezes, de exigir os seus direitos, junto às entidades e órgãos de defesa do consumidor, por danos causados devido a ocorrência de acidentes de consumo.

2.9. RESPONSABILIDADE CIVIL POR ACIDENTES DE CONSUMO

A sociedade massificada de produção e consumo, que tem por características predominantes o anonimato das partes, a complexidade dos bens e produtos, a importância do marketing e dos créditos e a velocidade das negociações, acaba por propiciar certos riscos. Se desses fatos (produção e consumo em massa) decorrem atos (fornecimento de bens e serviços) que geram acidentes, nada mais coerente com o ‘justo’, que os agentes sejam responsabilizados pelos simples riscos que criaram. (QEIROZ, 1998, p. 18)

Quando falamos no direito do consumidor, lembramos que as relações de consumo sempre existiram. Entretanto, seus princípios estavam baseados na teoria econômica. Tanto consumo quanto consumidor são expressões herdadas pelo direito da economia. E o ato de consumo vem a ser a aquisição do produto ou a utilização de um serviço. Segundo o art. 3o, do CDC:

§ 1.o Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2.º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Segundo Queiroz (1998), os fatos precedem o direito, e a ele dão a origem. Não é a sociedade que pauta seu comportamento nas normas existentes, ao contrário, são as leis que devem sobrevir para regulamentar as novas situações de fato. Das novas necessidades sentidas em relação ao consumo, surgiu o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, através da Lei nº 8.078/90.

Desde a criação do CDC, em 1990, o consumidor pôde se sentir protegido em relação aos seus direitos e se sentir parte importante e imprescindível na relação de consumo. Se agora reclamamos da espera na fila dos Procons, se há muita demanda nos juizados especiais, se temos que reclamar de algum produto que nos causou um acidente ou simplesmente não funciona de acordo com as nossas expectativas, antes da última década, não havia como reclamar de maneira simples. Nem o consumidor se sentia tranqüilo, sabendo que poderia, caso necessitasse, recorrer aos seus direitos de maneira clara e tranqüila. O consumidor simplesmente era uma parte sem importância na relação de consumo, nada parecido como uma figura exigente e que se fazia importante para a empresa. Para ele somente era existente a possibilidade de consumir sem reclamar.

A necessidade de aproximação com o cliente, entretanto, vem ficando mais corriqueira a partir do instante que as empresas avaliaram que o consumidor é a peça mais importante da relação de consumo, apesar de frágil. Blacwell (2005, p.10) disse que:

Hoje em dia, as empresas reconhecem que o consumidor é rei. Sabendo por que e como as pessoas consomem os produtos, os profissionais de marketing conseguem compreender como podem melhorar os produtos existentes, quais os tipos de produtos são necessários no mercado e como atrair os consumidores a comprar seus produtos.

Apesar de toda essa importância dada ao consumidor, estaríamos longe de sua invulnerabilidade e de uma proteção adequada caso não fosse a entrada em vigor da Lei 8.078/90, o CDC, que buscou a equidade entre o consumidor e a empresa. Após longa espera, vemos transformadas em lei as aspirações do Presidente John F. Kennedy, colocadas no seu discurso, em 1962, que marcou o início da luta pelos direitos fundamentais do consumidor, nos EUA. Observa-se que neste país, uma das maiores potências mundiais capitalistas, o consumidor já tem sua importância exacerbada há mais de quatro décadas, o que, no Brasil, apenas foi colocada em vigor na forma de lei há 16 anos.

Entretanto, estamos longe da solução dos problemas.

É apenas um começo, cuja continuidade demandará muito esforço, perseverança, para se atingir a meta almejada. A realidade socioeconômica do Brasil tem feito com que a democracia só se efetive para as elites do país. A grande maioria não tem a menor condição de acesso às leis, pelo simples fato de que, desinformada como é, ignora qualquer maneira de a elas ascender. (QUEIROZ, 1998, p. 20)

Segundo Sanseverino (2002, p.13) a preocupação com a responsabilidade civil do fornecedor por danos causados por produtos ou serviços defeituosos lançados no mercado de consumo é fenômeno relativamente recente. “Desde o início do século XX, a massificação das relações de consumo, decorrente da produção em série e da despersonalização das relações entre fornecedores e consumidores no mercado, ensejou o surgimento de novos fatos de consumo causadores de danos que, via de regra, ficavam sem reparação. Assim, danos causados por defeitos em automóveis, medicamentos, produtos alimentícios, refrigerantes, serviços de transporte, fornecimento de energia elétrica, serviços hospitalares, bancários etc. passaram a ser cada vez mais frequentes”.

Na Europa, em 25 de julho de 1985, surge a Diretiva n. 85/374/CEE, do Conselho da Comunidade Européia, que orientou a reformulação do tratamento legislativo sobre produtos defeituosos nos países integrantes da Comunidade Européia. Essa diretiva trata da responsabilidade decorrente dos produtos defeituosos.

Entre as considerações principais que justificam a existência desta diretiva, sobre a proteção dos consumidores e sobre o funcionamento do mercado comum europeu, os Estados Membros adotaram a presente diretiva (CONSELHO DA COMUNIDADE EUROPÉIA, 1985):

- Considerando que é necessária uma aproximação das legislações em matéria de responsabilidade do produtor pelos danos causados pela qualidade defeituosa dos seus produtos, por sua disparidade ser susceptível de falsear a concorrência, de prejudicar a livre circulação das mercadorias no mercado comum e de originar diferenças relativamente ao grau de proteção do consumidor contra os danos causados à sua saúde e aos seus bens por um produto defeituoso;
- Considerando que a responsabilidade não culposa do produtor é o único meio de resolver de modo adequado o problema, característico da nossa época de crescente tecnicidade, de uma justa atribuição dos riscos inerentes à produção técnica moderna;

-
- Considerando que a proteção do consumidor exige que todos os participantes no processo de produção sejam responsabilizados se o produto acabado, a parte componente ou a matéria-prima por eles fornecidos apresentarem qualquer defeito;
 - que, pelo mesmo motivo, deve ser responsabilizado o importador de produtos na Comunidade, bem como qualquer pessoa que se apresente como produtor, mediante a aposição do seu nome, marca ou qualquer outro sinal distintivo, ou qualquer pessoa que forneça um produto cujo produtor não possa ser identificado;
 - Considerando que, com vista a proteger a integridade física do consumidor e os seus bens, a qualidade defeituosa de um produto não deve ser determinada com base numa inaptidão do produto para utilização, mas com base numa falta da segurança que o público em geral pode legitimamente esperar;
 - que esta segurança se avalia excluindo qualquer utilização abusiva do produto que não seja razoável nas circunstâncias em causa;
 - Considerando que uma justa repartição dos riscos entre o lesado e o produtor implica que este último se possa eximir da responsabilidade se provar a existência de determinados fatos que o isentem;
 - Considerando que a proteção do consumidor exige a indenização dos danos causados por morte e por lesões corporais bem como a indenização dos danos patrimoniais;

Podemos observar que os argumentos desta diretiva aproximam-se bastante do conceito sobre responsabilidade civil exposto no CDC para o caso de produtos. O CDC é mais completo por oferecer artigos que contemplam a responsabilidade também por serviços defeituosos. E, segundo Sanseverino (2002, p.25), a comissão de jurista que foi incumbida de trabalhar na elaboração de um projeto de lei de proteção ao consumidor, nos itens que tratam da segurança dos produtos e serviços, foi bastante influenciada pela Diretiva n. 85/374/CEE. Mas o CDC foi mais além e, em seus artigos nº 12 a 17, avançou mais na defesa do consumidor, conferindo-lhe uma proteção mais ampla, restringindo as causas de exclusão da responsabilidade do fornecedor e acolhendo o princípio da reparação integral dos danos.

Diz-se que alguém é responsável civilmente toda vez que estiver constituído na obrigação de indenizar. “Indenizar significa tornar indene, restabelecendo-se a situação anterior à prática do ato lesivo”. (QUEIROZ, 1998, p.35) No CDC a responsabilidade objetiva,

independente da existência de culpa, visa proteger a saúde e a segurança do consumidor quando exposto aos riscos provindos da atividade dos fornecedores. Trata-se de uma lesão maior, por nada haver de mais precioso ao homem que a sua vida e a sua saúde. “Entretanto, isto não quer dizer que sejam pouco importantes as questões econômicas, sendo inquestionável a acentuada relevância da responsabilidade que se origina de vícios do produto e do serviço”. (QUEIROZ, 1998, p. 44)

Segundo Sanseverino (2002, p.47),

No Direito das Coisas, os riscos correm por conta do titular do direito real, normalmente o proprietário. Na responsabilidade pelo risco, há uma socialização dessa noção, estabelecendo-se que o dano vai ser suportado por pessoa diversa da descrita acima. Em vez de se atribuir às conseqüências do fato danoso, em que não se conseguiu apontar a ocorrência de culpa, à própria vítima, imputa-se a responsabilidade ao titular do empreendimento que desencadeou a ocorrência do evento. Assim, a responsabilidade objetiva, calcada na teoria do risco, é uma imputação atribuída por lei, a determinadas pessoas, de ressarcirem os danos provocados por atividades no seu interesse e sob seu controle.

A necessidade de efetiva proteção ao consumidor contra os danos em decorrência de acidentes de consumo conduziu à objetivação da responsabilidade civil do fornecedor, ou seja, independente de culpa. Era muito complicado para o consumidor comprovar a ocorrência de culpa do fabricante, produtor, construtor ou fornecedor em relação ao defeito no produto ou serviço que lhe causara o dano.

Por isso, com a edição do CDC, podemos identificar quatro pressupostos ou elementos na responsabilidade civil por acidentes de consumo, a partir das normas dos art. 12 e 14: defeito do produto ou do serviço; nexo de imputação; dano patrimonial e extrapatrimonial; relação de causalidade entre o defeito e o dano. (SANSEVERINO, 2002 p. 112)

Nos artigos 12 a 17, o CDC protege o consumidor em relação a produtos e serviços lançados no mercado de consumo que não apresentam a segurança esperada, causando danos à saúde e ao seu patrimônio.

O ideal seria que a totalidade dos danos ocorridos na sociedade de consumo fosse indenizada. Como isso não é possível, sob pena de inviabilizar a atividade produtiva, estabelecem-se limitações para a responsabilização dos fornecedores pelos danos decorrentes de acidentes de consumo. (SANSEVERINO, 2002, p. 113)

Um grande limite é o estabelecimento de que somente os danos causados por um produto ou serviço defeituoso devam ser indenizados. Há necessidade de caracterização de um defeito no produto ou no serviço para que ocorra a obrigação de indenizar. “Como a responsabilidade do fornecedor é objetiva, independente de culpa, o conceito de defeito aparece como o principal elemento na obrigação de indenizar”, segundo Sanseverino (2002).

O conceito de defeito não é preciso, para que tenha abrangência na totalidade de situações possíveis na vida social. O CDC conceitua defeito no artigo 12, para produto, e no artigo 14 em relação aos serviços:

Art. 12, / 1º: “O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em conta as circunstâncias relevantes, entre as quais: I – sua apresentação; II – o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III – a época em que foi colocado em circulação”.

Art. 14, / 1º: “O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: I – o modo de seu fornecimento; II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III – a época em que foi fornecido”.

A diretiva n. 85/374/CEE da União Européia regulamentou apenas a responsabilidade civil por danos causados por produtos defeituosos, no seu artigo 6º, cuja descrição de defeito é muito similar a descrita posteriormente no CDC (CONSELHO DA COMUNIDADE EUROPÉIA, 1985):

1. um produto é defeituoso sempre que não ofereça a segurança que se pode legitimamente esperar tendo em conta todas as circunstâncias e nomeadamente: a) a apresentação do produto; b) o uso ao qual o produto pode ser razoavelmente destinado, e c) o momento da entrada em circulação do produto.

2. Não se considera defeituoso um produto pelo simples fato de posteriormente ser posto em circulação outro mais aperfeiçoado.

O nexo de imputação é o vínculo que se estabelece entre o defeito do produto ou do serviço e a atividade desenvolvida pelo fornecedor para a atribuição do dever de indenizar os danos sofridos pelo consumidor prejudicado. O dano é toda a ampla gama de prejuízos causados pelo defeito do produto ou do serviço, abrangendo os danos patrimoniais e extrapatrimoniais. O nexo de causalidade é a relação de causa e efeito que se estabelece

entre o defeito do produto ou do serviço e o dano para que se possa reconhecer a ocorrência de um acidente de consumo e o nascimento da obrigação de indenizar. (Sanseverino, 2002, p. 112)

O Código de Proteção e Defesa do Consumidor (2001) não deixa dúvidas que a responsabilidade do fornecedor é independente de culpa, no art. 23, que estabelece que “a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade”. O fornecedor será responsabilizado pela indenização, independente de ter agido com culpa, ou seja, negligência, imprudência ou imperícia, em caso do consumidor provar a existência do acidente e que o acidente foi causado por aquele produto.

Segundo o CDC, há dois tipos de prejuízo: um relacionado ao defeito apresentado e outro relativo à consequência pelo mau funcionamento do produto ou má prestação de serviço, que é o dano externo causado ao consumidor. O primeiro tipo de prejuízo é regulado pelo art. 18, enquanto o ferimento ou qualquer outro resultado do defeito é o que gera a responsabilidade do fornecedor pelos prejuízos sofridos pelo consumidor.

“A responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço decorre da exteriorização de um vício de qualidade, vale dizer, de um defeito capaz de frustrar a legítima expectativa do consumidor quanto à sua utilização ou falta de adequação.” (GRINOVER, 2004, p. 175).

Sanseverino (2002, p.148) complementa dizendo que “a ilicitude da atividade do fornecedor está contida no conceito de defeito do produto ou do serviço, uma vez que a prioridade é a reparação do prejuízo sofrido pelo consumidor”.

Segundo os autores, que foram também autores do anteprojeto da Lei 8.078/1990, o CDC, não existe diferença entre vício de qualidade e defeito.

Existe uma tendência doutrinária que se preocupa em estabelecer uma dicotomia entre vício de qualidade e defeito. A nosso aviso, a dicotomia não existe, pois essas expressões se implicam, reciprocamente. Tanto posso aludir ao vício de qualidade como um defeito de um produto, como ao defeito como um vício de qualidade do mesmo produto. São ambas qualificações de desvalor atribuídas a produtos ou serviços que não corresponderam à legítima expectativa do consumidor, quanto à sua utilização, prestabilidade ou falta de adequação, bem como por adicionar riscos à integridade física ou patrimonial do consumidor ou de terceiros. (GRINOVER, 2004)

Entretanto, para Sanseverino (2002, p. 150),

“Enquanto defeitos são falhas do produto ou do serviço que afetam a segurança legitimamente esperada pelo consumidor, causando-lhe danos pessoais ou patrimoniais, os vícios são falhas, ocultas ou aparentes, que afetam, via de regra, apenas o próprio produto ou serviço, tornando-os inadequados ao uso a que se destinam por não apresentarem a qualidade ou quantidade esperada pelo consumidor, inclusive por deficiência de informação. Ou seja, o produto ou serviço defeituoso é aquele que se mostra perigoso, colocando em risco a segurança do consumidor, enquanto o produto ou serviço viciado é aquele que não apresenta a qualidade esperada, mostrando-se inadequado ao uso a que se destina.”

O CDC também divide os vícios chamando de vício de adequação, os citados nos arts. 18 a 25, sob o título ‘Da Responsabilidade por Vícios do Produto e do Serviço’, e vícios de segurança nos arts. 12 a 17, sob a rubrica ‘Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço’. (GRINOVER, 2004, p.176)

Um produto ou serviço pode ser defeituoso sem ser inseguro. Como exemplo Grinover (2004) cita os seguintes casos: posso entrar numa loja e comprar um par de sapatos ou uma camisa com defeito de numeração. Esse vício de qualidade não compromete minha segurança, já que este tipo de defeito costuma manifestar-se na fase inaugural de consumo, isto é, antes da sua utilização, por isso não são tratados como acidentes de consumo, e sim responsabilidades por vícios, que suscitam uma desvantagem econômica para o consumidor, mas a perda material não ultrapassa o limite valorativo do produto ou serviço defeituoso. (CDC, 2001, arts. 18 a 25).

Por outro lado, se compro uma vacina para imunização de bovinos e sua aplicação provoca a morte de todo meu rebanho, ou se contrato a edificação de um prédio que desaba na primeira chuva, o produto e o serviço em causa, além de defeituosos, são manifestamente inseguros. Nesta hipótese o defeito costuma ser oculto, pois o evento danoso somente se manifesta na fase mais avançada de consumo, durante sua utilização e o CDC dele se ocupa nos arts. 12 a 17. Todas essas considerações nos permitem concluir que todo produto ou serviço perigoso é defeituoso, mas a recíproca não é verdadeira. (Grinover, 2004, p. 176-7)

São dois modelos de responsabilidade: por vícios de qualidade e/ou quantidade dos produtos e serviços e por danos causados aos consumidores, ou seja, em relação aos acidentes de consumo.

Na proteção ao consumidor, o CDC define quais são os direitos básicos do consumidor, através do art. 6º, como proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos, direito à educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, informação clara e adequada sobre os riscos que apresentem e a efetiva prevenção e reparação dos danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos, entre outros direitos básicos.

Para que o consumidor possa usufruir seus direitos, levando em conta o princípio constitucional da isonomia, que propõe uma paridade de situações, haverão de ser tratados desigualmente os desiguais, na mesma proporção dessa diferença. A autonomia da vontade e a liberdade de contratar batem de frente com essa situação de inferioridade técnica do consumidor, cidadão comum face ao fornecedor, sempre um expert em seu ramo de negócio. (Queiroz, 1998, p. 47).

“O consumidor é o elo mais fraco da economia; e nenhuma corrente pode ser mais forte do que seu elo mais fraco”. O autor desta frase, explica Grinover (2004, p.61), ao contrário do que possa parecer, não é qualquer consumerista exacerbado. Ao contrário, é o “pai da produção em série”, ninguém menos que célebre magnata da indústria automobilística, Henry Ford.

De modo que o equilíbrio entre fornecedor e consumidor possa ser alcançado, o código prevê a inversão do ônus da prova, ou seja, ao invés do consumidor, que é o querelante, necessitar provar o que está pleiteando, esta é uma obrigação do fornecedor, que terá que provar que não praticou o dano. Essa determinação tem como base a relação de desigualdade entre as duas partes, em função de o fornecedor ser o detentor do conhecimento tecnológico a respeito do produto ou serviço que foi colocado no mercado. Ou ainda em função da possibilidade da prova ter sido destruída em um acidente de consumo, inviabilizando a comprovação por parte do consumidor. Todos esses fatores inibiriam a ação do consumidor. E, no caso de hipóteses sobre acidentes de consumo e de publicidade enganosa ou abusiva, o CDC estabelece que a inversão do ônus da prova seja feita automaticamente, sem necessitar da interferência do magistrado. (RIOS, 2001, p18.)

Além desta maneira de equilibrar a situação entre o fornecedor e o consumidor na relação de consumo, outras questões são tratadas no CDC, que tornam a equidade entre os dois

atores mais próxima da realidade. Podemos citar os seguintes, segundo Queiroz (1998, p.111):

- a) Não se faz necessária uma efetiva relação contratual, podendo a vítima reclamar com quem com ela certamente não contratou, mesmo porque existe uma responsabilidade solidária entre o fabricante, o intermediário e o comerciante (distribuidor);
- b) Os prazos para a reclamação por tais vícios são maiores do que aqueles que vigoram no Código Civil Brasileiro: trinta (30) dias, se o produto for não durável e noventa (90) dias, se for o caso de produto durável, conforme prescrição no art. 26 do CDC. Antes disto, o prazo era de 15 dias;
- c) Dispensa-se a característica da gravidade do vício, uma vez criado um regime de responsabilidade por vícios de qualidade, por improbidade ou por inadequação, bastando que tal produto se apresente viciado para ser suscetível de cobertura da garantia;
- d) A proteção diz respeito não só aos vícios de qualidade, como também aos de quantidade. Quanto aos primeiros, foram tratados em duas seções diferentes: os chamados vícios atinentes à saúde e à segurança dos consumidores (arts. 8º a 17 do CDC) – seções I e II e os vícios que atingem o patrimônio do consumidor (arts. 18 a 25 do CDC) – seção III. Os vícios de quantidade também poderão afetar a saúde e a segurança do consumidor, no caso da composição de uma droga;
- e) Para o caso de vício oculto, o prazo deve ser contado a partir do momento em que se evidenciar tal desconformidade;
- f) A proteção do consumidor não está adstrita à boa ou má-fé do fornecedor. Tem seu respaldo no princípio da garantia, no da equidade, com escopo maior de reequilibrar a relação de consumo;
- g) Os dispositivos do CDC são de ordem pública, visam o interesse pessoal, daí porque são insuscetíveis de renúncia ou disposição, não se admitindo convenção em sentido contrário pelas partes.

O CDC, além de proteger o consumidor, também teve o cuidado de proteger os fornecedores contra ações ilegítimas, sem fundamento e comprovadamente de má fé, por parte de consumidores ou associações que os representem, segundo o art. 87, parágrafo único, que diz:

Em caso de litigância de má fé, a associação autora e os diretores responsáveis pela propositura da ação serão solidariamente condenados em honorários advocatícios e ao décuplo das custas, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos (CDC, 2001).

2.10. A SEGURANÇA DOS PRODUTOS ATRAVÉS DA ERGONOMIA

Além da utilização de recall, estabelecimento de normas, além do estabelecimento, manutenção, controle e avaliação de um banco de informações, prestadas por consumidores que tenham sofrido acidentes de consumo, para direcionar esforços como a implementação de Programas de Avaliação da Conformidade em produtos que possuem maiores ocorrências de acidentes de consumo, existe outro aspecto que também deve ser considerado para se minimizar a ocorrência de acidentes de consumo: a ergonomia.

Além de situações de uso não observadas pelos fabricantes que podem acarretar acidentes, das não conformidades dos produtos e serviços, das falhas de projeto, existem causas ergonômicas que podem acarretar um acidente de consumo. Segundo Wilson & Norris (1997), a avaliação ergonômica no design do produto pode trazer benefícios tanto para o produtor quanto para o usuário. A ergonomia é o estudo de como o ser humano interage com pessoas, o meio ambiente, tarefas e produtos. A ergonomia usa a tecnologia para melhorar a eficiência a efetividade, a satisfação, o conforto, a saúde e a segurança das pessoas em casa, no trabalho, no lazer e no transporte.

Simplesmente seguir as normas e regulamentos não asseguram que o produto final pode estar isento de causar um acidente de consumo. Nessa parte da história o trabalho do ergonomista pode auxiliar em tornar o produto mais seguro. Enquanto as normas e regulamentos podem garantir um nível básico de segurança para os usuários do produto, um nível mais alto de segurança pode ser alcançado com base na avaliação ergonômica sistemática dos produtos. E é mais fácil e menos custoso realizar esta análise enquanto o produto está no projeto do que depois de produzido e disponibilizado para as vendas.

A avaliação de um ergonomista pode ajudar a prever alguns acidentes de consumo, com base no estudo das pessoas, como elas podem utilizar aquele produto, como elas interagem com ele, os possíveis perigos que podem ser acarretados no uso, se existe algum uso distinto daquele produto para idosos, crianças, entre outros aspectos.

Segundo Wilson & Norris (1997), a avaliação ergonômica do projeto de um produto deve compreender os seguintes itens, referentes à interação entre o produto e seu usuário:

-
- As características do produto: estrutura, partes móveis, fonte de alimentação de energia, embalagens, controles, informações e instruções, fixações, resistência, matéria-prima, etc;
 - Características físicas e psicológicas do usuário: idade, ambiente familiar, cultura, educação, gênero, a antropometria, ações e movimentos que ele pode fazer com o produto, o comportamento, a personalidade, experiências, inaptidões, etc;
 - O objetivo do usuário com aquele produto;
 - Fatores visuais, temperatura e barulho no ambiente de uso do produto e condições sociais.

Segundo Soares (2000), a importância da ergonomia é ainda maior atualmente porque vivemos numa sociedade onde prolifera a cultura do gasto e do consumo. Compramos o que nos é desnecessário: produtos com rápida obsolescência, muito marketing, moda variável, ou seja, a todo o momento necessitamos comprar novos e mais modernos produtos. E, de vez em quando, as propagandas podem nos persuadir a comprar produtos que podem ser inseguros, ineficazes, desconfortáveis, com dimensões incompatíveis às nossas necessidades e usos ou com difícil utilização.

Segundo o autor, as pessoas começaram a comprar bens somente pelo prazer da posse, sem exercitar sua capacidade crítica. Os consumidores são bombardeados com mensagens a todo tempo que os influenciam a comprar bens que às vezes eles nem precisam.

O consumo de produtos pobres em design se tornou uma realidade e os acidentes domésticos proliferaram até a década de 70, quando os acidentes domésticos atingiram os mesmos índices de ocorrência dos acidentes de trânsito. Neste cenário é que a ergonomia de consumo apareceu. (SOARES, 2000)

Em todo momento das nossas vidas, interagimos com muitos produtos de consumo e esperamos que esses produtos realizem suas funções de maneira rápida, segura, eficiente e confortável. Entretanto, são tantas as frustrações e erros que acontecem na sua utilização que sabemos que os produtos não são sempre seguros.

Uma fonte importante de estatísticas, segundo Júnior & Sell (2003), é o relatório da Polícia Rodoviária Federal. Neles são apontadas as causas para os acidentes e apenas uma pequena parcela delas é atribuída a defeitos mecânicos do automóvel e a defeitos na pista.

Ao se apontar o usuário, ou seja, a falha humana, como “causador” de grande parcela dos acidentes de trânsito vale lembrar que, quando se projeta um produto, deve-se distribuir entre o usuário e o produto as tarefas ou funções que cada um deverá executar e que o usuário, por suas limitações humanas, nem sempre consegue executar bem, por causa de cansaço, por exemplo, ou perda gradativa de capacidades e habilidades com a idade, por doenças e acidentes e até mesmo por dificuldades de concentração em ocasião de estresse elevado. Quando as limitações humanas não forem consideradas satisfatoriamente no projeto de um produto, tem-se um projeto deficiente. (JÚNIOR & SELL, 2003)

O autor exemplifica como um projeto deficiente pode provocar vítimas fatais: o caso ocorreu com um acidente de automóvel, um mitsubishi Eclipse CL, em 1994, que vitimou o acompanhante Dener Augusto de Sousa. O acidente se deu por impacto contra uma árvore, com uma desaceleração de 64km/h até 0km/h em apenas 0,1 s, em um percurso de 90 cm. Neste acidente, a má utilização do cinto de segurança foi a causa da fatalidade de Dener. O automóvel era dotado de dois tipos de cintos de segurança para os ocupantes dianteiros: os cintos pélvicos e os diagonais. Neste caso, os ocupantes usavam apenas os diagonais, o que acarretou, no momento do impacto, o chamado efeito pêndulo, onde o corpo é lançado para frente devido à inércia e a parte inferior do corpo, estando livre, faz o corpo escorregar violentamente para frente, ficando o usuário do cinto preso a ele. Isso pode provocar lesões na região peitoral e na porção anterior do pescoço, lembra o autor.

Sabendo disso, e querendo ganhar mais mercado num mundo cada vez mais globalizado, as empresas vêm investindo no atendimento às normas e regulamentos, através do uso dos mecanismos de avaliação da conformidade disponíveis. Reduzir perdas durante a produção, reduzir reclamações sobre a qualidade do produto, reduzir o tempo de produção e promover a satisfação do consumidor são objetivos da qualidade, segundo Soares (2000). E a ergonomia tem uma parte importante nessa garantia da qualidade ao promover produtos com melhor performance. A ergonomia passou a ter mérito de participar como mais um chamariz nas propagandas. Um produto com design ergonômico passou a ser mais procurado por melhor entender e garantir as expectativas do consumidor.

“Um produto ergonômico é o resultado da análise entre a beleza e a finalidade, o que é essencial para se produzir um produto satisfatório. Na realidade, acontece que a interface com o usuário pode ficar prejudicada em função de se investir somente na estética.” (Soares, 2000).

A melhor maneira de evitar acidentes é tornar o produto tão seguro quanto possível, visto que nem sempre pessoas treinadas ou que compreendem bem o produto utilizá-lo-ão na prática. (JÚNIOR & SELL, 2003) Mas deve-se também observar a relação custo / benefício, ou seja, o produto deve ser o mais seguro possível sem tornar o produto muito caro, acima do valor que as pessoas se dispõem a pagar por ele.

Segundo Bucich & Soares (2000), para se criar um produto que possa ser comercializável, deve-se alcançar um equilíbrio entre os custos de fabricação, a qualidade e a segurança. Embora não seja possível eliminar todos os perigos potenciais, a realização de testes e o fornecimento de advertências adequadas podem garantir que produtos potencialmente perigosos possam ser usados em segurança dentro do seu contexto de uso pretendido.

Ainda segundo os autores, os erros humanos continuam sendo um ponto importante a ser considerado durante a análise do perigo potencial dos produtos. Mas o erro humano pode ser controlado antes que acidentes ou danos ocorram. O aumento crescente na complexidade dos produtos conduz inevitavelmente à ocorrência de mais erros e problemas de uso. Por isso, o fabricante tem que deixar claro para que serve o produto e a maneira de utilizá-lo.

Entretanto, esse tipo de causador de acidente doméstico pode também ser minimizado com o investimento da educação e na informação ao consumidor.

2.11. A EDUCAÇÃO E O CONSUMIDOR CONSCIENTE FRENTE AOS ACIDENTES DE CONSUMO

“A saída para nossos maiores problemas, inclusive para aqueles conseqüências das relações de consumo, entendemos ser uma educação eficiente, sobretudo. Só conhecendo seus direitos é que o consumidor poderá vir a exercê-los; entretanto, isso demanda tempo. Até que possamos ter atingido tal meta em benefício da grande massa da população brasileira, restar-nos-á, como medida paliativa, a idéia de implantação de órgãos fiscalizadores ou a real atuação dos que já existem, a exemplo daqueles que efetivamente atuam em outros países, tal como nos Estados Unidos da América, o “Food and Drug Administration”, poderia ser de grande valia. Resta a esperança de que uma educação mais consciente e adequada leve, no futuro, o consumidor a, se não prescindir totalmente dessa tutela, pelo menos, não só dela depender.” (QUEIROZ, 1998, p.22).

Da Cruz (2003, p. 71) menciona o discurso do voto do Min. Celso de Mello:

O Estado social é, nitidamente, um Estado intervencionista, que procura, a partir da concretização das liberdades reais ou positivas, realizar a justiça social, prestigiando e fortalecendo, desse modo, os direitos econômicos e sociais reconhecidos em favor das pessoas.

O Estado não pode ser visto como um aparelho destinado a cumprir os desígnios de uma classe dominante. A modernização do Estado reflete, na realidade, as novas tendências que exigem a sua constante atualização. Sem transformações substanciais, que privilegiem a justa solução das graves questões sociais, o Estado terá, certamente, falhado à sua alta missão institucional.

De acordo com o discurso, o Estado somente conseguirá cumprir sua missão institucional ao proporcionar uma solução justa para as divergências sociais. E, para isso, devem ocorrer transformações substanciais, sobretudo na educação. Podemos observar alguns exemplos de países que puderam crescer economicamente direcionando subsídios para a educação, como a China e o Japão.

A educação e a informação são ferramentas poderosas para um povo se tornar mais crítico e consciente. Ao se tornar mais consciente, o consumidor faz com que as empresas se coloquem de forma mais positiva no mercado, investindo em qualidade. E as empresas, por outro lado, conscientes de que o consumidor irá cobrar pelos seus direitos, terão que estar prontas para atendê-los, porque certamente, em caso contrário, ele buscará outras opções.

Segundo Delfino (2004), a informação ganhou, com a publicação do CDC, contornos peculiares. A informação foi erigida à categoria de princípio fundamental do microsistema das relações de consumo (art. 4º., IV), integrando ainda o rol dos direitos basilares do consumidor (art. 6º., III). Outra característica inerente à informação, em situações que envolvam relações de consumo, é a sua inevitabilidade. Não cabe ao fornecedor decidir se deve ou não exibir instruções a respeito dos produtos que coloca no mercado; a faculdade não reside aqui. Deverá ele, o fornecedor, apresentar, obrigatoriamente, as informações sobre a utilização do produto e seus eventuais riscos. Sua ampla liberdade de agir foi, expressamente, revogada com o nascimento do Código de Defesa do Consumidor. E não basta apenas informar; a informação precisa ser socialmente eficaz. Isto é, a informação sobre a natureza, a utilização e os riscos de determinado produto deverá, fatalmente, atingir o público alvo ao qual ele, o produto, é destinado, de forma tal que o consumidor seja legitimamente instruído, sem engodos, sem ilusões.

Resultados preliminares de pesquisas que estão sendo realizadas na unidade de emergência do Instituto Prof. Pedro Alcântara, localizado em São Paulo, mostraram que mais de 90% das famílias estudadas não haviam recebido dos órgãos de saúde que freqüentam, qualquer informação sobre prevenção de acidentes no lar. (SCHVARTSMAN, 1987)

Segundo Ciampo (1997), diante do estudo realizado em 736 domicílios da cidade de Vila Lobato, demonstra que a maioria dos acidentes com crianças ocorre na parte da tarde, quando elas estão cansadas ou seus acompanhantes responsáveis estão realizando outras tarefas do lar, implicando em menor vigilância sobre as crianças. E, em função do ambiente doméstico ser altamente perigoso para as crianças, verificou-se que o tema “prevenção de acidentes” deveria ser considerado atual e de grande importância para a população infantil, exigindo maior discussão e divulgação. Deve-se concentrar recursos e esforços das mais variadas espécies para que esse objetivo seja alcançado. Nesse sentido, o pediatra deve incorporar em sua prática diária a discussão, orientação e divulgação dos preceitos básicos em prevenção de acidentes junto aos seus pacientes, assumindo o papel de educador e difusor de conhecimento.

Laughery, 1993 (apud Bucich & Soares, 2000), afirma que os produtos de consumo são freqüentemente projetados partindo da premissa que os usuários possuem algum conhecimento ou informação necessários para manusear tais produtos. Mas, na verdade, esses usuários podem não ter a informação requerida para um uso adequado do produto. Essa doutrina assume que os consumidores irão usar a sua inteligência e experiência para se protegerem contra possíveis riscos no manuseio do produto, comentam os autores.

Entretanto, segundo Delfino (2004), vivemos num país onde residem 15 milhões de analfabetos (13,3% da população brasileira), com idade superior ou igual a 15 anos. Além disso, 29,4% de nossa população é constituída pelos chamados analfabetos funcionais, pessoas que não completaram os quatro primeiros anos do ensino fundamental. Em uma nação com essas características preocupantes, só há de se falar em informação socialmente eficaz, pelo menos no que se refere à parcela considerável da população, quando ela – a informação – for difundida por meio de imagens. Neste ponto, foi importante a iniciativa governamental, por meio da MedProv 2.134-30, de obrigar as indústrias do tabaco a apresentarem em seus maços imagens dos males causados pelo fumo, popularmente chamadas de “espanta-fumantes”. Sem dúvida, grande parte da comunidade brasileira, em

razão do seu baixo nível econômico, social e cultural, somente terá acesso a essas informações através do sistema de símbolos e imagens.

A educação para o consumidor pode ser efetivamente incorporada através da educação escolar, através dos temas nas salas de aula que induzam o aluno a buscar e ter interesse pelo conhecimento de seus deveres e direitos. Outra maneira de se disseminar a informação seria através da publicidade e comunicação do dia a dia, segundo Soares. Ainda segundo o autor, o objetivo da educação para o consumo é promover consumidores modernos com habilidades para identificar suas necessidades e fazer uma avaliação baseada na informação. E também, a educação do consumidor pode capacitá-lo a tomar decisões e fazer julgamentos com base nas informações recebidas, analisadas e relatadas.

Por isso é tão importante o papel do consumidor nessa relação de consumo. Ao usar seu poder de escolha de forma consciente, o consumidor pode coibir abusos, encorajar o comportamento ético das empresas e proteger o meio-ambiente. Um consumidor que se recusa a adquirir um tênis fabricado com mão de obra infantil ou um produto fabricado por uma indústria que polui o meio ambiente certamente estará contribuindo para acabar com essas práticas. Ao consumir o que for necessário, preservando a natureza para que não falem recursos para as gerações futuras, ou escolhendo produtos e serviços cuja fabricação ou execução não sejam prejudiciais à natureza, o consumidor estará contribuindo para o consumo sustentável. Outras medidas importantes podem ser tomadas como: evitar o consumo desenfreado, que pode contribuir para esgotar os recursos naturais, evitar o desperdício, evitar comprar produtos cujas embalagens demoram mais a se decompor e dar preferência aos materiais reciclados. (LAZZARINI & SALAZAR, 2002, p. 41)

O consumidor poderá exercer também um papel ético no consumo. Comprar eticamente significa que o consumidor faz suas escolhas de compra de forma consciente, recusando os produtos e serviços produzidos por empresas que atuem de forma ética na sociedade, ou seja, não respeitam leis de proteção ao consumidor, ao meio ambiente e trabalhistas, utilizam trabalho infantil, entre outras.

Ainda, segundo Lazzarini & Salazar (2002),

O comportamento ético do consumidor começa a partir de suas próprias atitudes. É preciso estar sempre atento para os sinais emitidos pelas empresas que podem revelar sua conduta ética ou não. Sinais exteriores, como o tipo de embalagem ou as

informações escritas (ou omitidas) no rótulo já podem ser bastante indicativos.

Entretanto, quando existe a falta de informação e educação, o estímulo ao comportamento ético e consciente através de Entidades de Defesa dos Consumidores pode ser bastante eficaz. A Associação de Defesa dos Consumidores do Mato Grosso do Sul (Adecon), observando o comportamento passivo da população diante de uma série de problemas, percebeu que era hora de prestar esclarecimentos sobre direitos e deveres do consumidor. Depois de obter o apoio do Fundo de Defesa de Direitos Difusos, a Associação iniciou o projeto “Educando Consumidores para a Cidadania”, desenvolvido em onze municípios. Durante o projeto, a Adecon realizou uma pesquisa e levantou que 76% dos entrevistados sabem que o Código de Defesa do Consumidor existe mas 74% nunca recorreram a um órgão de defesa do consumidor. Após isso, outros projetos foram desenvolvidos, inclusive a necessidade de formar multiplicadores, que pudessem ensinar direitos e deveres do consumidor ao maior número de professores e pessoas possíveis. Para isso, a solução era treinar os professores. (CONSELHO FEDERAL GESTOR DO FUNDO DE DEFESA DE DIREITOS DIFUSOS, 2005, p. 57)

Existe um projeto similar coordenado pelo Inmetro, desde 2002, denominado “Formação de Multiplicadores em Educação para o Consumo”. Segundo a coordenadora do projeto, Márcia Andréia da Silva Almeida, “a mudança de comportamento da pessoa como consumidora, representa muito para o aprimoramento da qualidade dos produtos. E, sabendo que o coletivo parte do individual, desenvolvemos oficinas nas quais passamos a metodologia da multiplicação de conceitos. Cada oficina discute o meio ambiente local e o consumo da sua região”. Dessa maneira, os consumidores podem ter acesso às informações de como utilizar seu comportamento no ato de consumir para propiciar melhorias para si próprio e para toda a comunidade.

“Muitas pessoas se preocupam com o estudo do comportamento do consumidor porque querem ajudá-lo a agir ou a comprar de forma mais sensata. Por intermédio da educação, pode-se ensinar os consumidores a enfrentar decepções e outros abusos e reconhecer as oportunidades de retratação. Além disso, qualquer pessoa pode se beneficiar de estratégias econômicas e dicas de como se tornar melhores compradores. Os programas educativos devem ser baseados em pesquisas sobre a motivação e comportamento para se tornarem relevantes na vida real dos consumidores. Os economistas e os especialistas em assuntos do consumidor estão entre os principais pesquisadores de como e por que as pessoas consomem produtos.” (BLACKWELL, 2005).

Quando Sam Walton, fundador do Wal Mart, maior organização varejista do mundo, andava pelas suas lojas, ele comentava com os empregados: “só o cliente pode demitir a todos”. Ele falava a verdade. Walton acreditava que os consumidores é que decidem quais organizações devem crescer e quais devem falir. Ele compreendia o poder dos consumidores como uma entidade – quando fazem escolhas no mercado, esses consumidores votam por quais candidatos querem que sobrevivam no hipercompetitivo ramo do varejo atual. (BLACKWELL, 2005)

O poder do consumidor é imenso. Quando ele tiver consciência de seu poder e souber administrá-lo de forma a propiciar direcionar vantagens em função de seus intuítos e objetivos ele terá dominado o seu poder de consumidor. Mas isso somente ocorrerá com o consumidor consciente. Dessa maneira ele pode induzir empresas a não poluírem o meio ambiente, procurando consumir produtos e serviços somente daquelas que oferecem um programa implementado de responsabilidade social, por exemplo. Ou, caso a empresa jogue dejetos de forma que promova a poluição e contaminação do espaço de entorno, esta não conseguiria vender mais seus produtos. Ainda, empresas que não permitam que seus empregados tenham qualidade no ambiente de trabalho, creche, plano de saúde, teriam seu espaço no mercado minimizado. Ou ainda, utilizar os programas de qualidade de produtos e serviços para utilizar essa informação no momento de sua compra. Essas são maneiras do consumidor utilizar seu poder de compra.

Entretanto, para que o consumidor possa ser exigente e se basear nas informações e no conhecimento ao consumir é necessário que as empresas sejam responsáveis por seus produtos e serviços e disponibilizem na embalagem as informações necessárias para que o consumidor possa efetuar uma análise sobre o produto e avaliar sua compra.

Luiz Amaral (1993) *apud* Da Cruz (2003, p. 69) salienta:

“Que liberdade há para quem desconhece as regras básicas do mercado, os produtos e seus similares, os preços e seus componentes? Que liberdade há para quem está sob pressões diversas (publicidade subliminar, rótulos e embalagens enganosas, monopólios, insuficiência salarial, etc?) Que liberdade há para quem ignora o sentido e alcance das conseqüências jurídicas de cláusulas contratuais exclusivamente arquitetadas pelo economicamente mais forte? Como se pode ver a famosíssima e secular liberdade contratual ou autonomia da vontade amiúde não passa de máscara para a vontade unilateral, e por isso mesmo e enquanto princípio absoluto, acha-se a caminho do museu de belas utopias jurídicas.”

Dessa maneira, podemos observar como o estudo sobre acidentes de consumo e suas ocorrências são importantes, assim como seu diagnóstico. Entretanto, não é possível haver diagnóstico sem a informação. Como poderia a população, sem informação, estabelecer contato com alguma entidade que a proteja a fim de reclamar sobre algum dano que tenha sido causado a ela?

Nesse sentido, iremos observar no capítulo quatro o trabalho de três entidades, uma nacional e duas estrangeiras para cadastrar os acidentes em bancos de dados e também disseminar o conhecimento sobre acidentes de consumo. Também iremos ter o contato com a opinião de representante de entidade de defesa do consumidor, o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) e seu entendimento sobre o tema.

CAPÍTULO 3

Metodologia

3. METODOLOGIA

Este estudo baseou-se, principalmente, em quatro fontes de informação. Uma das quatro fontes, que se baseia na ocorrência de acidentes de consumo, foi um questionário distribuído para uma amostra da população, selecionada com base em critérios a serem definidos posteriormente. Outra fonte de dados é baseada em pesquisas realizadas através da internet em sites de duas organizações estrangeiras que realizam estudos estatísticos sobre acidentes de consumo e suas implicações para o poder público e para a população. Estas organizações são a *Consumer Product Safety Commission* (CPSC), uma Agência Federal Reguladora Independente dos EUA e a *Royal Society for the Prevention of Accidents* (ROSPA), que efetuou uma coleta de dados sobre acidentes de consumo, de 2000 a 2002, no Reino Unido, trabalhando para o *Department of Trade and Industry* – DTI. Essas fontes não tem correlação. São fontes distintas obtidas com maneiras diferentes de obtenção e tratamento de dados.

Outra fonte de informações sobre este tipo de acidentes foi o trabalho realizado pela ONG PRO TESTE, no Brasil, que realizou um estudo, apoiado por quatro hospitais da cidade de São Paulo, durante três meses, sobre este tipo de acidente. Os resultados foram alarmantes e inovadores no Brasil, que não dispunha até este momento de pesquisas relacionadas a acidentes de consumo, em geral, obtidas diretamente dos hospitais.

A quarta fonte de informação sobre o assunto é a apresentação de uma entrevista a representante de uma entidade de Defesa do Consumidor, o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), sobre sua visão sobre este tema.

São descritos também o trabalho do Inmetro realizado pelo Programa de Análise de Produtos, que analisa produtos e serviços em relação às normas e regulamentos técnicos e algumas estatísticas realizadas pelo Ceatox – Centro de Toxicologia, coordenado pelo Ministério da Saúde, através da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa.

Este estudo serve para demonstrar a importância de termos uma base de informações, no Brasil, sobre este tipo de acidente, o que corrobora com a visão do Deputado Dimas Ramalho, autor do projeto de lei que criou o Sistema Nacional de Controle de Acidentes de Consumo (Sinac), que é apresentado no Anexo B.

3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Para a metodologia utilizada neste estudo foram utilizados os conceitos propostos por Vergara (2004), que classifica o tipo da pesquisa quanto aos fins e aos meios, sua delimitação e apresenta as suas limitações.

Considerando os critérios de classificação citados, tem-se:

- a) Quanto aos fins – trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória. Descritiva porque expõe características de determinadas populações, ao analisar a ocorrência de acidentes de consumo cadastrados, em bancos de dados, nos EUA e no Reino Unido, além de um estudo com uma pequena amostra populacional brasileira, com a proposta de servir de base para mostrar a importância da criação de um banco de dados sobre acidentes de consumo, em âmbito nacional, para o Inmetro e toda a sociedade brasileira.

Esta pesquisa ao mesmo tempo é exploratória, pois foi realizada em área onde há pouco conhecimento acumulado, no Brasil. Existe a definição do conceito de acidente de consumo e a responsabilidade civil dos fabricantes de produtos e prestadores de serviços, definidos no capítulo 2, através de autores como Sanseverino (2004) e Rios (2001), mas não se sabe dizer, no Brasil, o quanto esse tipo de acidente impacta nos cofres públicos brasileiro e na população brasileira.

- b) Quanto aos meios – essa pesquisa é documental e bibliográfica. No primeiro caso, a classificação deve-se à investigação de documentos internos ao Inmetro, tais como livretos, cartilhas, relatórios e bancos de dados internos sobre o Programa de Análise de Produtos e Avaliação da Conformidade. A pesquisa também é bibliográfica porque é um estudo baseado em material publicado em livros, dissertações, artigos, teses e material disponibilizado em meio eletrônico, disponíveis ao público em geral.

3.2. LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A metodologia escolhida para o estudo apresenta certas limitações, descritas a seguir:

Foi encontrada pouca quantidade de trabalhos sobre acidentes de consumo. A maioria dos trabalhos brasileiros eram artigos, da área médica que tratavam de temas mais amplos e acabavam elencando dados sobre problemas domésticos, como foi o caso descrito por Ciampo (1997). No Brasil, não há bancos de dados sobre acidentes nos hospitais. Apenas os acidentes de trânsito e de trabalho possuem cadastro obrigatório. O próprio Ministério

da Saúde (MS) está desenvolvendo esforços no sentido de conseguir cadastrar dados sobre acidentes envolvendo produtos perigosos e sobre intoxicações, através dos Centros de Toxicologia (Ceatox) espalhados pelo país.

Apenas foi identificado um estudo brasileiro, coordenado pela ONG PRO TESTE que elaborou um convênio com quatro hospitais de São Paulo para o cadastro de acidentes de consumo, pelo período de três meses.

Em termos de dissertações, apenas uma tratava diretamente de acidentes de consumo, mas o foco do estudo era sobre ergonomia e como sua aplicação poderia minimizar a ocorrência deste tipo de acidente. Essa dissertação também utilizou dados de bancos de dados estrangeiros.

Desta forma, apesar de existirem, no mundo, iniciativas na busca de informações que retratam a incidência de acidentes de consumo, são poucos países que cadastram estas informações. Por isso, são poucas informações sobre este tema baseadas em dados reais disponíveis para estudo.

Outras fontes de dados foram algumas jurisprudências de julgamentos sobre acidentes de consumo. Essas jurisprudências são registradas em revistas de direito do consumidor e podem servir como base para estudos sobre o tema, lembrando que nem todas as vítimas de acidentes de consumo recorrem à Justiça para requererem seus direitos. Mas não há, por parte do Ministério da Justiça, uma estatística sobre quais produtos acarretaram a busca por ações civis.

O Programa de Análise de Produtos, do Inmetro, foi uma fonte de informações importantes sobre alguns produtos analisados, no período de 2003 a 2006, que obtiveram não conformidades, em relação a normas e regulamentos técnicos, para fins comparativos em relação aos dados estudados.

3.3. DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

Este trabalho avalia estudos estrangeiros e nacionais sobre estatísticas de acidentes de consumo e estabelece análise comparativa em relação a informações provenientes do Programa de Análise de Produtos, estatísticas de acidentes de trabalho além de abordar características da cultura do consumo e comportamento do consumidor para estimular a

consciência da sociedade sobre a importância de se conhecer e registrar os acidentes de consumo, para melhor entendê-los e encontrar uma forma de minimizá-los.

Não faz parte deste estudo elaborar um banco de dados, para o cadastro de tais informações e com isso buscar respostas para questionamentos, tais como:

- a) Que melhorias os produtos vendidos no mercado nacional poderiam implementar de forma a minimizar a ocorrência de acidentes de consumo?
- b) Os acidentes de consumo, no Brasil, ocorrem mais devido à falta de informação do consumidor brasileiro, ou devido à falha no design, o que mostraria a importância do estudo da ergonomia?
- c) Esses acidentes ocorrem, em maior proporção, porque alguns produtos costumam apresentar não conformidades em relação a normas e/ou regulamentos técnicos?
- d) Qual é a proporção de acidentes causada por mau uso do produto por parte do consumidor?

Este estudo busca, através de estudo de informações de bancos de dados estruturados de outros países, e de um estudo realizado no Brasil, dar informações que possam servir para balizar conjecturas a respeito da importância deste tema e do cadastro de informações no Brasil, que possa permitir, justamente, dar resposta a essas perguntas, que, atualmente, não podem ser respondidas.

De forma a possibilitar uma avaliação estatística em relação a acidentes de consumo que permita observar características não observadas em outros estudos, foi elaborado, no âmbito do Inmetro, uma pesquisa sobre este tipo de acidentes. Essa pesquisa envolvia a reposta a algumas perguntas que foram entregues em um questionário. As perguntas realizadas estão descritas no apêndice A.

3.4. UNIVERSO DA PESQUISA

Neste estudo foram utilizados dados estatísticos que se basearam em amostragens totalmente diferentes, que serão especificadas a seguir.

- Banco de Dados da CPSC: a amostragem da população compreendia a própria população dos EUA que sofreu acidentes de consumo e se consultou nos hospitais da rede estabelecida em convênio com a Agência, que contava, em 2005, com 100 hospitais conveniados;

- Banco de Dados da ROSPA: população do Reino Unido acometida de acidentes de consumo que se consultou na rede de 18 hospitais conveniadas ao DTI para o armazenamento de informações;
- Estudo da PRO TESTE: população que foi atendida nos hospitais parceiros deste estudo, no período de três meses, em 2004, no município de São Paulo, que foi vítima de acidentes de consumo;
- Estudo feito no Inmetro: a população estudada era composta dos próprios servidores e colaboradores, e seus familiares, do Inmetro, com nível superior.

3.5. DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

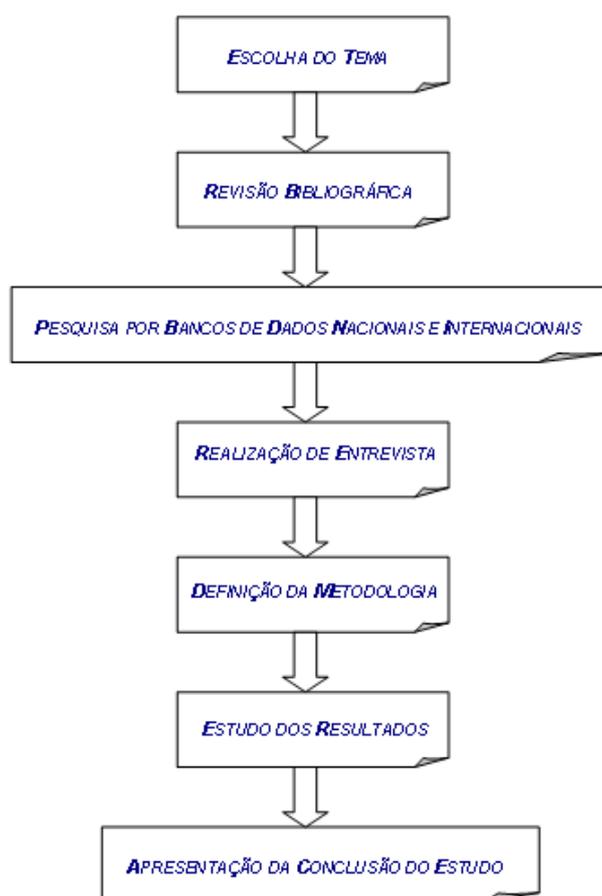


Figura 02 – Desenvolvimento da Pesquisa. Fonte: Autora (2006).

CAPÍTULO 4

Resultados e Discussões

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Segundo Chiozzotti (1995) apud Correia, o estudo de caso é uma caracterização abrangente para designar uma diversidade de pesquisas que coletam e registram dados de um caso particular ou de vários casos particulares, a fim de organizar um relatório ordenado e crítico de uma experiência, ou avaliá-la analiticamente, objetivando tomar decisões a seu respeito ou propor uma ação transformadora.

Desta forma, foram consideradas para esta análise quatro fontes de informação sobre os acidentes de consumo, descritas no capítulo 3, que posteriormente foram estudados para que pudéssemos então fornecer conclusões que possam, em algum momento, direcionar atitudes ou políticas em relação ao tema, tais como, medidas de prevenção, campanhas informativas e de orientação ou ainda promover o alinhamento de atitudes em prol da tentativa de orientar recursos na diminuição deste tipo de acidentes, além de estudos para estimar o custo que os acidentes de consumo causam aos cofres públicos.

Podemos citar algumas necessidades em relação ao estudo deste tema, principalmente em relação à informação. Uma delas diz respeito ao conhecimento do tema pela sociedade, para que ela possa identificar e a notificar os acidentes de consumo. Outra diz respeito aos fabricantes, para que, em função da possibilidade de estarem oferecendo um produto inseguro, promovam mudanças no design dos produtos ou de equipamentos no oferecimento e prestação dos serviços, alteração e melhoria das informações prestadas no rótulo dos produtos e nos manuais de instrução. Além disto, existe também a necessidade de instigar a atenção do poder público e da população para a existência de um tipo de acidente que pode estar causando mais fatalidades do que os acidentes de trabalho.

Existem alguns parâmetros que devem ser levados em consideração no estudo deste tema. São eles:

- Não existe no Brasil um sistema nacional implementado exclusivo para acidentes de consumo, em âmbito nacional;
- Acidentes de consumo causam prejuízos de 700 bilhões de dólares, por ano, aos EUA, um país com grande mercado consumidor e que demonstra, desde 1962, com o pronunciamento do Presidente John Kennedy ao Congresso, a importância e a preocupação com o consumidor para as relações de consumo e a economia deste país.

Este valor é 10 vezes maior do que o valor da exportação brasileira em 2002, que é da ordem de US\$60,3 bilhões (INMETRO, 2005). Mas este valor ainda é bastante significativo a um país cujo PIB alcançou o valor de 11,2 trilhões de dólares, em 2005.

- Acidentes de consumo ocorreram, no Reino Unido, 27% a mais do que acidentes de trânsito (dados de 1996). Em um estudo realizado sobre acidentes, foi constatado que, em relação ao total de todos os acidentes ocorridos, no Reino Unido, o acidente de consumo teve um índice de 33% e os acidentes de trabalho ocorreram em 26% dos casos, segundo Correia (2002);
- Segundo o anuário estatístico de Acidentes do Trabalho, em 2000, houve, em todo Brasil, 343.996 casos de acidentes do trabalho registrados. Caso a proporção entre acidentes de consumo e de trabalho, observada no Reino Unido, em 1996, seja semelhante no Brasil, poderíamos estimar mais de 450 mil casos de acidentes de consumo, por ano, no país;
- De acordo com dados do Centro Nacional de Epidemiologia do Ministério da Saúde, ocorreram, somente em 2000, mais de 7.000 casos de intoxicação por alimentos no Brasil (TABAI, 2000). A intoxicação por alimentos consumidos em restaurantes ou comprados nos mercados representa um acidente de consumo;
- É estimado, no Reino Unido, um gasto de 30 bilhões de libras por ano devido a acidentes de consumo (ROSPA, 2005).

Esses dados estatísticos servem para mostrar o quanto diagnosticar e contabilizar os acidentes domésticos é importante para a própria economia brasileira, já que recursos podem estar sendo destinados para sanar outros problemas que acarretem, na verdade, danos e prejuízos menores aos cofres públicos e à população do que os acidentes domésticos.

A seguir serão detalhados todos os resultados das pesquisas realizadas.

4.1. PESQUISA ATRAVÉS DOS QUESTIONÁRIOS

A pesquisa foi realizada com 32 pessoas, todas propositadamente com nível superior, colaboradores e funcionários de diferentes setores do Inmetro e seus familiares, no sentido de observarmos nesta população a incidência de acidentes de consumo. Como essa parcela da população faz parte de um perfil especificado, os resultados desta pesquisa não podem ser replicados para a população brasileira em geral.

As perguntas realizadas nesta pesquisa encontram-se no apêndice A.

Ao avaliar os resultados da pesquisa, foi possível observar os seguintes aspectos:

- Da amostragem analisada, 87,5% sofreu algum tipo de acidente de consumo, seja com produto ou serviço;
- Das pessoas que sofreram acidentes, 75% sofreu um acidente de consumo ao utilizar um produto; 14,3% ao utilizar um serviço e 10,7% tiveram acidentes com serviços e produtos, conforme demonstra o gráfico a seguir:

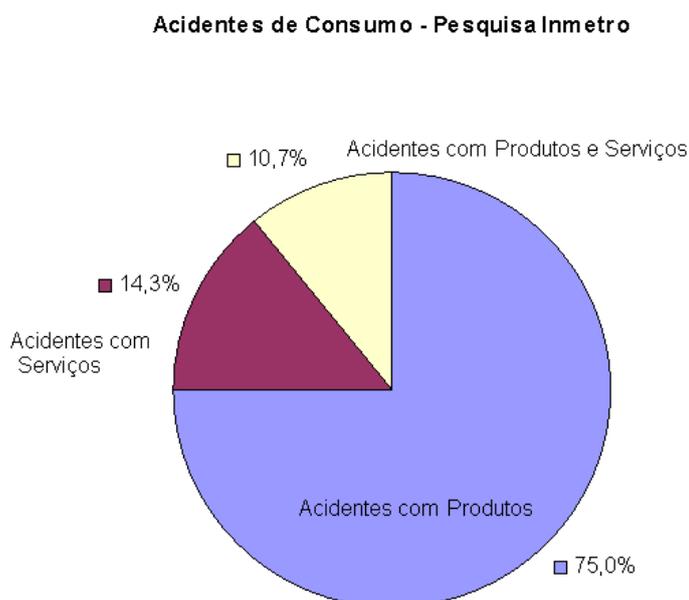


Gráfico 01 - Porcentagem de Acidentes de Consumo. Fonte: Autora.

De acordo com o gráfico, podemos observar que ocorrem mais acidentes com produtos do que com serviços, segundo a população estudada.

- Do total da população estudada que sofreu acidentes, 87,5% do total, ou seja, 28 pessoas, 75% tiveram lesões e 53,6% recorreram ao atendimento médico;
- Ou ainda, das 21 pessoas que foram lesionadas, 14 necessitaram de atendimento médico, ou seja, podemos dizer que 68,2% das lesões, machucados ou contaminações podem ser consideradas sérias, e devem ter acarretado ausência do acidentado no trabalho, pelo menos para garantir a ida ao médico;
- Podemos inferir que, da população estudada, 45,5%, já teve ausência do trabalho devido a acidentes domésticos, pois esse é o percentual, em relação à população total, de pessoas que tiveram que ir ao médico devido a algum acidente de consumo;

-
- Os produtos causaram mais acidentes do que os serviços, mas em 100% dos casos de acidentes de consumo envolvendo o uso de serviços acarretaram lesões, ou seja, todos que se acidentaram com serviços tiveram machucados, como lesão na coluna, perna, entre outros. Enquanto isso, dos acidentes causados por produtos, somente 66,7% tiveram como consequência algum tipo de lesão;
 - É importante observar que nenhuma pessoa que participou da pesquisa obteve algum conhecimento ou esclarecimento com o médico que o atendeu, sobre o tipo de acidente sofrido. Talvez essa seja a causa de 0% ter recorrido à justiça para obter seus direitos por danos físicos ou morais ocorridos.
 - Um fator que deve observado nesta amostra da população é que todos foram servidores ou colaboradores do Inmetro, pessoas com nível superior, logo, mais esclarecidas do que a maioria da população, e mesmo assim, o índice de ocorrência de acidentes de consumo é alto.

Segundo Ciampo (1987), diante do estudo realizado em 736 domicílios da cidade de Vila Lobato, em São Paulo, verificou-se que o ambiente doméstico pode ser altamente perigoso para as crianças. Nesse sentido, o pediatra deve incorporar em sua prática diária a discussão, orientação e divulgação dos preceitos básicos em prevenção de acidentes junto aos seus pacientes, assumindo o papel de educador e difusor de conhecimento. Entretanto, segundo a pesquisa realizada no Inmetro, os médicos não têm exercido o papel de difusor deste tipo de conhecimento.

Ao avaliarmos os estudos realizados tanto no Brasil quanto nos EUA e Reino Unido, a conscientização e a conceituação do acidente de consumo para o paciente foram primordiais para a obtenção dos dados.

No estudo realizado no Inmetro, ao receberem os questionários, a primeira pergunta dos participantes da pesquisa era: “o que é um acidente de consumo?”. De forma a minimizar problemas devido à falta de informação, foi descrita no questionário uma contextualização sobre o acidente de consumo, assim como foram descritos alguns exemplos.

Dessa maneira, com a informação correta disponibilizada, foi possível obter os dados e as pessoas se conscientizaram sobre o tipo de acidente que a maioria já tinha sofrido, mas nunca tinha ouvido falar. Nem ao menos imaginavam que poderiam ter recorrido à Justiça para obtenção de seus direitos. Por isso aparece na pesquisa a indicação de que 0% das

pessoas, ou seja, ninguém procurou pelo Ministério da Justiça. E foi possível observar como a ocorrência deste tipo de acidente é alarmante: da população pesquisada, 87,5% já tinha sofrido este tipo de acidente, como pode ser observado no gráfico 02.

Essa conclusão é também observada no capítulo 2. Segundo Schvartsman, que realizou estudos no hospital Pedro Alcântara, em São Paulo, mais de 90% das famílias estudadas não haviam recebido dos órgãos de saúde que frequentam, qualquer informação sobre prevenção de acidentes no lar. Mostraram também que, provavelmente, por motivos sócio-econômicos, o menor assume precocemente as funções de responsável pela criança pequena.

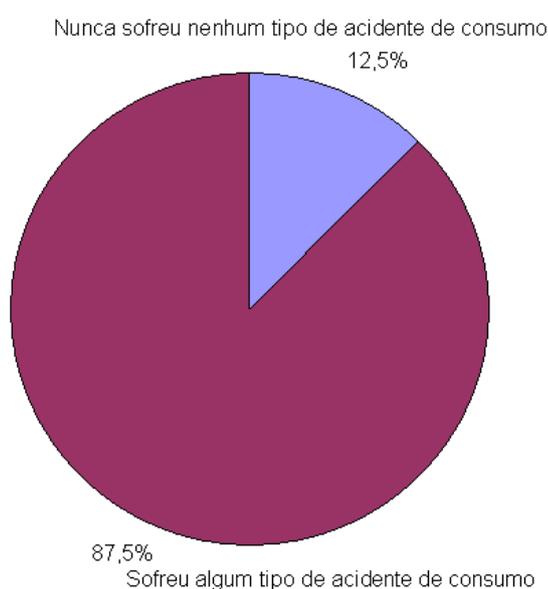


Gráfico 02 – Porcentagem da população pesquisada que sofreu acidente de consumo. Fonte: autora.

Ainda avaliando os dados, podemos perceber, segundo a tabela 1 (APENDICE B) o produto acidentes de consumo foi a cadeira plástica. Das 25 pessoas que sofreram acidentes de consumo, 12 tiveram este tipo de acidente devido a uma cadeira plástica. E o segundo produto que causou acidentes de consumo foi o consumo de alimentos, seja o alimento comprado ou adquirido pronto em restaurantes, o que caracterizou o serviço oferecido pelo restaurante, na pesquisa. O acidente causado por alimentos acarretou 36% de acidentes na população pesquisada.

Segundo pode ser observado no capítulo 2, a Organização Mundial de Saúde – OMS registra que os casos de doenças veiculadas por alimentos atingem, anualmente, uma

parcela da população que supera o patamar de 30% em países industrializados, entre os quais inclui-se o Brasil. Sabe-se que, devido à dificuldade de comprovação destas ocorrências no Brasil, os registros estatísticos raramente condizem com a realidade, mas, segundo os dados do Centro Nacional de Epidemiologia do Ministério da Saúde, no ano de 2000, ocorreram mais de 7.000 casos de intoxicação por alimentos no país. (TABAI)

Podemos observar no gráfico 3, os principais causadores de acidentes de consumo, segundo a população pesquisada:

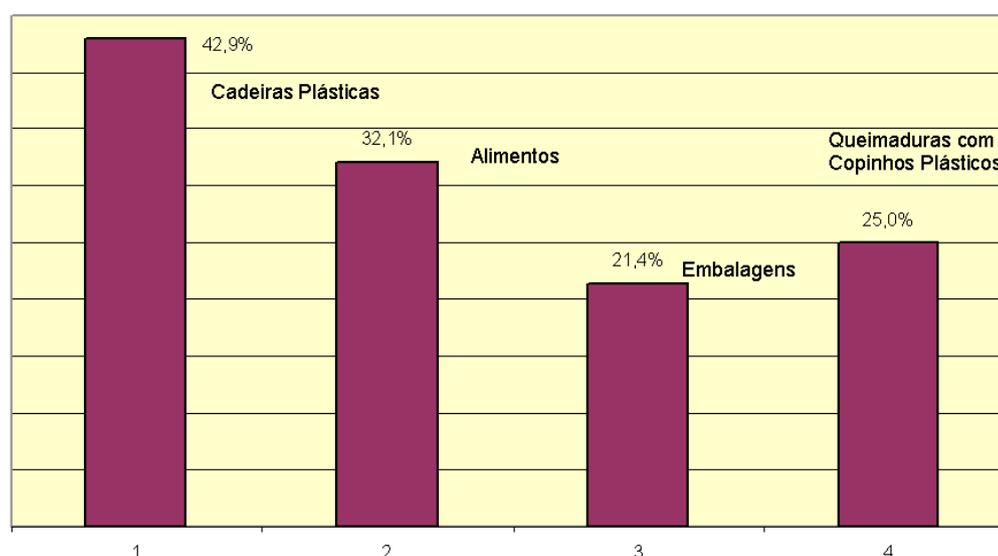


Gráfico 03 - Percentagens de Acidentes Causados por Produto. Fonte: Autora.

Podemos concluir, com base no estudo desta amostragem da população que, provavelmente, a maioria das pessoas já sofreu um acidente de consumo. Segundo a estatística elaborada através de perguntas feitas aos servidores do Inmetro, 87% das pessoas já sofreram acidentes de consumo. É importante salientar que a população estudada possuía acesso à informação e alta escolaridade.

Se toda a população brasileira tivesse as mesmas características que a população estudada poderíamos extrapolar esta proporção para os 186.162.098 brasileiros (IBGE, 2006), se todas as pessoas tivessem o mesmo nível de escolaridade das pessoas da pesquisa. o que resultaria em cerca de 160 milhões de pessoas que já teriam sido acidentadas por algum produto ou serviço exposto à venda no mercado nacional.

Podemos comparar essa informação com os dados do Ministério do Trabalho, onde, em 2000, houve cerca de 387.820 pessoas acidentadas em todo Brasil, podemos observar que o

índice de acidentes de consumo poderia ser muito maior, caso já houvesse no Brasil um banco de dados, em âmbito nacional, que compilasse todas essas informações a respeito dos acidentes de consumo. Se extrapolarmos esse valor para 30 anos, chegaríamos 11,6 milhões de acidentados, ou seja, um décimo do valor extrapolado para a população brasileira segundo a proporção de acidentados na pesquisa realizada no Inmetro. Lembrando que a idade média das pessoas entrevistadas no Inmetro era de 30 anos, podemos observar que o número de acidentes de trabalho para um mesmo período de ocorrência dos acidentes de consumo, se considerarmos a vida toda da pessoa, equivale a um décimo dos acidentes de consumo extrapolados para a população brasileira.

Lembramos que, segundo CORREIA, no Reino Unido, 33% dos acidentes são acidentes de consumo, enquanto 26% são acidentes de trabalho. No Brasil, esta proporção deve se manter ou ainda aumentar, em função do grande número da população ser desinformada e não exercer seu poder de consumidor consciente, exigindo um produto em conformidade com as normas e regulamentos técnicos, ao mesmo tempo em que busca a informação para se manter crítico em relação a sua compra.

4.2. ESTUDO DA PRO TESTE E ASSOCIAÇÃO MÉDICA BRASILEIRA – AMB

A Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (PRO TESTE), é uma organização que foi criada com o objetivo de informar, orientar, representar e defender os interesses do consumidor. Esta associação é filiada à Euroconsumers, segunda maior organização mundial de defesa do consumidor, que reúne mais de 1,2 milhão de associados, na Europa, segundo o site da associação.

No seu trabalho defesa do consumidor, a PRO TESTE faz testes comparativos, publicados mensalmente na revista da associação e fornece aos associados informação e orientação necessárias para que exerçam a cidadania, chegando à intermediação de conflitos e ao ajuizamento de ações coletivas.

A AMB é uma entidade sem fins lucrativos, representativa dos médicos do seu país, segundo foi publicado no estudo apresentado.

Essa entidade atua no sentido de aprimorar os conhecimentos técnicos científicos de seus associados, promover educação continuada, defender os direitos dos médicos no exercício

profissional e acompanhar de forma crítica e propositiva as políticas públicas e privadas de saúde, buscando a melhoria do atendimento à população.

Essas duas entidades se uniram e elaboraram um estudo, através de pesquisas realizadas, durante três meses, em quatro hospitais da cidade de São Paulo, em 2021 pessoas que buscaram esses hospitais para atendimento devido a acidentes de consumo. Os hospitais que participaram deste estudo foram: Hospital de São Paulo, Hospital das Clínicas, Santa Casa de São Paulo e Hospital Universitário. A metodologia aplicada foi a distribuição de questionários em entrevistas pessoais, nos pronto-socorros destes hospitais.

Esse estudo demonstrou que das vítimas de acidentes de consumo, 73% dos acidentes foram causados por produtos e 27% dos acidentes foram causados por serviços.

Segundo este estudo, as principais vítimas de acidentes de consumo são as crianças menores de 10 anos, totalizando 39%, e seus acidentes são causados principalmente por produtos (95%), sendo que 26% dos acidentes nessas crianças foram causados por medicamentos, 16% com produtos de limpeza, 13% com produtos químicos e 9% com alimentos e bebidas.

Segundo o estudo, os acidentes resultantes do uso de serviços costumam ocorrer no horário da manhã e os acidentes com produtos, no horário da tarde. Essa conclusão, aliada a inferência de que as crianças são as principais vítimas dos acidentes de consumo com produtos corrobora com o estudo de Ciampo, realizado em 736 lares da cidade de Vila Lobato, mencionado no capítulo 2, que menciona que a maioria dos acidentes com crianças acontece na parte da tarde.

O estudo menciona ainda que as principais ocorrências médicas derivadas de acidentes com produtos são: intoxicações (43%), devido a medicamentos, produtos químicos e produtos de limpeza, seguido de indisposição (15%), consequência principal de alimentos, bebidas, produtos de limpeza e inseticidas.

A seguir, no gráfico 04, podemos observar os principais produtos que causam acidentes de consumo, segundo o estudo realizado pela PRO TESTE.

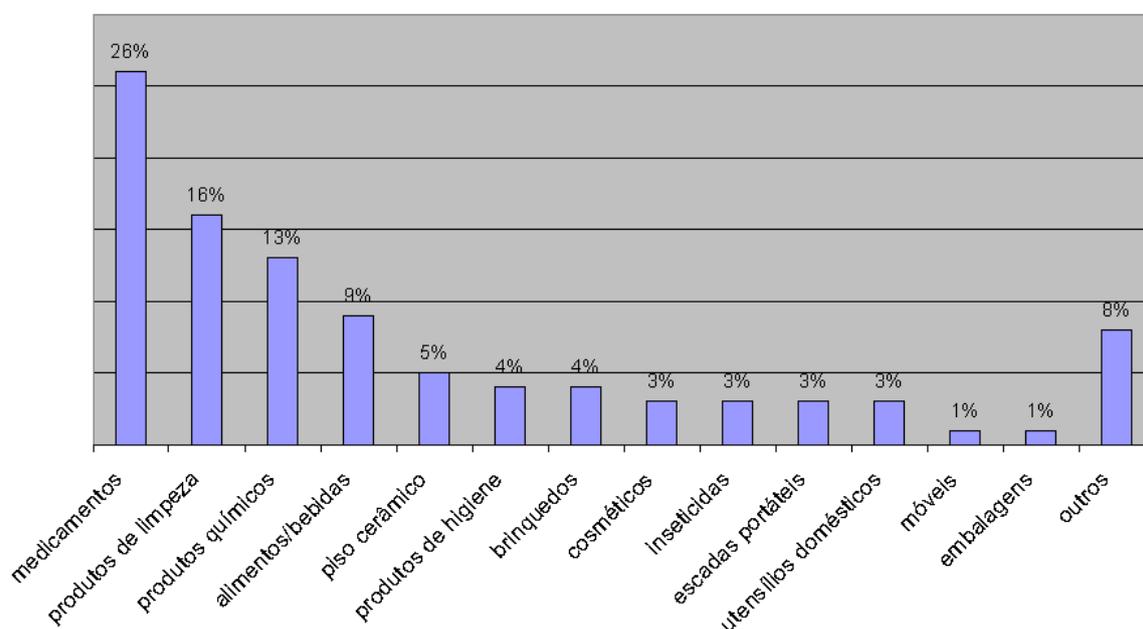


Gráfico 04 - Produtos que mais causaram acidentes de consumo, segundo a PRO TESTE.

Os acidentes com serviços, por sua vez, acontecem mais com adultos, segundo conclusões do estudo. Os adultos – de 21 a 40 anos - fazem parte da principal faixa etária atingida por casos de indisposição (51%). E a principal causa de indisposição é a utilização de serviços de fornecimento de alimentos em bares e restaurantes, fornecendo a proporção de 69% do total de serviços que acarretaram indisposição como consequência de acidentes de consumo.

Outra informação que o estudo nos fornece é a de que a maioria dos acidentes relacionados à prestação de serviços tem como consequências lesões como entorses ou contusões, com proporção de 50% dos tipos de lesão seguidas dos casos de indisposição e cortes e perfurações, com 24% de ocorrência.

Os serviços de transporte foram responsáveis por acarretar 60% dos casos de lesões como entorses e contusões.

No gráfico abaixo, podem ser vistos os serviços que mais causam acidentes, segundo o estudo da PRO TESTE.

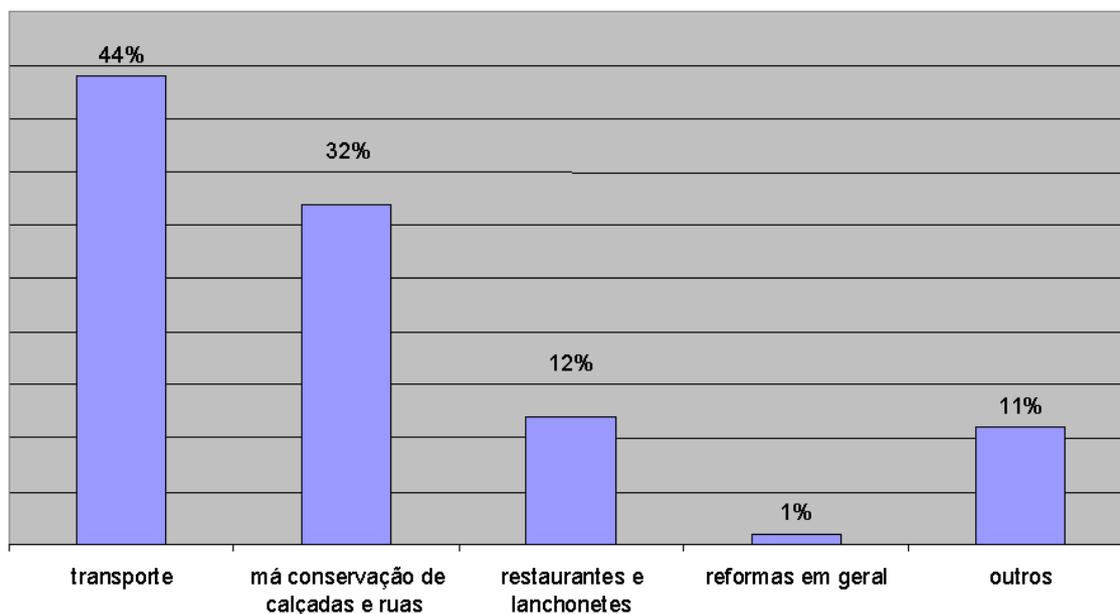


Gráfico 05 – Serviços que mais causaram acidentes de consumo, segundo a PRO TESTE.

Ao concluir o estudo, puderam-se observar algumas características importantes, tais como:

- 82% das causas de internação em caso de acidentes de consumo com a utilização de produtos ocorreu devido a intoxicações. E, segundo o estudo, a principal causa de intoxicação foi devida ao uso de remédios (41%). O estudo não menciona se o acidente ocorreu devido a falta de informação ou mau uso por parte do acidentado, no caso do uso de remédios;
- 29% das causas de internação devido a serviços ocorreu devido a entorses e contusões. Como o serviço que mais acarretou entorses e contusões foi o serviço de transporte, com 60% dos casos de todos os serviços que acarretaram acidentes de consumo, conclui-se que o serviço de transporte é responsável por uma grande proporção de internações nos hospitais;
- A maior incidência de acidentes de consumo com o uso de produtos ocorre no período da tarde, enquanto que acidentes de consumo com o uso de serviços ocorrem com maior incidência pela manhã;
- Os acidentes de consumo com produtos acontecem, na maioria das vezes, na própria residência das vítimas, enquanto os acidentes relacionados a serviços ocorrem principalmente nos meios de transporte e na rua;
- As crianças são as maiores vítimas de acidentes de consumo com produtos, e os adultos com serviços;

-
- Este estudo não percebeu diferenças significativas quanto ao sexo entre as vítimas de acidentes de consumo por produtos, mas quando fala-se em serviços, as mulheres são as vítimas mais freqüentes;
 - 74% dos acidentados com o uso de produtos, dos acidentados que informaram a renda (49%).
 - 66% dos acidentados com o uso de serviços possuíam renda familiar entre 1 e 3 salários mínimos.

É importante observar que este estudo foi realizado na cidade de São Paulo, e, apesar de grandes incidências de acidentes com pessoas com baixa renda, essa população, por deter maior nível de informação do que populações mais carentes de cidades longínquas das grandes metrópoles, possui um comportamento mais crítico do que outras populações mais carentes, já que tem a possibilidade de ter acesso a uma quantidade maior de informações, seja através da televisão, do rádio, da Internet, ou das escolas. Logo, se este estudo fosse realizado em nível nacional, a tendência é que os resultados sejam ainda mais críticos, em relação ao número de acidentados e ao tipo de acidente e suas conseqüências.

4.3. DADOS DA U.S. CONSUMER PRODUCT SAFETY COMISSION – CPSC

A *Consumer Product Safety Comission* (CPSC) foi criada em 1972, nos Estados Unidos, pelo Congresso e começou a operar em 1973. Ela foi criada para proteger os cidadãos contra os riscos de acidentes relacionados a produtos de consumo. A Comissão de Segurança de Produtos de Consumo é uma Agência Federal Regulatória Independente, ou seja, não é parte de nenhuma outra Agência ou tem que se reportar a nenhuma outra Agência. Esta Agência trabalha para garantir a segurança na vida dos cidadãos, através da redução dos riscos de acidentes e mortes que poderiam ser causados pelos produtos expostos à venda para o consumidor.

A Agência possui três comissários, nomeados pelo Presidente dos EUA e confirmado pelo Senado Americano. O presidente designa um dos comissários para chairman, ou seja, superintendente da comissão.

A Agência possui, atualmente, aproximadamente, 480 empregados para monitorar em torno de 15 mil produtos de consumo, que estão sob a sua jurisdição, que podem causar incidentes, tais como, incêndios, problemas elétricos, químicos, mecânicos ou ainda ferir

uma criança. Mortes, lesões e danos às propriedades dos consumidores custam à nação mais do que US\$ 700 bilhões anuais.

No Brasil, não possuímos a estimativa de ônus aos cofres públicos, através de processos civis ou devido ao custo da saúde pública ou ainda à ausência no trabalho devido a acidentes com produtos de consumo.

A Agência publica relatórios sobre os danos causados a consumidores. A metodologia de obtenção de dados utilizada pela Comissão de Segurança de Produtos de Consumo é diferente dos estudos apresentados até agora. Os dados são obtidos através dos próprios consumidores, que informam à Agência, através de telefone, e-mail, fax, site ou carta, quais produtos o consumidor acredita serem capazes de causar algum dano ou que tenha já causado a si ou a terceiros. A Agência envia uma carta ao consumidor reclamante descrevendo como irá ser tratada a reclamação, solicitando a confirmação da mesma. Neste momento, o reclamante deve avaliar e confirmar a sua reclamação. Esta será enviada a empresa. Caso sua reclamação seja selecionada para investigação, um investigador entra em contato com o reclamante. E com base na investigação decide-se realizar recall ou outra ação qualquer. Entretanto, mesmo que a reclamação não seja selecionada para uma investigação mais precisa, as informações sobre as reclamações são de grande valor para o CPSC, pois essas informações irão formar o banco de dados utilizado para identificar padrões de acidentes e perigos associados com produtos potencialmente perigosos ao consumidor, permitindo utilizar então uma larga possibilidade de ferramentas para minimizar esses riscos, tais como:

- Direcionar programas de educação para o consumo;
- Informar e educar o consumidor através da mídia;
- Promover a elaboração de normas ou guias de segurança;
- Criar regulamentos obrigatórios;
- Conduzir pesquisas em cima de produtos potencialmente perigosos;
- Fazer recalls em conjunto com as empresas.

É importante observar que, diferentemente do Inmetro, a Agência não realiza Avaliação da Conformidade, não existe um selo para ser colocado nos produtos indicando a tendência da conformidade, que demonstre uma avaliação desta Agência.

Segundo o entendimento da Agência, a empresa é a responsável por realizar os ensaios nos seus produtos e garantir sua adequação com as normas e regulamentos antes de colocar o produto à venda no mercado de consumo. Eles não possuem autoridade para realizar esta avaliação. O órgão responsável pela qualidade dos produtos é o *Federal Trade Commission*.

A Comissão de Segurança de Produtos de Consumo não recomenda marcas ou modelos para serem consumidos e sim informa aos consumidores quais são as características mais importantes para procurar nos produtos de modo a demonstrar que ele seja seguro, promovendo, nesta etapa, a educação para o consumo.

Além da obtenção dos dados através de contato direto com os consumidores, a Comissão utiliza uma rede de 100 hospitais que possuem atendimento de emergência, nos EUA e territórios. Esta rede é chamada de *National Electronic Injury Surveillance System* (NEISS). Nesta rede, os dados são coletados ao serem relatadas as lesões. Para cada lesão relatada, são descritas informações médicas, e é conferido um código para o produto e descrita uma curta narrativa.

A estatística observada na amostra é utilizada para acarretar uma estatística nacional, para todos os Estados Unidos, com intervalo de confiança de 95%. Através de relatórios disponibilizados pelo site da Comissão de Segurança de Produtos de Consumo, foi possível observar alguns produtos que acarretaram acidentes de consumo e suas estatísticas. Descreveremos abaixo o resultado de alguns destes relatórios.

Estes relatórios foram desenvolvidos para facilitar a comparação de riscos oferecidos por diferentes tipos de produtos. Cada relatório cobre um grupo de produtos, tais como: brinquedos, itens e eletrodomésticos de cozinha, eletrodomésticos em geral, e itens de uso pessoal. Abaixo estão especificados os dados destes relatórios.

– **Brinquedos:**

A seguir, no gráfico 06, estão relatados os acidentes de consumo com crianças que deram entrada em salas de emergência.

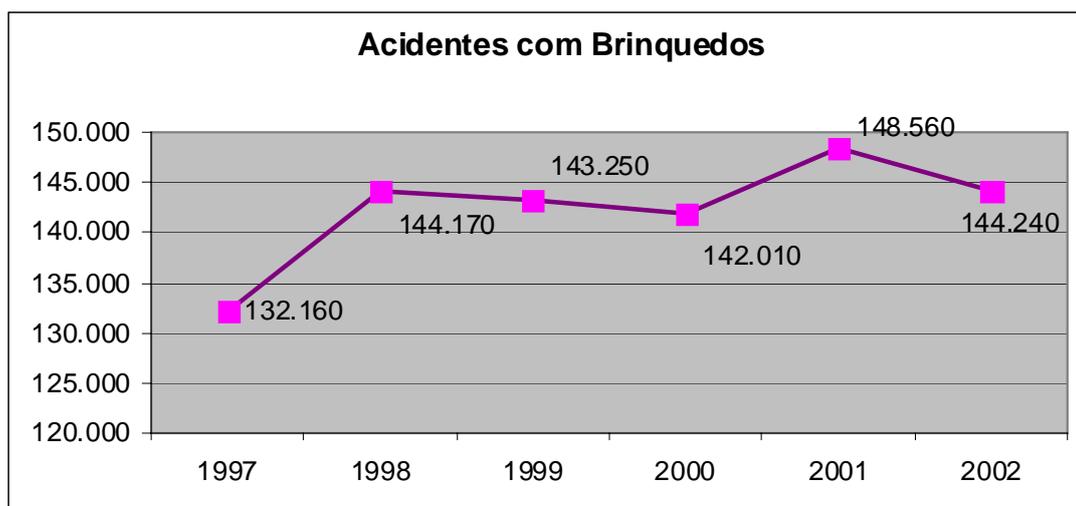


Gráfico 06 – Acidentes ocorridos devidos ao uso de brinquedos, nos EUA. Fonte: site da CPSC.

Demonstraremos abaixo, como pode ser visto no gráfico 07, os tipos de brinquedos avaliados que mais causaram acidentes nas crianças, segundo dados da CPSC. É importante observar a nomenclatura utilizada pela Agência. Os brinquedos são divididos em:

- Fabricados: barracas, túneis, fantasias e máscaras;
- Diversos: balões, massinhas e gizes;
- Gerais: brinquedos voadores, armas de brinquedo, blocos, pipas e outros;
- Brinquedos de dirigir: velocípedes, carros de brinquedo, vagões.

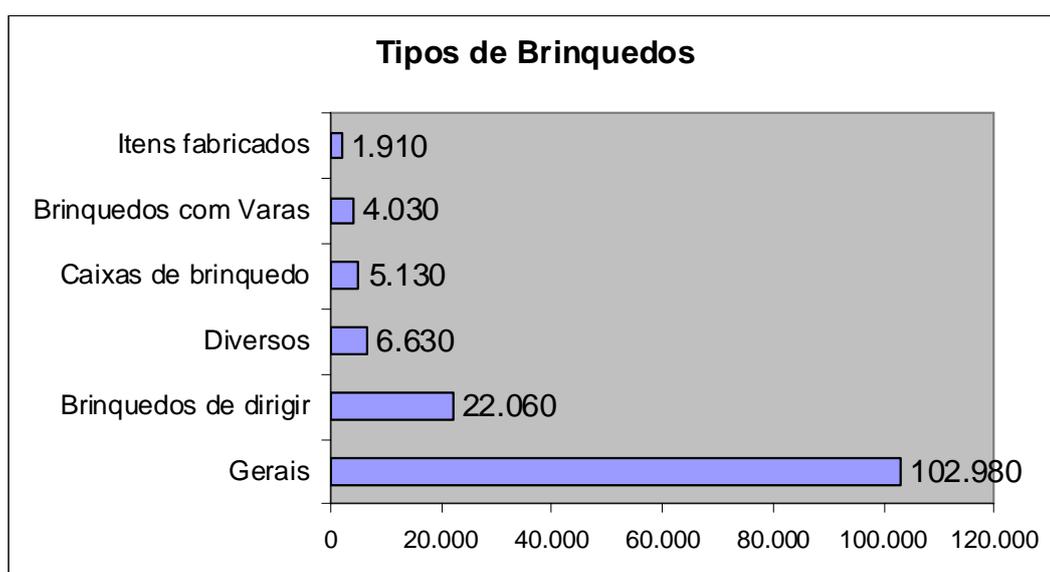


Gráfico 07 – Análise dos acidentes em relação ao tipo de brinquedo. Fonte: site da CPSC.

Outro dado informado pela Agência é a idade mais propícia a sofrer acidentes, observada abaixo, na tabela 02.

Idade	Nº acidentes
menor que 5	65.960
5 - 9	31.760
10 - 14	12.160
maior que 15	34.360
Total	144.240

Fonte: site da CPSC.

Tabela 02 – Análise dos acidentes em relação à idade da criança.

Podemos observar que as crianças menores de 5 anos são as que mais sofrem acidentes com brinquedos, segundo os dados da Agência. Essa informação é corroborada com outros estudos realizados com acidentes. No estudo da PRO TESTE foi demonstrado que as principais vítimas de acidentes de consumo, em relação a todos os produtos, são as crianças. Segundo este estudo, as principais vítimas de acidentes de consumo são as crianças menores de 10 anos, totalizando 39%, e seus acidentes são causados principalmente por produtos (95%), sendo que 26% dos acidentes nessas crianças foram causados por medicamentos, 16% com produtos de limpeza, 13% com produtos químicos e 9% com alimentos e bebidas. Não houve referência a brinquedos.

Atualmente, todos os brinquedos são obrigatoriamente certificados pelo Inmetro. Isto significa que todos os brinquedos oferecem um adequado grau de confiança de que estão em conformidade com normas e regulamentos técnicos. Disposto a demonstrar para os consumidores os riscos de adquirirem um produto sem a certificação, em 2003, o Programa de análise de Produtos do Inmetro analisou brinquedos que são vendidos sem selo de conformidade do Inmetro, no mercado informal, ou seja, nos camelôs, já que, obrigatoriamente, os brinquedos somente podem ser comercializados, no Brasil, com o selo de identificação da marca do Inmetro. O resultado foi alarmante. Foi observado que alguns brinquedos ofereciam riscos de contaminação por chumbo, em função da pintura do brinquedo, outros apresentavam possibilidade de cortar ou furar a criança, em função de apresentar pontas, entre outros.

Neste tópico específico, as vítimas são todas crianças, por ser um produto específico para o uso de pessoas com idade infantil. Mas, podemos observar que, quanto menor for a percepção de perigo e de riscos, maior é a probabilidade de ocorrer um acidente. Logo, é fundamental que um adulto esteja sempre acompanhando as crianças, mesmo no lazer, de modo a permitir a diminuição destas estatísticas.

– **Eletrodomésticos e itens de Cozinha:**

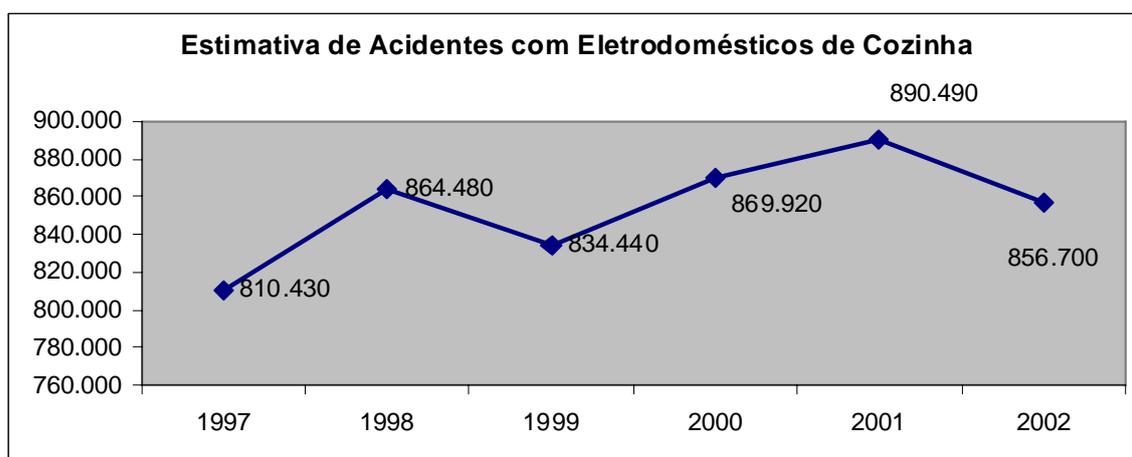


Gráfico 08 – Estimativa de Acidentes com Produtos de Cozinha. Fonte: site da CPSC.

Analisando os dados do ano de 2002, mostrados no gráfico 08, podemos observar a relação entre os produtos que mais causaram acidentes e o número de entrada nos hospitais da rede, com produtos de cozinha, onde os que mais causaram acidentes são descritos no gráfico 09, abaixo. É importante informar que apenas 4.382 dos 856.700 casos tratados nos hospitais foram reportados à Agência pelos próprios consumidores.

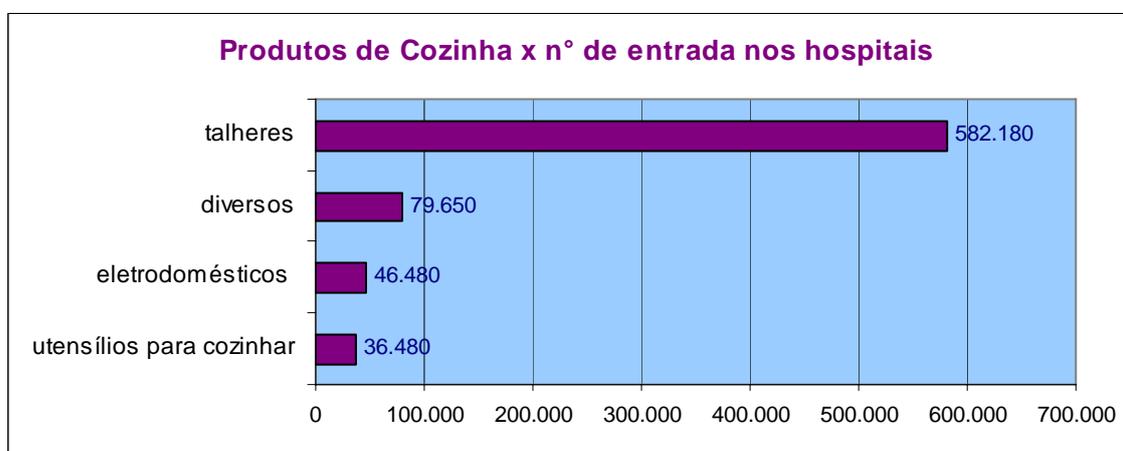


Gráfico 09 – Produtos de Cozinha que mais Causaram Acidentes. Fonte: site da CPSC.

– **Eletrrodomésticos em geral:**

Segundo o relatório, em 2000, houve 80 mortes associadas ao uso de eletrodomésticos. No caso de 29 vítimas, ou seja, 35% das mortes, foram gases que acarretaram o acidente devido a um aumento de temperatura do produto. Essas mortes frequentemente envolvem a explosão de gases. Dessas 29, 19 envolviam a utilização de aquecedores de água. 18 mortes foram acarretadas por secadores de roupa. Demonstraremos a seguir, no gráfico 10, os dados referentes aos acidentes que deram entrada em hospitais, de 1997 até 2002.

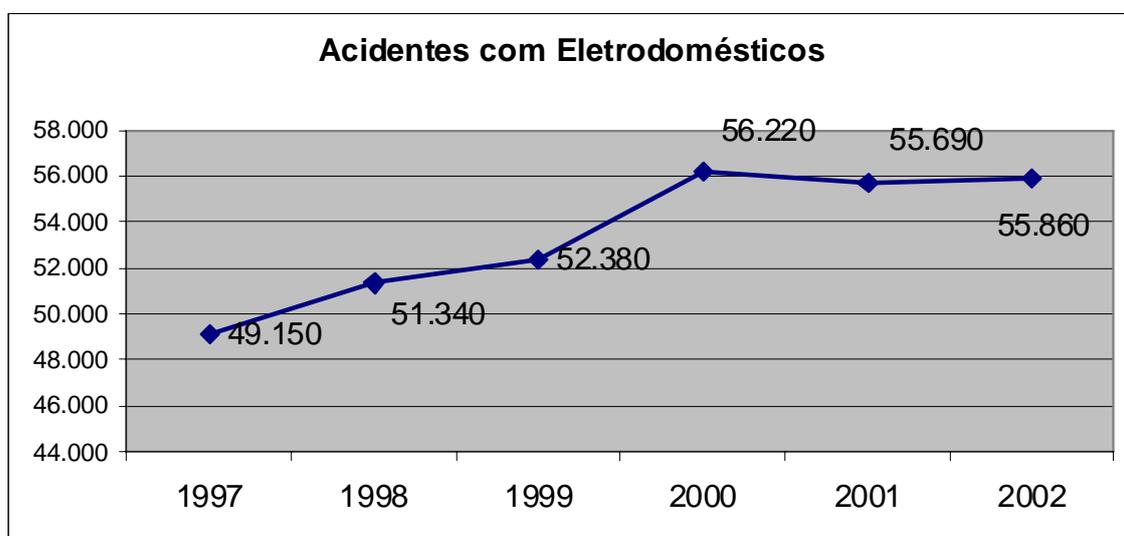


Gráfico 10 – N° de acidentes com eletrodomésticos em geral. Fonte: site da CPSC.

A seguir será demonstrado quais tipos de eletrodomésticos mais causaram acidentes de consumo, em 2002. Os equipamentos são subdivididos nos seguintes itens:

- Equipamentos de cuidado com o piso: aspiradores, vassouras elétricas, limpadores de tapete, entre outros;
- Secadores de roupa: elétricos ou a gás;
- Aquecedores de água: elétricos, a gás ou outro combustível;
- Máquinas de lavar;
- Portas automáticas: podem ser as de garagem ou outras;
- Mantas elétricas;
- Eletrodomésticos de alta temperatura: podem ser tanques de gás butano, propano, GLP, ou outros.

A seguir, no gráfico 11, estão elencados os eletrodomésticos que mais causaram acidentes.

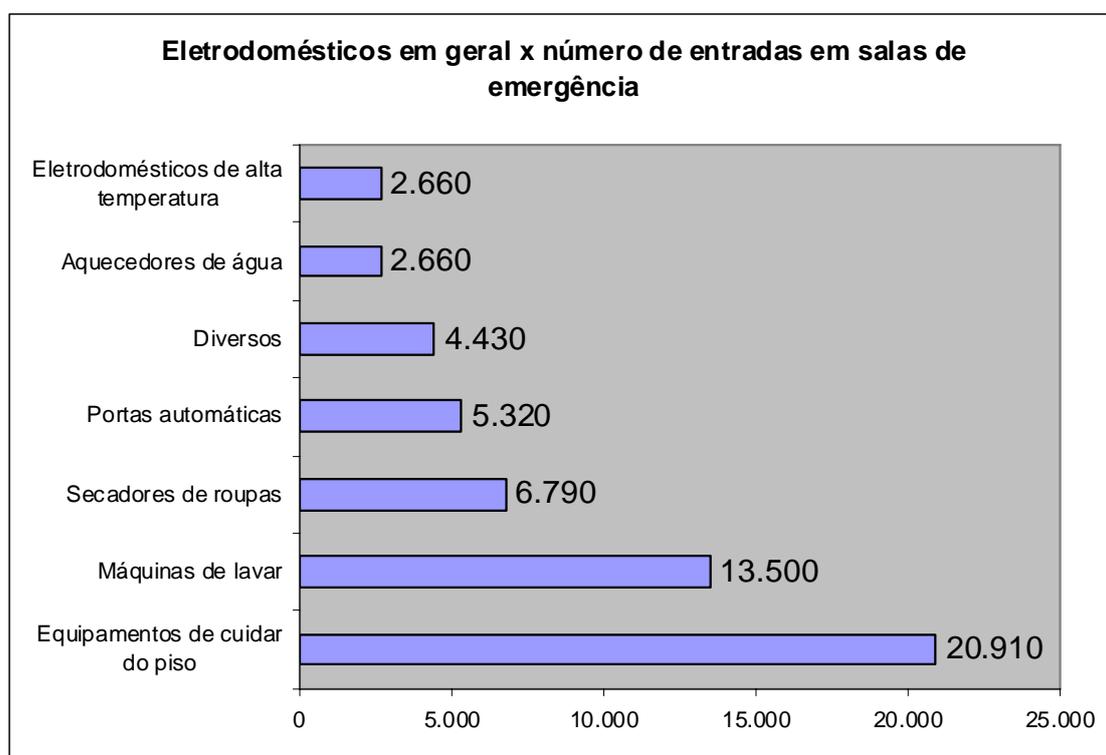


Gráfico 11 – Eletrodomésticos que mais causaram acidentes. Fonte: site da CPSC.

– Itens de Uso Pessoal

Este relatório engloba diversos tipos de produtos. A seguir serão especificados, por grupo, todos os produtos que provocaram acidentes, cujas vítimas tiveram que ser socorridas em salas de emergência em hospitais.

- Produtos Elétricos: secadores de cabelo, escovas de dentes elétricas, massageadores, barbeadores e escovas elétricas;
- Roupas;
- Carrinhos de mercado e carrinhos de bagagem;
- Dispositivos de proteção auricular, visual e respiratório;
- Saunas, equipamentos de bronzear, lâmpadas de sauna;
- Diversos: moedas, lápis, canetas, porta trecos, chaves, espelhos, entre outros;
- Jóias;
- Calçados;
- Equipamentos não especificados para limpeza de unha, de cabelo, dentes, etc.

Abaixo estão as estatísticas de entrada de pessoas em salas de emergência devido a acidentes envolvendo todos estes produtos, desde 1997 até 2003.

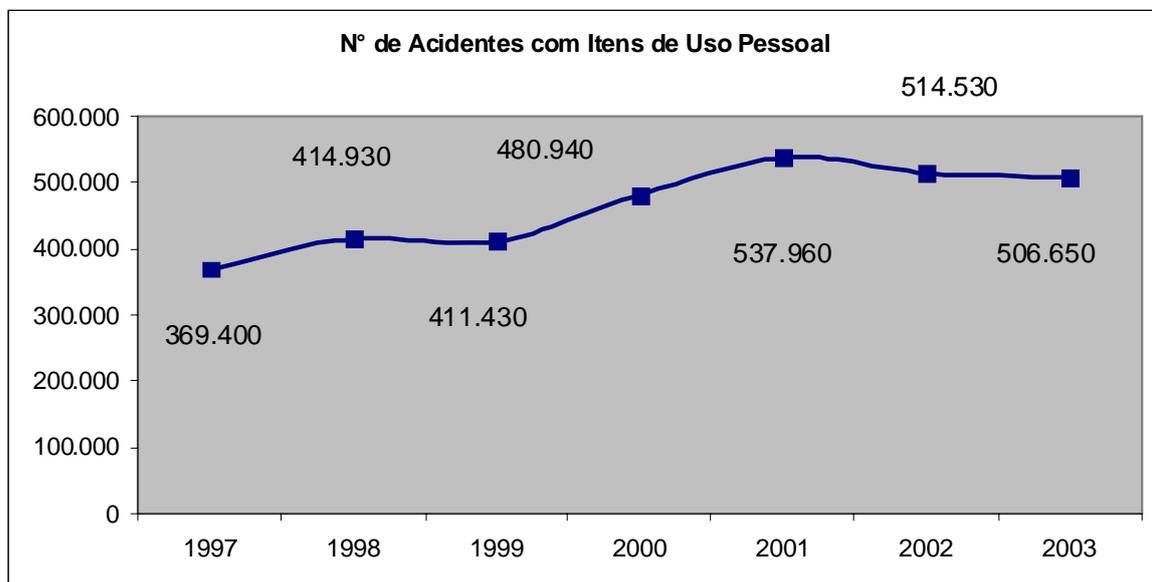


Gráfico 12 – Acidentes causados por produtos de uso pessoal. Fonte: CPSC.

O relatório comenta que, em 2000, houve 370 mortes envolvendo produtos de uso pessoal. Destas mortes, 211 envolveram a ignição de roupas. O maior número de mortes após a ignição de roupas é devido aos cigarros, que provocou a morte de 53 consumidores.

Abaixo, no gráfico 13, estão especificados os acidentes ocorridos em 2003, com cada tipo de produto.

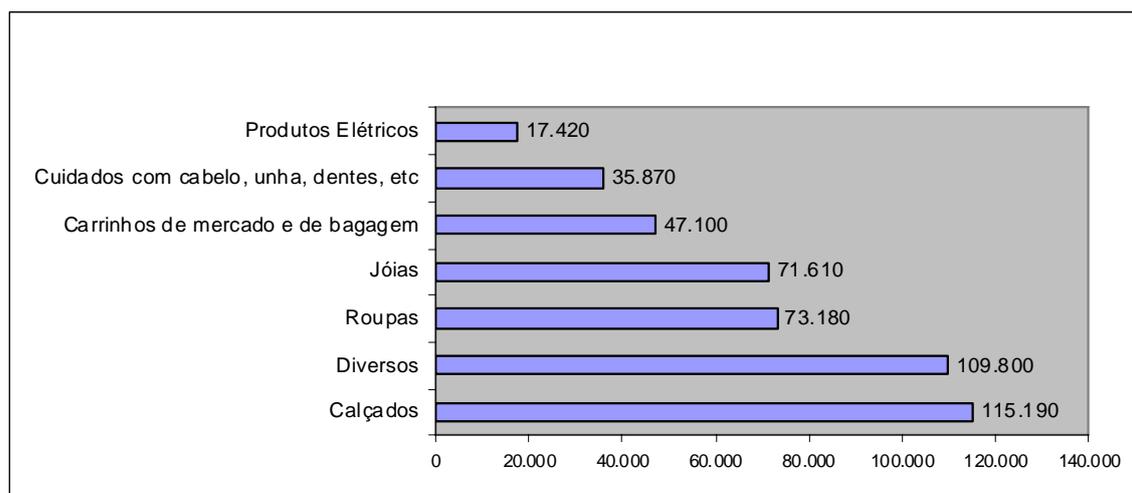


Gráfico 13 – Produtos de uso pessoal que mais causaram acidentes. Fonte: site da CPSC.

Os principais danos causados pelos produtos estão especificados abaixo:

- Calçados: salto quebrado, escorregamento, pontas cortantes dentro do calçado, etc.
- Diversos: bordas cortantes, entre outros;
- Roupas: a principal causa de acidentes foi a ignição das roupas por um cigarro, velas, um aparelho eletrodomésticos, etc.
- Jóias: jóias magnetizadas colocadas no nariz e perto dos olhos.

Abaixo está um gráfico comparativo entre os acidentes de consumo, que culminaram em atendimentos de emergência, no ano de 2002, por tipo de produto.

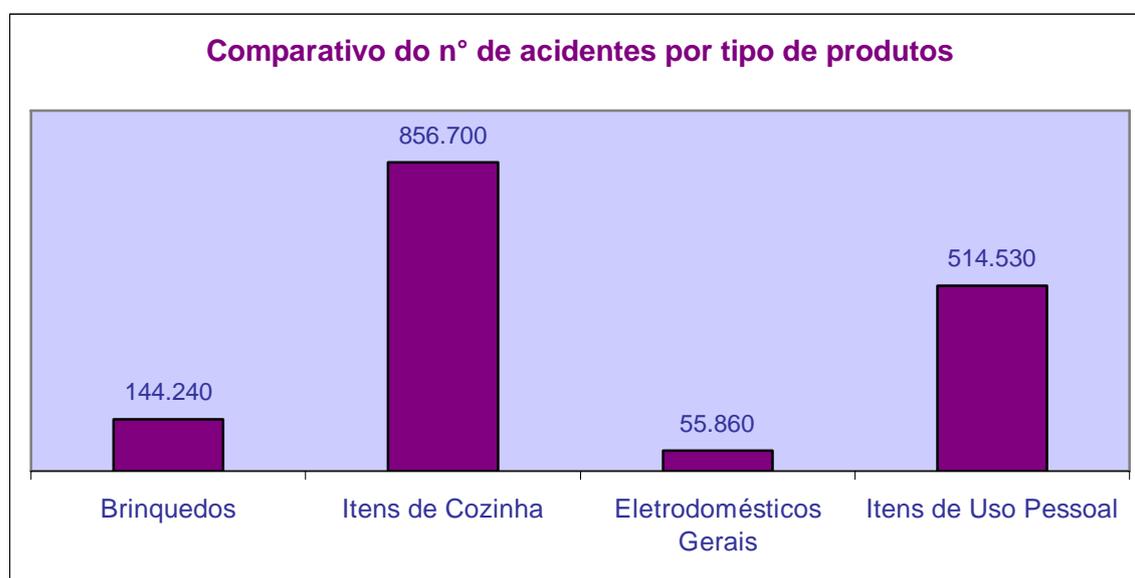


Gráfico 14 – Comparativo de produtos que mais causaram acidentes. Fonte: site da CPSC.

Podemos observar que os itens de cozinha, que envolvem eletrodomésticos provocaram o maior índice de acidentes de consumo, de acordo com os dados da Comissão de Segurança de Produtos de Consumo. Ao compararmos com os resultados do estudo realizado pela PRO TESTE podemos concluir que as estatísticas demonstram resultados completamente distintos. Podemos observar também que no estudo feito pela Agência dos EUA não são observadas avaliações de serviços. Isto ocorre porque, segundo Sanseverino, os serviços não fazem parte do escopo do Código de Proteção e Defesa do Consumidor norte-americano, nem europeu. Podemos observar também que os alimentos e os medicamentos, produtos que provocaram mais acidentes, segundo estudo da PRO TESTE, não fazem parte das estatísticas da Agência. Isto ocorre porque estes produtos são regulamentados e

fiscalizados por outras Agências, tais como *Food and Drugs Administration* – FDA e a Comissão de Segurança de Produtos de Consumo – CPSC não tem jurisdição sobre estes produtos e nem realiza estudos estatísticos sobre possíveis acidentes ocorridos com estes produtos.

4.4. DADOS DA ROYAL SOCIETY FOR THE PREVENTION OF ACCIDENTS – ROSPA

A *Royal Society for the Prevention of Accidents* (ROSPA), do Reino Unido, existe há mais de 80 anos e promove campanhas para mudar, influenciar opiniões, contribuir para o debate e discussões, educar e informar. Através da informação, aconselhamento, recursos e treinamento, a ROSPA está envolvida na promoção da segurança e da prevenção de acidentes em todas as áreas – no trabalho, em casa, nas estradas, nas escolas e no lazer.

Segundo a Sociedade, todo ano, aproximadamente 4.000 pessoas morrem devido a acidentes domésticos e é estimado que 5,9 milhões de pessoas procuraram o atendimento médico, em 1999, por causa desse tipo de acidente. Mas, justamente porque esses acidentes ocorrem dentro de casa, eles raramente chamam a atenção do público e da mídia. Entretanto, este tipo de acidente tem um custo estimado em 30 bilhões de libras, no Reino Unido.

O Departamento de Comércio e Indústria (DTI) realizou este estudo em todo o Reino Unido e disponibiliza dados sobre acidentes de consumo. O *Consumer Affairs Directorate* (CA) do DTI monitora os números de acidentes domésticos. O objetivo do Departamento é reduzir o número deste acidentes, através do conhecimento de quais produtos oferecem mais risco à população e como eles podem ser modificados para mudar essa realidade, através da melhoria do design dos produtos, suas embalagens, promovendo a elaboração de normas voluntárias e até regulamentações se for o caso. Outra medida para proporcionar a melhoria dos produtos é a utilização de campanhas publicitárias que promovam a educação dos consumidores sobre os riscos de certos produtos e atividades.

Os dados foram coletados através de uma rede de 18 hospitais espalhados por todo o Reino Unido. Eles disponibilizam dois bancos de dados diferentes: uma para os acidentes ocorridos dentro de casa, chamado de HASS – *Home Accidente Sueveillance System*, e outra para os acidentes ocorridos no momento do lazer, chamado LASS – *Leisure Accidente Sueveillance System*. Esses bancos não incluem dados de acidentes no trânsito e

no trabalho. Esses bancos de dados são operados pelo Departamento de Indústria e Comércio. São coletados dados desde 1978 e computadorizados somente a partir de 1992. Os dados são coletados em uma amostra de 18 hospitais e os resultados são convertidos, através de estimativas, para dados nacionais. São disponibilizados relatórios anuais sobre os acidentes de consumo.

Segundo a *Royal Society for the Prevention of Accidents* (ROSPA), a partir de maio de 2003, o Departamento de Indústria e Comércio informou que não iria mais coletar nem publicar os dados para o HASS e LASS. Para garantir que estes dados continuem disponibilizados, uma cópia dos dados foi enviada à Sociedade que mantém disponibilizados os dados em seu centro de informações.

A seguir serão disponibilizadas informações que tratam dos produtos que causaram acidentes no ano de 2002, o último ano contabilizado pelo Departamento. Os dados estão agrupados em tipos de produtos, que serão especificados na tabela 03, abaixo.

Categoria de Acidente	Acidentes Domésticos	Estimativa Nacional
Construção (escadas, pisos, saída de incêndio, teto, etc)	49.802	1.020.941
Instalações elétricas (plugues e adaptadores, extensões, termostatos, etc)	669	13.725
Equipamentos luminosos (velas, lâmpadas, etc)	531	10.886
Sistemas sanitários e de água (boiler, água quente, tubos, banho e bidet, sauna, etc)	2.985	61.193
Aquecedores e ventiladores (gás, elétricos)	1.652	33.866
Equipamentos de comunicação (televisão, rádio, telefone, etc)	1.341	27.491
Móveis (cama, sofá, cadeira, etc)	19.932	408.606
Artigos de decoração doméstica (vasos, relógios, árvores de Natal, etc)	1.288	26.404
Eletrodomésticos de cozinha (grill, churrasqueira, torradeira, freezer, fritadeira, etc)	7.778	159.449
Equipamento de limpeza (máquina de lavar, de secar, equipamentos à vácuo, etc)	3.160	64.780
Produtos de limpeza (detergentes, limpadores de janelas, desinfetantes, saneantes)	706	14.473

Escadas e equipamentos de suporte	2.333	47.827
Mobílias (carpetes, pisos, etc)	10.539	216.050
Ferramentas (serrotes, serras circulares, lixadores, martelos, etc)	4.268	87.494
Equipamento de jardinagem (cortador de grama, podadores, pá, vasos de flores, etc)	2.160	44.280
Equipamento de costura (máquina de costura, dedal, tesoura, alfinetes,etc)	611	12.526
Equipamento de escritório / escola (canetas, lápis, apontador, régua, clipes, computador, etc)	964	19.762
Materiais de construção (blocos de concreto, tijolo, prancha de madeira, etc)	8.962	183.721
Produtos químicos (soda cáustica, gases, óleo diesel, bateria, ácidos, inseticida, fertilizante,etc)	709	14.535
Transportes (bicicleta, vespa, motocicleta, carros,ônibus, trem, etc)	4.417	90.549
Brinquedos / jogos (velocípede, kits de construção, balões, etc)	2.044	41.902
Lazer / equipamentos de hobby (instrumentos musicais, máquinas fotográficas, etc)	136	2.788
Equipamento de esportes (martelo, pesos, trampolim, máquinas de exercício, etc)	3.406	69.823
Pátios de recreação e brinquedos de playground	1.090	22.345
Roupas e calçados	33.855	694.028
Itens de uso pessoal (cremes de cabelo, unha, barbeador elétrico, pasta de dente, jóias, etc)	4.386	89.913
Equipamentos de auxílio na locomoção e andador de bebê (cadeira de rodas, mochila de bebê,etc)	1.559	31.960
Bolsas, pastas, etc	591	12.116
Equipamentos de segurança (óculos escuros, cadeado, luvas, máscaras de proteção, snorkel, etc)	815	16.708
Itens de animais domésticos (coleira, aquário, caixa,etc)	454	9.307
Alimentos ou bebidas (vegetais, carne, peixe, barras de cereais, bebidas alcoólicas etc)	6.383	130.852
Medicamentos (vitaminas, loções, cremes, anti-depressivos, medicamentos veterinários, etc)	1.145	23.473

Containeres / pacotes (caixa de óculos, tubo de plástico, etc)	2.888	59.204
Animais ou insetos (vespas, abelhas, cachorros, gatos, outros)	5.684	116.522
Locais ao redor da casa (concreto, grama, pavimentos diversos, etc)	17.529	359.345
Plantas ou árvores	2.590	53.095
Artigos Diversos (CO, água quente, fogo, vidro, faca, etc)	5.194	106.477
Não especificado	14.649	300.305
Características naturais (praia, mar, lagos, rios, canais, etc)	1.830	37.515
Características da construção (jardins, garagem, etc)	2.779	56.970

Fonte: site da ROSPA.

Tabela 03 – Produtos e a incidência de acidentes de consumo.

Podemos observar que as categorias de produtos que mais acarretaram acidentes, em 2002, no Reino Unido, foram: alimentos e bebidas, itens de uso pessoal, materiais de construção, mobílias, roupas e calçados, transportes e móveis. Ao compararmos estes resultados aos resultados de outros programas, podemos observar o seguinte:

- As roupas e calçados obtiveram uma proporção muito maior de acidentes do que os outros produtos, totalizando 13,64% do total de acidentes;
- Os alimentos e bebidas são responsáveis por 2,57% dos acidentes;
- As mobílias provocaram cerca de 4% dos acidentes;
- Os materiais de construção são responsáveis por 3,64% dos acidentes, mas o ambiente doméstico acarreta uma porcentagem muito maior de acidentes: 20%. São as escadas, os pisos, o telhado, entre outros, que são os maiores causadores de acidentes domésticos, segundo as estatísticas do Departamento.
- Os móveis provocaram cerca de 8% dos acidentes domésticos;
- No estudo da PRO TESTE, os alimentos foram responsáveis por 9% dos acidentes e o grande causador de acidentes com produtos foram os medicamentos: 27%. Nas estatísticas do Reino Unido, esta categoria de produtos responde por apenas 0,46%.
- Os produtos de limpeza e higiene pessoal, no estudo da PRO TESTE respondem por apenas 4% cada um, enquanto que no estudo do Reino Unido o primeiro obteve uma proporção de 0,28% e o segundo 1,77%. No banco de dados da CPCS, esta última categoria de produtos obteve valores marcantes, sendo que nela estão contabilizadas as

roupas e os calçados, que também obtiveram valores altos no último resultado apresentado.

É importante observar também que parte dos acidentes de consumo podem ser causados por uso inadequado dos produtos ou serviços. Isto pode acontecer quando não existem informações claras sobre a utilização do produto ou serviço ou até mesmo um mau uso por parte do consumidor, o que isentaria o fornecedor de responsabilidade.

Segundo o *Department Of Trade & Industry – DTI* (2005), existe também a parcela de acidentes ocorridos devido ao envolvimento do comportamento do consumidor. O comportamento está envolvido em 24,7% das fatalidades envolvendo acidentes de consumo, enquanto que nos casos que causaram machucados sérios, o comportamento foi responsável por 35,1%. Entretanto, isto significa que 75,3% das fatalidades foram geradas por razões que não tiveram como causa o comportamento do consumidor. Mas, este estudo ainda ressalta que, nos casos onde o consumidor teve uma parcela de envolvimento, os principais motivos foram o consumo de álcool, a prática de atividades perigosas, como escaladas, e a falta de cuidado e atenção.

4.5. OUTROS PROGRAMAS

Neste item analisaremos alguns programas que tratam de informações que podem contribuir ao estudo de acidentes de consumo. São programas que não tratam diretamente desse tipo de acidentes, mas sua estrutura pode contribuir no caso da implementação de uma rede destinada à captação de informações sobre acidentes de consumo, como está descrito no projeto de Lei do Deputado Dimas Ramalho. Neste sentido, iremos avaliar os resultados do Sinitox - Sistema Nacional de Informações Tóxico-farmacológicas que fornece estatísticas sobre as diversas intoxicações ocorridas por todo Brasil. Dentro das informações sobre as intoxicações também estão alguns acidentes de consumo, sendo que não especificados desta maneira.

Outra fonte de informações é o Programa de Análise de Produtos, que avalia a conformidade de produtos e/ou serviços em relação a normas e regulamentos técnicos. Iremos avaliar os resultados de alguns produtos, que aparecem em estatísticas como principais causadores de acidentes de consumo. Esse Programa também não trata diretamente sobre acidentes de consumo, mas realiza análises da conformidade de produtos

e serviços mais sugeridos pela sociedade. O resultado dessas análises é um indicativo de que o produto ou serviço está ou não em conformidade com as normas e regulamentos técnicos. Ao avaliarmos os motivos que fazem com que um produto possa causar acidentes de consumo, podemos citar o mau uso por parte do usuário, um design ruim ou uma não conformidade em relação a normas e regulamentos técnicos.

4.5.1. Resultados do Sinitox

O Sistema Nacional de Informações Tóxico-farmacológicas – SINITOX foi criado em 1980, pelo Ministério da Saúde, e tem como principal atividade coordenar o processo de coleta, compilação, análise e divulgação dos casos de intoxicação humana registrados no país, pelos 32 Centros de Controle de Intoxicações localizados em 17 Estados, segundo o site da Fiocruz (28/04/06). Estes centros são também conhecidos como Ceatox.

Este sistema dispõe de uma base de dados para o período de 1985 a 1998, que contempla os dados segundo 13 categorias de agentes tóxicos (medicamentos, animais peçonhentos, animais não peçonhentos, produtos químicos industriais, pesticidas agropecuários, pesticidas domésticos, domissanitários, ou seja, saneantes, produtos de toalete, raticidas, plantas, alimentos, outros produtos, distribuídos por centro, região geográfica, vítima, causa determinante, faixa etária, sexo, zona de ocorrência e evolução.

Não se sabe dizer se alguma intoxicação desta lista ocorreu em um acidente que pode ser caracterizado como um acidente de consumo, mas quando houve a realização da análise em água sanitária, em 2004, o Inmetro solicitou ao Ceatox do Hospital das Clínicas de São Paulo, o número de contaminações por este produto, referente ao ano de 2004, e descobriu que a média de intoxicações por este saneante é de 50 casos por mês. Estes casos podem ser exemplificados como acidentes de consumo, caso não existam informações sobre a utilização correta do produto ou caso a embalagem ou a tampa do produto esteja vazando. No momento desta análise foi caracterizada a necessidade de melhorias nas tampas das embalagens porque a maioria delas estava permitindo o vazamento do produto.

A iniciativa do Ministério da Saúde em criar estes Centros de informações surgiu a partir da constatação, entre as prioridades do governo, da necessidade de se criar um sistema abrangente de informação e documentação em Toxicologia e Farmacologia de alcance nacional, capaz de fornecer informações sobre medicamentos e demais agentes tóxicos

existentes em nosso meio, às autoridades de saúde pública, aos profissionais de saúde e áreas afins e à população em geral.

Um dos principais objetivos desta rede é disponibilizar aos médicos o conhecimento sobre as intoxicações e como eles devem tratá-las e orientar a população. Por isso, é importante conhecer alguns aspectos desta fonte de informações:

- Os médicos não são obrigados a fornecer informações aos Ceatox dos seus estados;
- Os médicos acabam fornecendo as informações quando necessitam de algum conhecimento sobre o tratamento de alguma intoxicação;
- Os centros funcionam com poucos funcionários que se disponibilizam a atender um contato telefônico para ajudar um médico a resolver algum problema a respeito de intoxicações;
- Os centros são independentes. Cada um, em seu estado, elabora sua estatística;
- O envio de dados ao Sinitox pelos centros também não é compulsório;
- A notificação de intoxicações pela vítima ou familiares também é espontânea.

Apesar desta descentralização de obtenção e cadastro de informações, o Sinitox tem obtido sucesso no seu objetivo de existência, que é coordenar o processo de coleta, compilação, análise e divulgação dos casos de intoxicação e envenenamento registrados por uma Rede composta, no ano de 2005, de 36 Centros de Informação e Assistência Toxicológica, localizados em 19 estados brasileiros e no Distrito Federal, além de fornecer informações para o tratamento de intoxicações. O resultado deste trabalho é divulgado através da publicação “Estatística Anual dos Casos de Intoxicação e Envenenamento”. Alguns resultados estão demonstrados nas tabelas a seguir:

- No ano 2003, foram registrados 82.716 casos de intoxicação humana por 29 dos 33 Centros de Informação e Assistência Toxicológica em atividade no país. Para efeito de comparação, no ano 2001, foram registrados 75.293 casos de intoxicação humana em 25 dos 31 Centros em atividade no país naquele ano. Em 2002, foram registrados 75.212 casos de intoxicação humana em 25 dos 33 Centros em atividade no país naquele ano;
- A Região Sudeste, com maior número de Centros (16), registrou 44,1% dos casos, seguida pelas Regiões Sul (28,7%), Nordeste (17,4%), Centro-Oeste (8,1%) e Norte (1,7%);
- As principais demandas de solicitação de informação, no ano 2003, estão relacionadas

-
- com medicamentos (19,8%) e com animais peçonhentos (17,2%);
- Em 2003, os principais agentes tóxicos que causaram intoxicações em seres humanos em nosso país foram os medicamentos (28,2%), os animais peçonhentos (24,1%) e os domissanitários (8,2%). Este comportamento vem se apresentando desde 1996;
 - A principal circunstância é o acidente, responsável por 57,7% do total de casos registrados, seguido da tentativa de suicídio com 20,3% e do acidente no trabalho, com 6,7%, comportamento que vem se mantendo desde 1985;
 - Quanto às faixas etárias mais acometidas, destacam-se as crianças menores de 5 anos com 24,7% do total de casos, os adultos de 20 a 29 anos com 18,0%, os de 30 a 39 anos com 12,9%, os de 40 a 49 anos com 10,0% e os jovens de 15 a 19 anos com 9,4%;
 - Quanto aos principais agentes tóxicos que causam intoxicações em crianças menores de 5 anos, destacam-se os medicamentos (38,3%), os domissanitários (18,0%) e os produtos químicos industriais (8,7%);
 - O suicídio respondeu por 54,9% dos óbitos, seguido do acidente com 19,4%, somando juntas, estas duas circunstâncias, 74,3% dos óbitos.

Este tipo de rede de informações consta neste estudo por também se tratar de uma iniciativa que conta com a parceria de outras instituições, ou seja, os hospitais onde funcionam os Centros, para conseguir coletar as informações. No Brasil, onde a importância dos dados ainda não despertou a atenção da mídia nem do governo, esta rede vem representando um esforço inusitado e, demonstra que mesmo sem a obrigatoriedade da notificação a consciência vem tomando frente das resoluções e garantindo um bom resultado.

Podemos avaliar comparando novamente com os dados do trabalho realizado pelos Ministérios do Trabalho, da Previdência e da Seguridade Social, que publicou um anuário com estatísticas sobre acidentes do trabalho. Existe a obrigatoriedade da comunicação de um acidente de trabalho e o número de comunicações é apenas 4,5 vezes maior, aproximadamente – enquanto o índice de acidentes de trabalho para o ano de 2000 foi de 343.996 casos (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2000) o índice registrado de informações sobre acidentes aos Ceatox foi de 75.293, para o ano de 2001. Isso demonstra, no mínimo, o comprometimento daqueles profissionais envolvidos no tema. Ou que o número de acidentes com intoxicações pode ser assustadoramente maior, caso seja obrigatório o seu registro e notificação.

É preciso ser levado em consideração também que grande parte das notificações ocorre no momento da ligação para a obtenção de informações sobre intoxicações. Isso demonstra que um esforço grande deve ser feito no sentido da educação e da conscientização da sociedade para a necessidade da informação e da compilação de dados.

4.5.2. O Programa de Análise de Produtos

Desde 1996, o Inmetro coordena, através da Divisão de Orientação e Incentivo à Qualidade, o Programa de Análise de Produtos, que possui os seguintes objetivos:

- Prover mecanismos para que o Inmetro mantenha o consumidor brasileiro informado sobre a adequação dos produtos e serviços em relação aos Regulamentos e às Normas Técnicas, contribuindo para que ele faça escolhas melhor fundamentadas, tornando-o mais consciente de seus direitos e responsabilidades;
- Fornecer subsídios para a indústria nacional melhorar continuamente a qualidade de seus produtos, tornando-a mais competitiva;
- Diferenciar os produtos disponíveis no mercado nacional em relação à sua qualidade, tornando a concorrência mais equalizada;
- Tornar o consumidor parte efetiva do processo de melhoria da qualidade da indústria nacional.

Este Programa promove a realização de ensaios em produtos ou serviços para avaliar a tendência do setor produtivo de estar ou não conforme em relação aos Regulamentos e Normas Técnicas. Não são criados critérios subjetivos nem é realizada uma avaliação comparativa entre os produtos e/ou serviços avaliados, ou seja, não se avalia se uma marca é melhor ou pior do que outra, e sim, se estão conformes ou não conformes. É importante mencionar que este Programa não aprova marcas nem modelos ou lotes de produtos, e sim, como dito anteriormente, avalia se a tendência do setor produtivo é de produzir em conformidade ou não em relação às normas e regulamentos técnicos e expõe essa informação na mídia para que toda a sociedade possa se beneficiar da informação e com isso o Programa busca atingir seus objetivos. Na mídia, os resultados do Programa de Análise de Produtos são normalmente divulgados em um programa de alto índice de audiência, em nível nacional.

Segundo Salay & Tabai (2002),

“A Anvisa considera que a repercussão junto à população seja maior, por um período curto de tempo, pois substancial parcela da população tende a esquecer rapidamente os alimentos com problemas e tende a voltar a adquiri-lo antes mesmo que as irregularidades sejam eliminadas.”

É importante mencionar que os resultados desse Programa servem como subsídio também para que outros Órgãos Regulamentadores direcionem suas fiscalizações e tomem atitudes com relação à não conformidades observadas.

Este Programa, ao longo dos seus 10 anos de existência, analisou mais do que 200 tipos de produtos diferentes, representando mais de 2.000 marcas e 1.700 fabricantes, e conseguiu implementar 79% das ações de melhoria previstas nos seus relatórios de análise.

O Programa de Análise de Produtos serve como um grande subsídio de informações para a implementação de programas compulsórios de Avaliação da Conformidade do Inmetro. Muitos produtos que apresentaram um alto índice de não conformidade no Programas de Análise de Produtos acabaram sofrendo uma intervenção do Inmetro em seu processo produtivo, por apresentarem não conformidades que tornavam a utilização do produto um risco para o consumidor, em relação a sua segurança e sua saúde. Essa intervenção ocorre através de um Programa de Avaliação da Conformidade, que pode ter como conseqüências um produto certificado pelo Inmetro, que exhibe um selo de conformidade. Esse selo garante um adequado grau de segurança de que aquele produto está de acordo com normas e/ou regulamentos técnicos.

Levando em consideração que, possivelmente, uma não conformidade pode acarretar um acidente de consumo, faremos uma avaliação dos resultados obtidos em análises feitas pelo Programa de Análise de Produtos em alguns produtos que mais acarretaram acidentes, segundo os estudos apresentados. Abaixo está um resumo dos produtos que mais causaram acidentes segundo os estudos apresentados.

Departamento de Indústria e Comércio do Reino Unido: alimentos e bebidas, itens de uso pessoal, materiais de construção, mobílias, roupas e calçados, transportes e móveis.

PRO TESTE: medicamentos, produtos de limpeza, alimentos e bebidas;

Comissão de Segurança de Produtos de Consumo dos EUA: itens de higiene pessoal, brinquedos e itens de cozinha;

Pesquisa Inmetro: móveis domésticos e alimentos;

Segundo descrito no capítulo 2, a Organização Mundial de Saúde - OMS considera que os alimentos representam uma fonte de 30% de causa de doenças em países industrializados. Os dados do Programa de Análise de Produtos, coordenado pela Diretoria da Qualidade do Inmetro, demonstram que as não conformidades em relação aos alimentos analisados, desde 1996 até o ano de 2005, são da ordem de 35%. É importante informar que estão incluídas nesta estatística problemas de rotulagem, adequação do produto com requisitos da legislação, além dos casos de contaminação.

Segundo resultados da análise realizada em 2006, em queijos minas, em 30% das marcas analisadas de queijo minas foi constatada a presença de contaminantes, do tipo coliformes fecais. Além disto, uma marca apresentava uma bactéria que pode ser mortal ao ser consumida, a listéria.

A análise realizada em freezers de supermercado indicou que dos 31 supermercados avaliados, apenas quatro apresentavam seus alimentos acondicionados na temperatura exigida pela legislação, que é de -8°C , o que significa que apenas 12% dos estabelecimentos mantêm seus alimentos de maneira adequada.

Em relação a móveis domésticos, onde a maior causadora de acidentes, na pesquisa realizada no Inmetro, neste quesito, foi a cadeira plástica. Pode-se aproveitar como fonte de dados as duas análises de qualidade do Inmetro já realizadas. Em dois momentos distintos, houve um grande percentual de não conformidades nos resultados. Na primeira análise, em 1998, o resultado indicou que 75% das 12 marcas adquiridas obtiveram resultados não conformes. Na Segunda análise, em 2004, houve um índice de não conformidade de 73%, ou seja, oito das onze marcas analisadas não eram suficientemente resistente para serem consideradas conformes. A baixa qualidade deste produto possui impacto direto na ocorrência de acidentes de consumo. Um acidente de consumo neste caso poderia ser a queda de um usuário devido o rompimento da cadeira ou apenas o constrangimento devido a uma grande deformação da cadeira quando esta fosse utilizada.

Outro produto também observado como fonte de acidente de consumo na população pesquisada foi a escada doméstica. Houve baixa proporção de ocorrência de acidentes com este produto, ainda na pesquisa do Inmetro e nos dados apresentados no Reino Unido, apenas 1%. No estudo feito no Inmetro, apenas uma pessoa teve problemas na utilização deste produto no seu lar, o que representa uma percentagem de 4%. Entretanto, esse acidente acarretou torção no usuário, o que pode ser considerado como uma consequência

grave. O Programa de Análise de Produtos também analisou escada doméstica metálica, em 2005, segundo os critérios definidos na norma técnica da ABNT, e o resultado obtido foi de 100% de não conformidades das marcas avaliadas em relação às normas vigentes.

Outra causa de acidentes, que em primeira análise pode parecer inócuo, frente a grande porcentagem de acidentes devido à alimentação, é o serviço. Apesar do pequeno número de ocorrências de acidentes com serviços, na pesquisa realizada no Inmetro, suas conseqüências se mostraram muito graves. Podemos observar na tabela 01, localizada no apêndice B, que as lesões causadas são fissura de ossos e lesões na coluna.

4.6. ENTREVISTA COM A REPRESENTANTE DO IDEC

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) é uma associação de consumidores, sem fins lucrativos, que foi fundada em 1987. Dentre algumas atuações do IDEC podemos citar a orientação de seus associados sobre seus direitos como consumidores, para que se previnam de problemas, utilizando o Código de Defesa do Consumidor, atuação em temas de grande relevância para o interesse coletivo dos consumidores e da sociedade como um todo e realização de testes comparativos de produtos e serviços.

A Sra. Teresa Liporace trabalha no Instituto como gestora do projeto que realiza testes em produtos e concordou em participar da pesquisa.

- a) Desde 1972, 10 anos após o lançamento do discurso do presidente John F. Kennedy no Congresso Americano sobre a importância do consumidor, os EUA desenvolvem um sistema nacional capaz de cadastrar dados a respeito de acidentes de consumo, além de ter o poder de realizar recalls e mudanças nas normas e regulamentos técnicos em função da identificação de produtos que ofereçam riscos à saúde e segurança do consumidor. No Brasil temos iniciativas ocorrendo desde 2004, com o estudo da PRO TESTE e, em 2005, com o estabelecimento da rede do Ceatox em todo Brasil. Por que agora este assunto está começando aparecer no Brasil?

IDEC - Este tema já surgiu em diversos outros momentos. Na época em que se discutia a norma para berços, por exemplo, buscou-se informações sobre acidentes com este produto. Também, quando o Idec realizou, em 1996/1997, um teste sobre segurança em berços, eu estive em diversos hospitais do Rio de Janeiro, no setor de emergência,

levantando dados sobre ocorrência de acidentes com o produto. Naquela época, não foi possível levantarmos dado algum sobre este tipo de acidente. Profissionais de saúde, ao prestar o primeiro atendimento preenchiam um formulário com as informações sobre o acidente, porém, na maioria das vezes, os dados estavam incompletos ou não eram suficientes para que se identificasse a origem do problema.

Na minha opinião a discussão sobre acidentes de consumo, agora retomada com maior profundidade, faz parte de um processo de amadurecimento por parte da nossa sociedade, que nasceu junto com o Código de Defesa do Consumidor, em vigor desde março de 1991.

Sem nenhuma dúvida, o CDC propiciou que as associações de consumidores adquirissem importantes prerrogativas de atuação, o que fez com que surgissem dezenas delas, e apontou para uma perspectiva de que as outras políticas públicas conexas incorporassem os seus princípios.

No Brasil, ainda se vive um ambiente de afirmação dos direitos dos consumidores, havendo um grande espaço de luta para que eles se efetivem em relação a políticas públicas, especialmente as de saúde e saneamento, educação, alimentação, comunicação, energia, meio ambiente, economia, agricultura e transportes, entre outras. Mas o cidadão já tem uma postura diferente daquela apresentada no início da década de 90. Hoje, felizmente, os consumidores estão mais atentos com relação aos vícios de produto, por exemplo. Antes, ao sofrer um acidente provocado por um produto defeituoso o consumidor assumia o erro, declarando-se culpado por não saber manusear corretamente o produto adquirido. Na época do teste de berços, os profissionais de saúde diziam que as mães não contavam o que realmente havia acontecido, pois julgavam-se culpadas pelo acidente sofrido por seus filhos. Ninguém questionava, por exemplo, se o espaço entre as grades do berço era adequado ou se o sistema de regulação de altura era seguro; culpavam-se por terem sido “desatentas” deixando os filhos sozinhos no berço.

O movimento dos consumidores, no Brasil, ainda é muito jovem e não existe uma política de governo voltada ao seu fortalecimento. Houve avanços - e foram significativos – pelo empenho do Idec, do próprio Inmetro e de outras organizações, como as do FNECDC, mas há um longo caminho a ser percorrido, que passa, efetivamente, por um novo posicionamento frente às políticas públicas, procurando impor um novo “poder cívico” capaz de determinar que toda ação governamental reflita os interesses e necessidades dos cidadãos. Esse tema surge, agora, como uma nova demanda da sociedade civil

organizada, que como todas as anteriores, pasou por um período de incubação e, agora, começa a “pipocar” para todos os lados. O momento é propício para que se discuta a elaboração de uma política pública que tenha como objetivo reduzir o número de acidentes de consumo no país.

- b) Segundo seu entendimento, o estudo e a captação de informações a respeito de acidentes de consumo poderia orientar de forma mais precisa atitudes do governo em relação à proteção e defesa do consumidor?

IDEC - Não só o estudo e a captação, mas também a sistematização da informação e a divulgação, acima de tudo. À medida que o cidadão é informado sobre um determinado tema, ele exerce o que chamamos de “cidadania ativa” e passa a ter um papel fundamental no processo. Ele fica mais atento com o que acontece no seu dia-a-dia. Com relação a “atitudes do governo”, eu prefiro chamar de políticas públicas. O trabalho de levantamento das informações é importantíssimo, mas é preciso que haja transparência e espaço para participação da sociedade civil neste processo. O que você está chamando de “atitudes do governo”, eu prefiro chamar de políticas públicas. E o papel dos consumidores e de suas associações é fundamental.

- c) Qual seria a melhor ferramenta para coletar essas informações a respeito de acidentes de consumo, na sua opinião?

IDEC - Eu ainda não pensei muito a respeito disso, mas eu acho que existem algumas ferramentas já utilizadas em outros campos que podem ser “adaptadas/ aperfeiçoadas” para acidentes de consumo. Eu lembro, agora, do SISAGUA – Sistema de Informação de Vigilância da Qualidade da Água para Consumo Humano. O Siságua é um sistema de informação on-line de vigilância e de controle da qualidade da água consumida pela população, elaborado pela Fundação Nacional de Saúde (Funasa). O SISAGUA tem o objetivo de coletar registrar, transmitir e disseminar os dados gerados rotineiramente, provenientes das ações de vigilância e controle da qualidade da água para consumo humano. A produção dessas informações é fundamental para nortear as decisões e o direcionamento das práticas da vigilância em todos os níveis do SUS – Sistema único de Saúde. Penso que alguma ferramenta com uma concepção parecida com a do SISAGUA pode ser adequada.

- d) O acidente de trabalho e sua grande repercussão, após o início do seu banco de dados, pelo Ministério do Trabalho, gerou uma série de medidas visando a diminuição deste tipo de acidente: exigência de EPI, exigência de engenheiros de segurança do trabalho em campo, entre outras. Na sua visão, o que poderia acarretar um estudo sobre a incidência dos acidentes de consumo?

IDEC - A concepção de políticas públicas voltadas para a prevenção de acidentes de consumo.

- e) Na sua opinião, a formação de um banco de dados pode culminar em medidas na melhoria da qualidade de produtos e serviços, de modo que se diminua a incidência dos acidentes de consumo?

IDEC - Como eu já falei anteriormente, só a estruturação de um banco de dados não é capaz de gerar impactos significativos. Essa ação deve fazer parte de um conjunto de ações planejadas e complementares, incluindo a ampla divulgação junto aos consumidores e profissionais de saúde, que estarão ligados diretamente com a questão. Campanhas de educação mostrando a importância do tema, a necessidade de informações completas e fidedignas, etc. Se não houver uma grande campanha incentivando consumidores e profissionais de saúde a contribuir com a coleta de dados, nada vai acontecer. Se a sociedade civil organizada não for envolvida, possivelmente os resultados não serão significativos.

- f) A informação é um poderoso aliado para a obtenção deste tipo de dados. Existe um grande número de pessoas que não recorre ao médico devido ao acidente de consumo, pois as lesões ou machucados são tratados em casa. Como poderiam essas pessoas relatar seu acidente de consumo e contribuir assim para a melhoria da qualidade dos produtos e das informações do banco de dados?

IDEC - Estruturação de uma campanha de informação pública.

- g) Quais seriam as melhores políticas para se minimizar a falta de informação ou a dificuldade de entendimento por parte do consumidor?

IDEC - Existe uma série de ações que podem ser desenvolvidas com esse objetivo. Uma delas é a inserção do tema nas escolas. O currículo já prevê a educação para o consumo

como um tema transversal. Distribuição de cartilhas em postos de saúde, estações de trem e metrô, etc. Campanhas de utilidade pública em rádio e TV, etc.

h) Como poderia este tipo de informação beneficiar os consumidores brasileiros e a economia do Brasil?

IDEC - Os consumidores brasileiros seriam beneficiados com a retirada de produtos inseguros do mercado, com a revisão de normas e regulamentos já existentes e com a elaboração de novas normas e regulamentos, com a certificação de produtos e serviços, etc. A economia brasileira seria beneficiada com a redução de gastos hospitalares e tratamentos gerados com os acidentes e, por outro lado, o aumento de segurança nos produtos e serviços, a melhoria na qualidade e nas normas e regulamentos podem contribuir para o aumento na exportação de produtos nacionais.

De acordo com a representante do IDEC (2006), o tema acidentes de consumo está sendo foco de grandes discussões em virtude do amadurecimento da sociedade. De acordo com Porter (1999), quanto mais consciente e crítico o consumidor mais exigente será em relação à qualidade de produtos e serviços. Este assunto vem demonstrando a necessidade urgente de políticas públicas, tanto em função de causar acidentes e sobrecarregar a rede de hospitais quanto em relação à melhoria da qualidade e segurança dos produtos e serviços.

Na busca por medidas que busquem avaliar os impactos dos acidentes de consumo na sociedade brasileira, não devemos esquecer da importância da informação. Ela tem papel fundamental para a participação e atuação de toda a sociedade no registro e identificação dos acidentes de consumo.

Este trabalho procurou responder de forma satisfatória os problemas inicialmente propostos, através da análise de uma revisão bibliográfica, que abordou os estudos de diversos autores sobre acidentes de consumo, o que significam e sua repercussão para a sociedade, além de seu entendimento na área do direito civil. Outros tópicos estudados foram em relação ao consumidor frente ao ato de comprar e como a informação pode tornar esse consumidor mais atuante na busca de seus direitos e entender seus deveres, no ato de consumir.

Outra avaliação foi feita no sentido de entendermos o papel do Inmetro como regulador na área da qualidade, em relação a produtos e serviços, e foi comentado como os programas de avaliação da conformidade podem minimizar os riscos à saúde e à segurança do consumidor.

CAPÍTULO 5

Considerações Finais

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho pode ser considerado como uma contribuição para a sociedade no sentido de servir como alerta e demonstrar a necessidade de ações com base na informação sobre o que são acidentes de consumo, no seu cadastro e, conseqüentemente, na diminuição destes acidentes. Dessa forma, a sociedade poderá usufruir cada vez mais de produtos e serviços mais seguros e também praticar seu dever como cidadão consciente ao utilizar-se da informação para a melhoria da qualidade dos produtos e serviços expostos à venda no mercado nacional.

A seguir são apresentadas as conclusões e as recomendações para trabalhos futuros.

5.1. CONCLUSÕES

De acordo com os resultados apresentados neste trabalho, pode-se observar que estamos sendo vítimas de um algoz silencioso que acomete, possivelmente, um maior número de pessoas que o acidente de trabalho e que ao mesmo tempo é invisível, pois ocorre, em sua grande maioria, dentro das casas das pessoas, e não responsabiliza ninguém diretamente, se o consumidor não for munido de informação e consciência, para poder buscar ou diretamente nas empresas fornecedoras daquele produto ou serviço ou nos órgãos da justiça seus direitos e a satisfação por seus prejuízos financeiros e morais.

As informações prestadas na leitura deste trabalho demonstram que estão aparecendo no Brasil, atualmente, ações no sentido de quantificar os acidentes de consumo e avaliar quais produtos e serviços podem estar oferecendo mais incidência deste tipo de acidente.

No ano de 2004, podemos observar que a necessidade da informação sobre dados estatísticos brasileiros sobre acidentes de consumo acarretou a implementação de um estudo pioneiro sobre acidentes de consumo. Ainda que em pequena escala, este estudo fornece algumas orientações sobre o impacto deste tipo de acidente nas nossas vidas. Foi neste período que foi lançado o projeto do Deputado Dimas Ramalho sobre a criação do SINAC. Em 2005 foi também lançada a idéia da criação de uma rede nacional sobre acidentes causados por produtos toxicológicos, administrado pelo Ministério da Saúde, através de diversos centros espalhados pelo país, chamados de Ceatox. Atualmente, está sendo implementado no Brasil o Sindec - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, um sistema que congrega todos os Procons através da Internet, onde podem ser

disponibilizados dados sobre as empresas mais reclamadas nos Procons. De acordo com a entrevista concedida pela representante do Idec, Teresa Liporace, estas atitudes são uma resposta de um amadurecimento da sociedade, em função do surgimento do Código de Defesa do Consumidor.

Dessa maneira, podemos observar que já estão sendo direcionados esforços para a melhoria da qualidade de produtos e serviços, em diversos âmbitos, assim como esforços no sentido do cadastro de informações. Mas ainda é necessário implementar-se ações no sentido de obter-se informações, em âmbito nacional, sobre os acidentes de consumo. Acidentes que causam prejuízos materiais e pessoais, além de prejuízos econômicos da ordem de 700 bilhões de dólares, nos EUA, segundo site da *Consumer Product Safety Commission*, Agência Governamental que trata exclusivamente de acidentes de consumo.

Ainda não é possível no Brasil informarmos o quanto esses acidentes estão impactando em termos de prejuízos econômicos e sociais porque não existe um cadastro nacional sobre acidentes de consumo. Mas, podemos inferir que este tipo de acidente, pode estar causando mais fatalidades do que os acidentes de trabalho, já que, segundo Correia, no Reino Unido, em 1996, os acidentes domésticos chegaram a um patamar superior ao atingido pelos acidentes de trânsito: 33% contra 26% do segundo tipo de acidentes.

Outra evidência disto é que no grupo de pessoas pesquisadas no âmbito do Inmetro, entre seus servidores e colaboradores, concluiu-se que, 87,5% das pessoas já sofreram algum tipo de acidente de consumo, seja com produto ou serviço, o que é um número bastante alto.

Além disto, segundo o anuário estatístico de Acidentes do Trabalho, em 2000, houve, em todo Brasil, 343.996 casos de acidentes do trabalho registrados. Caso a proporção entre acidentes de consumo e de trabalho, observada no Reino Unido, em 1996, seja semelhante no Brasil, poderíamos estimar mais de 450 mil casos de acidentes de consumo, por ano. Isto significa que pode estar ocorrendo um enorme número de acidentes de consumo, no Brasil, que não são cadastrados e por isso não vêm demandando políticas públicas para sua diminuição.

O Inmetro, através da elaboração da cultura em Avaliação da Conformidade e a conscientização do consumidor vem, através destas ferramentas, contribuindo para minimizar a ocorrência de acidentes com produtos e serviços, porque através destes programas os produtos e serviços avaliados devem buscar atender a normas e regulamentos

técnicos que visam garantir a segurança do consumidor e a sua participação como consumidor consciente.

A seleção dos produtos ou serviços com conformidade avaliada é feita com base na participação de diversos setores da sociedade na elaboração de uma lista de produtos e serviços. Essa lista é a lista do plano de ação quadrienal do PBAC – Plano Brasileiro da Avaliação da Conformidade, que busca direcionar esforços para produtos e serviços que mais sofrem com a ocorrência de falhas ou acidentes, segundo estes setores que participam da elaboração da lista, para minimizar os efeitos decorrentes e, com isso, também garantir uma maior competitividade da indústria nacional.

Desta maneira, a informação estatística sobre a ocorrência de acidentes de consumo torna-se uma ferramenta muito importante como mais um subsídio na elaboração do estudo de viabilidade técnica e na priorização dos Programas de Avaliação da Conformidade, que devem ser desenvolvidos de forma a possibilitar uma maior segurança para a sociedade de consumo e o aumento do fortalecimento da indústria nacional.

Nesta última década, o número de empresas especialistas em realizar pesquisas e obtenção de informações e conclusões com base em uma amostragem da população, tem crescido continuamente. O direcionamento de políticas e tomadas de decisão fundamentadas nesse tipo de estudo torna-se, atualmente, a maneira mais corriqueira de se justificar a aplicação de recursos financeiros e de se orientar projetos nas instituições.

Para nos mostrar a importância da estatística na tomada de decisões, Anderson (2003) cita o seguinte exemplo:

“A Business Week, revista de negócios mais lida em todo mundo, com uma circulação global de mais de 1.000.000 de exemplares utiliza estatísticas e informações estatísticas para auxiliar a gerenciar seu próprio negócio. Um levantamento anual ajuda a empresa a entender a demografia dos assinantes, hábitos de leitura, compras prováveis, estilos de vida e assim por diante. Os gerentes da Business Week utilizam sumários estatísticos desse levantamento para fornecer melhores serviços aos assinantes e anunciantes.”

Para melhor utilizar dados e a estatística como uma importante ferramenta, é importante investir também na informação, para que o consumidor possa ser participativo neste processo, ao prestar a informação sobre os produtos e serviços que possam tê-lo prejudicado ao causar estes acidentes. Essa informação não deve ficar restrita somente ao

fornecimento por parte dos hospitais. Segundo a pesquisa realizada com servidores e colaboradores do Inmetro, aproximadamente, metade recorreu ao atendimento médico, ou seja, caso somente o médico fosse responsável por repassar esta informação poderíamos estar obtendo somente metade das informações sobre acidentes de consumo ocorridos na sociedade brasileira.

Segundo Kamio (2005), atualmente existem as marcas chamadas de talibãs, verdadeiras guerrilheiras que estão invadindo o mercado oferecendo preço baixo, e isso fez com que as marcas consagradas reduzissem seus volumes, ou seja, ao invés de fornecer um produto com 800g estão fornecendo a versão compacta, com 200g, por exemplo, a fim de atender às classes de consumo chamadas de D e F, porque essa redução de volume permitiria a redução do custo sem a redução da qualidade.

Este artigo demonstra a importância de se investir na educação do consumidor porque ele não irá somente consumir pelo preço baixo em função do entendimento de que só o preço não é garantia de qualidade.

O consumidor informado também acaba buscando ao comprar um produto ou solicitar um serviço, além da satisfação de suas necessidades pessoais, atender a outros requisitos tão importantes quanto às motivações que os levam a comprar: a segurança e a qualidade. É necessário haver a consciência coletiva do papel fundamental do consumidor consciente para a melhoria da qualidade e adequação a normas e regulamentos dos produtos e serviços oferecidos no mercado. Essas normas e regulamentos são elaborados de forma a não coibir o avanço tecnológico, ou seja, sem “engessar” os produtos ou serviços, levando em consideração os aspectos mínimos necessários para garantir a segurança dos usuários. Esses requisitos propiciaram a diminuição, inclusive, de acidentes de consumo. O consumidor deve fazer a sua parte, buscando ser exigente na hora de sua compra demonstrando seu poder de negociação como cliente que vai buscar a melhor opção de compra para investir o seu dinheiro.

5.2. SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Considerando a novidade do conhecimento deste tema no Brasil e as delimitações da pesquisa, ressalta-se a importância de trabalhos futuros aprofundando-se nos seguintes pontos:

- Quantificar a existência de acidentes de consumo com uma amostragem significativa estendendo a pesquisa a todas as regiões do Brasil;
- Avaliar a importância de campanhas educativas para a prevenção de acidentes de consumo;
- Estudar se a implementação de uma ferramenta para possibilitar o contato com a população, após campanhas educativas, traria informações importantes, a respeito de acidentes em casa, que não necessitaram de atendimento médico e que, por isso, não apareceriam nas estatísticas fornecidas pelos hospitais;
- Avaliar quantitativamente, em termos financeiros, o impacto da ocorrência de acidentes de consumo para o nosso país, como já é feito nos EUA e Reino Unido.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AÇÃO INDENIZATÓRIA - ApCív 70005902952 – 10a Câm. Cív. – TJRS – rel. Des. Luiz Ary Vessini de Lima. Revista de Direito do Consumidor. n° 56. São Paulo: RT, 2005.

_____ - ApCív 70005093257 – 9a Câm. Cív. – TJRS – rel. Des. Adão Sergio do Nascimento Cassiano. Revista de Direito do Consumidor. n° 56. São Paulo: RT, 2005.

ANGHER, Anne Joyce. *Código Penal, código de processo penal, Constituição Federal.* 4° ed. São Paulo: Rideel, 2004.

ALGARTE & QUINTANILHA, Waldir e Delma. *A História da Qualidade e o Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade.* 1ª ed. Rio de Janeiro: Inmetro/ Senai, 2000. 143 p.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT-RJ). *Normalização e atividades relacionadas – Vocabulário Gerla. ABNT ISO IEC Guia 2.* Rio de Janeiro: 1998.

_____ Boletim - V. 4 n° 41, Dezembro, 2005. Reportagem de capa.

BARROS, Márcia de. *Estudo Comparativo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade com o Sistema da Comunidade Européia.* Tese de Mestrado em Sistema de Gestão pela Qualidade Total: Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2004.

BLACKWELL, Roger D. et al. *Comportamento do Consumidor.* São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

BUCICH, Clóvis Côrrea; SOARES, Marcelo Márcio. *Segurança no produto: reduzindo acidentes através do design.* Estudos em design. Rio de Janeiro, V.8 N.2 maio de 2000. (p. 43-67)

CAMPOS, Vicente Falconi. *Qualidade – gerenciamento da rotina do trabalho do dia-a-dia.* 2ª ed. Minas Gerais: Universidade Federal de Minas Gerais. Fundação Christiano Ottoni, 1994. 278 p.

CIAMPO, Luiz Antônio Del et al. *Acidentes Domésticos na Infância na Área de Vila Lobato (Ribeirão Preto).* São Paulo: *Pediatria* 19(1). p. 38 – 42, 1997.

CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – Nova ed. rev.,

atualizada e ampliada com o Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997. Brasília: Ministério da Justiça, 2001.

CPSC. *Consumer Product Safety Commission: bancos de dados sobre acidentes de consumo.* Disponível em: www.cpsc.gov/library/data.html . Acesso em: Set., 2005.

CONSELHO DA COMUNIDADE EUROPÉIA. Diretiva nº 85/374/CEE, de 25 de julho de 1985.

_____Diretiva nº 2001/95/CE, de 3 de dezembro de 2001.

CONSELHO FEDERAL GESTOR DO FUNDO DE DEFESA DE DIREITOS DIFUSOS - FDD. Balanço Social CFDD 2003/2004. Ministério da Justiça, 2005. (p. 56-64).

CORREIA, Walter Franklin Marques. *Segurança do Produto: Uma Investigação na Usabilidade de Produtos de Consumo.* Tese de Mestrado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Pernambuco, 2002.

DA CRUZ, Guilherme Ferreira. *A responsabilidade civil das empresas fabricantes de cigarros.* Revista de Direito do Consumidor nº 47, julho-setembro. São Paulo: RT, 2003. p. 67 – 117.

DELFINO, Lúcio. *Responsabilidade civil das indústrias fumígenas sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor.* Revista de Direito do Consumidor nº 51, julho-setembro. São Paulo: RT, 2004. p. 172 – 197.

DEPARTMENT OF TRADE & INDUSTRY (DTI). *Research on the proportion of home accidents involving product fault or contributory behaviour.* Disponível em: www.dti.gov.uk/consumers/Safety/safety-awareness/Safety%20research/index Acesso em: Out., 2005.

EMBANNEWS. *O consumidor diante da informação.* Revista Embanews nº 173, março. São Paulo: Embanews, 2005. p. 24 e 25.

GRINOVER, Alda Pellegrini et alli. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto – 8a edição.* Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

IBGE. *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.* Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 01 maio, 2006.

Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC. Entrevista concedida em abril, 2006.

INMETRO – *Livreto Avaliação da Conformidade*. Ed.3. Rio de Janeiro: Inmetro 2005.

_____ *Cartilha sobre Barreiras Técnicas às Exportações*. Rio de Janeiro: Inmetro.

_____ *Cartilha sobre Acreditação com Reconhecimento Internacional*. Rio de Janeiro: Inmetro.

_____ *Programa Brasileiro de Avaliação da Conformidade*. Disponível em: www.inmetro.gov.br/qualidade/quadrinalpbac. Acesso em 25 out., 2005.

_____ *Cartilha Comemorativa de 10 anos do Programa de Análise de Produto*. Rio de Janeiro: Inmetro, 2005.

_____ *Relatórios de Análise do Programa de Análise de Produtos*. Disponíveis em: www.inmetro.gov.br/consumidor/prodAnaliasados.asp

JÚNIOR, Widomar Pereira; SELL, Carpese Ingeborg. *O produto como causador de acidentes*. Santa Catarina: Revista Produção Vol. 4 Num. 2 maio de 2003.

JURAN, J. M. *A Qualidade desde o Projeto – novos passos para o planejamento da qualidade em produtos e serviços*. São Paulo: Editora Pioneira, 2004. 535 p.

KARSAKLIAN, Eliane. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Editora Atlas, 2000. 275 p.

KOTLER, Philip. *Administração de marketing: a edição do novo milênio*. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAZZARINI, Marilena; SALAZAR, João Roberto. *Coleção Educação para o Consumo Responsável - Direitos do Consumidor – Ética no Consumo*. Inmetro e Idec, 2002.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura & Consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. 206 p.

MAUTONE, Silvana. *Para Entender as Mulheres*. Revista Exame ano 39, nº 22, edição 855, de 09 de novembro de 2005. Editora Abril, 2005.

MAUTONE, Silvana. *Marcas Talibãs*. Revista Exame ano 39, nº 18, edição 851, de 14 de setembro de 2005. Editora Abril, 2005.

_____ *No supermercado, na favela, no bar....* Revista Exame ano 40, nº 1, de 18 de

janeiro de 2006. Editora Abril, 2006.

MINADEO, Roberto. *1000 perguntas marketing*. Rio de Janeiro: Biblioteca da Universidade Estácio de Sá, 1996.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO [et al]. *Anuário Estatístico de Acidentes do Trabalho*. Vol. 1 (2002). Brasília: TEM: MPAS, 2002. 477 p.

OLIVEIRA, Cláudio Brandão de. *Constituição da República Federativa do Brasil*. 4a ed. Rio de Janeiro: Roma Victor, 2004.

PALADINI, Edson Pacheco. *Gestão da Qualidade: teoria e prática*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004. 335 p.

PALMA, Paula Felix. *Exportação em alta impulsiona certificação*. Diário Comércio, Indústria & Serviços – Caderno B, fevereiro de 2006.

PORTER, Michael E. *Competição = On Competition: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

QUEIROZ, Odete Novais Carneiro. *Da responsabilidade por vício do produto e do serviço*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1998.

ROSPA. The Royal Society for the Prevention of Accidents. *Informações sobre a entidade*. Disponível em: www.rospe.uk. Acesso em: 15 out., 2005.

RIOS, Josué de Oliveira et al. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. São Paulo: Globo, 2001. 142 p.

SALAY, Elisabete; TABAI, Kátia Cilene. *O Programa de Análise da Qualidade de Produtos do Inmetro: os resultados nas Ações de Órgãos Governamentais Fiscalizadores de Alimentos*. São Paulo: Higiene Alimentar. Vol. 16. n° 99, agosto de 2002. (p. 16 – 28).

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. *Responsabilidade Civil no Código do Consumidor e a Defesa do Fornecedor*. São Paulo: Saraiva, 2002. 375 p.

SCHVARTSMAN, Samuel. *Educação para Segurança Infantil no Ambiente Doméstico*. São Paulo: Pediatria. vol. 9. 1987. (p. 59 – 61)

Sites Pesquisados:

Inmetro: www.inmetro.gov.br

DTI: www.dti.gov.uk/homesafetynetwork

CPCS: www.cpsc.gov.

PRO TESTE: www.proteste.org.br

SOARES, Marcelo M. *A contribuição da Ergonomia à Sociedade de Consumo*. Estudos em Design. Rio de Janeiro, V. 8 N.1. Abril de 2000. (p 27-36).

TABAI, Kátia Cilene. *Análise do Controle de Alimentos no Brasil*. Higiene Alimentar. São Paulo, Vol. 16 n° 97, junho de 2002. (p 22 – 25).

TADEU, Silney Alves. *As Dimensões do Consumo: reflexão para uma teoria compreensiva*. Revista de Direito do Consumidor. Out – dez. N° 56. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005. (p. 202 – 219).

WILSON, John R.; NORRIS, Beverley. *Design Safety into Products: making ergonomic and safety part of your design process*. London: University of Nottingham, 1997.

WOOD Jr, Thomaz. *Fordismo, toyotismo e volvismo: os caminhos da indústria em busca do tempo perdido*. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, 32(4): 6-18. Set/Out. 1992.

APÊNDICES

APÊNDICE I

PERGUNTAS REALIZADAS NA PESQUISA NO INMETRO.

1) Nome:

2) Idade: _____ anos.

3) Já sofreu algum acidente de consumo?

Sim

Não

4) Produto ou serviço?

5) Qual (is) produto(s) ou serviço(s)?

6) Que lesão resultou deste acidente?

7) Você teve que recorrer ao atendimento médico?

8) O médico perguntou o que causou este acidente?

9) O médico esclareceu que o ocorrido era um acidente de consumo?

10) Você recorreu à Justiça?

Sim

Não

APÊNDICE II

RESULTADOS DA PESQUISA REALIZADA NO INMETRO

	Idade	Sofreu Acidente?	Produto	Serviço	Qual(is)	Lesão
1	31	Sim	x		alimento	gastroenterite
2	31	Não				
3	47	Sim	x		alimento	diarréia
4*	85	Sim		x	queda no merado por causa de arroz no chão	fissão na clavícula
5	33	Sim	x		cadeira plástico, copo plástico, escada doméstica	escoriações, queimadura leve e torção do tornozelo
6	31	Sim	x		cadeira plástica, copo plástico e pizza	Pedaço de ingrediente preso à garganta
7	40	Sim	x		cadeira plástica, copo plástico e água sanitária	queimadura leve; cadeira deformou; vazamento dentro da sacola
8	52	Sim	x		cadeira plástica, copo plástico, alimento, eletrodoméstico	vômito, queimadura, constrangimento, choque
9	56	Sim	x		cadeira plástica, quebrar o gargalo do refrigerante ao abrir; eletrodoméstico; telefonia celular	choque, quebrou o braço (cadeira), aumento pressão arterial (celular)
10	33	Sim	x	x	cadeira plástica e alimento no restaurante	hepatite
11	---	Sim	x		garrafa de cerveja estourar ao guardar na geladeira	corte na testa
12	31	Sim	x		pote de vidro, copinho plástico, cadeira plástica	
13	30	Sim		x	transportadora de ônibus (freada brusca)	lesão na coluna, inflamação muscular, arranhão e inchaço

	Idade	Sofreu Acidente?	Produto	Serviço	Qual(is)	Lesão
14	34	Sim	x	x	folha de papel e alimento no restaurante	cutelo no dedo e intoxicação alimentar
15	34	Sim	x	x	bicicleta nova (o cabo arrebentou), alimentos em restaurantes, cadeira plástica	escoriações, intoxicação alimentar, constrangimento
16	55	Sim	x		cadeira plástica	
17	54	Sim	x		lata de extrato de tomate com abertura tipo "abre fácil"	cutelo na mão (5 pontos)
18	23	Não				
19	32	Sim	x		colchão, copo plástico de café, garfo e faca de plástico	dor na coluna, queimadura leve
20	33	Sim		x	alimento no restaurante	hepatite A
21	---	Sim	x		cadeira plástica	tombo
22	34	Sim	x		fio elétrico	queimadura
23	40	Sim	x		ácido nítrico	queimadura
24	30	Sim	x		touca térmica	não (mas pegou fogo na touca)
25	56	Não				
26	27	Sim	x		lata de atum e água sanitária	cutelo / vermelhidão nos olhos e mal estar (náuseas)
27	32	Sim	x		copo plástico, espiral de caderno, lata de alimentos, sapatos, sabonete	queimadura, furo no dedo, cutelo na mão, constrangimento, alergia
28	52	Sim	x		cadeira plástica	constrangimento
29	31	Sim	x		cadeira plástica	

	Idade	Sofreu Acidente?	Produto	Serviço	Qual(is)	Lesão
30	31	Sim	x		garrafa plástica de água mineral	corte
31	41	Não				
32	38	Não				
33	29	Sim	x	x	alimento comprado com larvas e alimento consumido em restaurante	constrangimento e intoxicação alimentar

Fonte: Autora

Tabela II.01 - Resultados da Pesquisa Realizada no Inmetro

ANEXOS

ANEXO A

ACOMPANHAMENTO DA LISTA DO PBAC

ÍNDICE DE CUMPRIMENTO DAS AÇÕES DO PLANO QUADRIENAL 2004-2007										Atualizado em 30/03/2006
PROGRAMA		PRELIMINAR	DESENVOLVIMENTO			ADEQUAÇÃO DA INFRA-ESTRUTURA				ÍNDICE DE CUMPRIMENTO
		ESTUDO DE VIABILIDADE (12%)	COMISSÃO TÉCNICA (8%)	NORMA OU RTQ (10%)	INSTRUÇÃO NORMATIVA DE AC (40%)	OAC / LAB (15%)	PROCEDIMENTO DE FISCALIZAÇÃO (5%)	TREINAMENTO DOS FISCAIS (5%)	ENTRADA EM VIGOR (5%)	
1	Acessibilidade aos transportes coletivos rodoviário e aquaviário, das pessoas portadoras de deficiência e com mobilidade reduzida	12,0%	8,0%							20,0%
2	Aparelho para melhoria da qualidade da água	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
3	Armazenamento de produtos agropecuários	12,0%	8,0%							20,0%
4	Bens de informática	2,7%								2,7%
5	Bolsas de sangue	12,0%								12,0%
6	Cabos de aço	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
7	Cachaça	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%	5,0%	5,0%	5,0%	100,0%
8	Cadeira de rodas	12,0%								12,0%
9	Cadeira para transporte e cinto de segurança infantil	12,0%	8,0%							20,0%
10	Cadeira plástica	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
11	Catalisador para escapamento veicular	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%

12	Chupetas	12,0%	8,0%	10,0%					30,0%	
13	Componentes de bicicletas	12,0%							12,0%	
14	Componentes de extintores de incêndio - Pó para extintor	12,0%	8,0%	10,0%	35,0%				65,0%	
	Componentes de extintores de incêndio - Indicador de pressão	12,0%	8,0%	10,0%	35,0%				65,0%	
15	Desfibriladores cardíacos	12,0%							12,0%	
16	Embalagem para produtos perigosos - Embalagem	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%			85,0%	
	Embalagem para produtos perigosos - Embalagem grande	12,0%	8,0%	10,0%					30,0%	
	Embalagem para produtos perigosos - IBC	12,0%	8,0%	10,0%	35,0%				65,0%	
	Embalagem para produtos perigosos - Tanque portátil	12,0%	8,0%	10,0%					30,0%	
	Embalagem para produtos perigosos - Embalagem recondicionada / refabricada	12,0%	8,0%	10,0%					30,0%	
17	Equipamentos de proteção individual - EPI - Capacete de segurança para uso industrial	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%				55,0%	
	Equipamentos de proteção individual - EPI - Cinturão de segurança	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%				55,0%	
	Equipamentos de proteção individual - EPI - Respiradores purificadores de ar	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%				55,0%	
	Equipamentos de proteção individual - EPI - Luvas de segurança para riscos elétricos	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%				55,0%	
	Equipamentos de proteção individual - EPI - Óculos de segurança	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%				55,0%	
18	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Tanque subterrâneo	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%			5,0%	90,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Tanque aéreo	12,0%	8,0%						5,0%	25,0%

	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Tubulação não metálica	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%			5,0%	90,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Componentes do sistema de descarga e abastecimento	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%			5,0%	90,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Sistema de monitoramento de vazamento	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%				5,0%	60,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Serviço de instalação de tanques	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%			5,0%	90,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Serviço de instalação de postos GNV	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%			5,0%	90,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Comissionamento de sistema de abastecimento de GNV em postos de abastecimento	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%				5,0%	75,0%
	Equipamentos e sistemas de postos de combustíveis - Componentes do sistema aéreo de abastecimento de combustíveis	12,0%	8,0%							20,0%
19	Fibras beneficiadas, fios e cordões de sisal	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%					55,0%
20	Fios e cabos elétricos	12,0%	8,0%							20,0%
21	Flores e plantas ornamentais									0,0%
22	Fogos de artifício	12,0%								12,0%
23	Fusíveis e suas bases									0,0%
24	Implantes ortopédicos	12,0%	8,0%	10,0%	25,0%	15,0%				70,0%
25	Lâmpadas	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
26	Luvas cirúrgicas e de procedimento	12,0%								12,0%

27	Madeira e derivados (painéis compensados, madeira serrada, pisos, portas, móveis)	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
28	Máquinas e equipamentos (prensas)									0,0%
29	Material hospitalar (gazes, compressas e ataduras gessadas)	12,0%								12,0%
30	No break até 10 kVA	12,0%	8,0%							20,0%
31	Oxímetro de pulso	2,7%								2,7%
32	Panelas de pressão									0,0%
33	Pára-choque traseiro para veículo de carga	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
34	Pino rei utilizado em transporte de carga	12,0%								12,0%
35	Processo de combate à mosca da fruta									0,0%
36	Produtos orgânicos	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
37	Profissionais na área de turismo	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%		5,0%	5,0%	5,0%	85,0%
38	Programas de computador	2,7%								2,7%
39	Próteses humanas	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
40	Quinta-roda utilizada em transporte de carga	12,0%								12,0%
41	Reator para lâmpadas de alta intensidade	12,0%								12,0%
42	Responsabilidade social	12,0%	8,0%	10,0%	40,0%	15,0%	5,0%	5,0%	5,0%	100,0%
43	Seringas e agulhas hipodérmicas	12,0%	8,0%							20,0%
44	Serviço de coleta e transporte de resíduos de serviços de saúde	12,0%								12,0%
45	Serviço de degaseificação de tanques utilizados no transporte rodoviário de produtos perigosos	12,0%	8,0%							20,0%
46	Serviços ambientais	12,0%	8,0%							20,0%

47	Sinalização náutica									0,0%
48	Sistemas de gestão de APPCC - Análise de perigos e pontos críticos de controle na área de alimentos	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
49	Tubos de aço para condução e acessórios	12,0%	8,0%	10,0%						30,0%
50	Turismo de aventura	12,0%	8,0%	10,0%	35,0%					65,0%
51	Turismo sustentável	12,0%	8,0%							20,0%
52	Ventiladores de teto	12,0%	8,0%							20,0%

Fonte: Inmetro (2006).

Tabela A.01 - Acompanhamento da lista do PBAC.

Acompanhamento do Plano Quadrienal (Resumo por Etapa)							
Etapa/fase		% fase	Peso	% etapa	% do plano		
Estudo de Viabilidade	Registro do objeto	91,04%	1,33%	87,56%	1,21%	10,51%	Cumprido do Plano: 35,82%
	Nomeação da equipe/recursos	91,04%	1,33%		1,21%		
	Registro da demanda	86,57%	1,33%		1,15%		
	Estudo de normas técnicas	86,57%	1,33%		1,15%		
	Análise de risco	86,57%	1,33%		1,15%		
	Análise do produto	86,57%	1,33%		1,15%		
	Análise econômica	86,57%	1,33%		1,15%		
	Análise do impacto	86,57%	1,33%		1,15%		
	Aprovação pela gerência	86,57%	1,33%		1,15%		
Desenvolvimento	Comissão técnica	70,15%	8,00%	37,98%	5,61%	22,03%	
	Norma / RTQ	53,73%	10,00%		5,37%		
	INAC em elaboração	32,84%	25,00%		8,21%		
	INAC em consulta pública	20,90%	10,00%		2,09%		
	INAC Publicado	14,93%	5,00%		0,75%		
Infra-estrutura	Laboratórios / organismos	13,43%	15,00%	10,95%	2,01%	3,28%	
	Procedimento de fiscalização	4,48%	5,00%		0,22%		
	Treinamento dos fiscais	4,48%	5,00%		0,22%		
	Entrada em vigor	16,42%	5,00%		0,82%		

Tabela A.02 - Acompanhamento da lista do PBAC.

ANEXO B

PROJETO DE LEI Nº 4302

PROJETO DE LEI Nº 4302, DE 2004

(Do Sr. Dimas Ramalho)

Cria o Sistema Nacional de Controle de Acidentes de Consumo - SINAC.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica criado o Sistema Nacional de Controle de Acidente de Consumo - SINAC, com o objetivo de fazer o controle social da saúde e segurança dos consumidores de produtos e serviços colocados no mercado.

§ 1º Os dados do SINAC auxiliarão o Poder Público e os fornecedores na atuação preventiva e dirigida à educação dos consumidores e na adequação de produtos e serviços.

§ 2º A redução dos riscos decorrentes da relação de consumo pressupõe a adoção de um conjunto integrado de medidas do poder público, da iniciativa privada e da sociedade civil.

Art. 2º O SINAC criará o Cadastro Nacional de Controle de Acidentes de Consumo, responsável pelo levantamento, registro e análise das informações sobre acidentes de consumo, sem prejuízo do registro e alimentação de sistemas próprios dos órgãos setoriais.

§ 1º O SINAC solicitará informações relativas à acidentes de consumo dos órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo.

§ 2º Os hospitais e prontos-socorros encaminharão trimestralmente ao SINAC o registro especificado dos atendimentos decorrentes de acidentes de consumo.

§ 3º O SINAC enviará as informações sistematizadas aos órgãos públicos competentes e aos respectivos representantes das categorias dos fornecedores de bens e serviços, a fim de

subsidiá-los na atuação preventiva e dirigida à educação dos consumidores e na adequação de produtos e serviços.

Art. 3º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar ao SINAC, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade.

Art. 4º O SINAC poderá expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência e independente da responsabilidade civil e criminal, prestem informações sobre questões relativas a periculosidade e nocividade dos produtos ou serviços oferecidos.

Art. 5º Aplica-se subsidiariamente a Lei n.º 8.078, de 11 setembro de 1990.

Art. 6º Esta lei será regulamentada pelo Poder Executivo.

Art. 7º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal brasileira estabelece que saúde é direito de todos e dever do Estado, que, por sua vez, deve, por intermédio de políticas sociais e econômicas, garantir a redução de riscos de doenças e outros agravos para a sociedade.

Ainda nos termos da Constituição Federal, a defesa do consumidor é não só um direito individual, cuja garantia deve se dar por ações estatais, mas também um princípio que deve ser observado por todas as empresas que estejam envolvidas com a atividade econômica.

Regulamentando esses direitos, há o Código de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC - Lei 8.078/90, que ao dispor sobre a Política Nacional das Relações de Consumo, estabelece

princípios importantes como o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, bem como estudos constantes para o aperfeiçoamento do mercado (art. 4º, incs. I e VIII).

O CDC determina que a proteção da vida, saúde e segurança contra riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços, são direitos básicos do consumidor (art. 6º, inc. I) e, ao dispor especificamente sobre esses direitos, o faz privilegiando as ações de caráter preventivo (arts. 8º a 10º), sendo destinatários dessas normas não só consumidores e fornecedores, mas também e principalmente o Poder Público.

Considerando-se, então, o arcabouço jurídico principal que delimita as ações sobre saúde e segurança, e, também, as normas que atribuem às associações de defesa do consumidor, um importante papel no aperfeiçoamento do mercado (CDC, arts. 4º e 5º e Decreto 2.181/97, art. 2º), a PRO TESTE – Associação de Defesa do Consumidor, em março de 2003, levou à sociedade civil organizada, cujas atuações estão ligadas à saúde, a proposta de desenvolvimento de um projeto envolvendo o controle social da saúde e segurança de consumidores de produtos e serviços colocados no mercado.

Abraçaram a causa a Associação Médica Brasileira – AMB, como parceira do projeto, o Hospital São Paulo, da Universidade Federal de São Paulo, o Hospital das Clínicas, da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, o Hospital Universitário, da Universidade de São Paulo, como apoiadores.

Apesar da grande importância que a legislação brasileira destina à saúde e segurança, não existem instrumentos de controle social dos acidentes ocorridos por defeitos nos produtos e serviços (fato do produto e serviço – art. 12, CDC).

Os relatos das entidades médicas indicam que há um expressivo número de acidentes de consumo por inadequações, defeitos e falha de informação nos produtos e serviços, sendo que, as crianças são, na maior parte das vezes, as maiores vítimas.

O atendimento dessas ocorrências gera para a rede pública custos significativos, que poderiam ser minimizados caso houvesse políticas públicas de caráter preventivo para evitar esses acidentes.

Nos Estados Unidos, conforme relatório do ano de 2001, da U.S Consumer Product Safety Commission (Comissão de Segurança de Produtos de Consumo) divulgou estatística oficial

do governo americano sobre acidentes de consumo: **4.308 mortes**¹ (brinquedos, produtos para bebês, equipamentos domésticos, ferramentas, e outros); **14.163.817 ferimentos** tratados em salas de emergência de hospitais, que envolveram gastos de **300.557.000 milhões de dólares**.

Nesta linha, apresentamos o presente projeto de lei criando o Sistema Nacional de Controle de Acidente de Consumo - SINAC, com o objetivo de fazer o controle social da saúde e segurança dos consumidores de produtos e serviços colocados no mercado. Os dados do SINAC auxiliarão o Poder Público e os fornecedores na atuação preventiva e dirigida à educação dos consumidores e na adequação de produtos e serviços.

Estamos certos, pela relevância da medida ora proposta, e em face das razões aqui expostas que, com o indispensável apoio dos eminentes pares, será esta emenda aprovada.

Sala da Comissão, em ____ de _____ de 2004.

Deputado **DIMAS RAMALHO**

PPS/SP

¹ Os dados relativos às mortes correspondem ao período de outubro de 1998 a setembro de 1999.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)