

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIDADE DE ENSINO SUPERIOR DOM BOSCO
CURSO DE DIREITO

JANNA COELHO MENDONÇA

“ENTRE PATAS E BEIJOS”: uma análise da utilização do método da experimentação animal pela indústria de cosméticos no Brasil em face do mito da beleza e do consumo consciente promovido pela ONU

São Luís
2020

JANNA COELHO MENDONÇA

“ENTRE PATAS E BEIJOS”: uma análise da utilização do método da experimentação animal pela indústria de cosméticos no Brasil em face do mito da beleza e do consumo consciente promovido pela ONU

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharela em Direito.

Orientadora: Profa. Ma. Thaís Emília de Sousa Viegas

São Luís

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Centro Universitário - UNDB / Biblioteca

Mendonça, Janna Coelho

“Entre patas e beijos”: uma análise da utilização do método da experimentação animal pela indústria de cosméticos no Brasil em face do mito da beleza e do consumo consciente promovido pela ONU. / Janna Coelho Mendonça. __ São Luís, 2020.

66 f.

Orientador: Prof^ª. Me. Thaís Emília de Sousa Viegas

Monografia (Graduação em Direito) - Curso de Direito – Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB, 2020.

1.Experimentação animal. 2. Industria de cosméticos. 3. Consumo consciente. I. Título.

CDU 343.58

JANNA COELHO MENDONÇA

“ENTRE PATAS E BEIJOS”: uma análise da utilização do método da experimentação animal pela indústria de cosméticos no Brasil em face do mito da beleza e do consumo sustentável promovido pela ONU

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Direito do Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharela em Direito.

Aprovada em: 15/12/2020.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Thaís Emília de Sousa Viegas (Orientadora)
Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco

Prof. Me. Isabella Pearce de Carvalho Monteiro

Prof. Ma. Mari-Silva Maia da Silva
Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco

A todos os bichinhos que merecem uma existência digna, em especial, Lolinha, a cachorrinha mais veloz e inteligente.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus pais, Jam e Adriane, por terem me dado todo o suporte necessário para a confecção desta pesquisa. Mas principalmente pelo amor e compreensão pelas vezes que não pude acompanhá-los em viagens importantes durante o processo. Obrigada, de coração, por terem me dado a educação e oportunidades a nem todos acessíveis.

Agradeço ao meu irmão, Janzinho, pelas dicas e preocupações dispensadas a este trabalho. Obrigada pelo companheirismo de sempre.

Ao meu namorado, João Miguel, pela paciência, auxílio e suporte proporcionados durante todo o processo, e por sempre estar disposto a me ajudar quando preciso. Agradeço por estar ao meu lado e me ensinar todos os dias o que é o amor. Obrigada por acreditar em mim.

Às minhas amigas, Agnes, Lorena, Jordana e Alana por me ajudarem a respirar com diversão durante esse processo. Mas principalmente à Lorena por, além de tudo, escutar as minhas frustrações e medos ao decorrer de toda minha trajetória, e nunca desistir de mim. Indispensável.

Às amigas cativadas durante a graduação, Laryssa Pereira e Onna Kalinina, que foram essenciais para manutenção da minha saúde mental durante essa etapa da minha vida. Obrigada pela disposição e pela gentileza de cada ação. Foram peças essenciais em minha evolução.

À minha orientadora, Thaís Viegas, pela paciência em me ensinar cada etapa e pelos elogios que, mesmo pequenos, me incentivaram escrever esta pesquisa e a acreditar em mim mesma. Seu trabalho é admirável.

À minha cachorrinha Lola, por me fazer enxergar o carinho e companheirismo que podem ser demonstrados mesmo na ausência de palavras.

E ao mais importante, a Deus, por conhecer cada passo dessa trajetória e me ajudar todos os dias a não desistir. Agradeço pelas pessoas presentes e pela saúde de cada dia.

Obrigada a todos por tudo!

“Chega sempre a hora em que não basta apenas protestar: após a filosofia, a ação é indispensável”

Victor Hugo

RESUMO

Esta pesquisa foi realizada mediante pesquisa bibliográfica, e busca analisar a aplicação de um consumo consciente ou ético em face das práticas exercidas na experimentação animal na indústria de cosméticos, isto é, para a fabricação de produtos de beleza surgidos por meio de necessidades reproduzidas pela mídia sobre o papel da mulher na sociedade. Analisa-se como a beleza é aplicada na figura feminina diante do mito da beleza e suas influências no consumo de cosméticos pelas mulheres no Brasil. Investiga-se a proporcionalidade existente entre o consumo de cosméticos pelas mulheres, tendo em vista que a interferência da mídia na criação de necessidades, e a prática da experimentação animal no processo de construção, considerando que são atos que causam sofrimento aos animais não-humanos. Apresenta-se um debate ético a respeito do tratamento direcionado aos animais em função da beleza e outras motivações psicológicas proporcionadas pelos cosméticos. Expõe-se os avanços da legislação brasileira na inclusão dos animais como detentores de direitos, principalmente o direito à vida, bem como decisões proferidas pelo STF em situações concretas que envolvem a dignidade animal. Por fim, estuda-se os fatores determinantes que induzem ao consumo e medidas alternativas para testes em animais considerando legislações internacionais.

Palavras-chave: Experimentação animal. Indústria de cosméticos. Mito da beleza. Consumo consciente. Métodos alternativos.

ABSTRACT

This research was carried out through bibliographic research, and seeks to analyze the application of conscious or ethical consumption in view of the practices exercised in animal experimentation in the cosmetics industry, that is, for the manufacture of beauty products arising through needs reproduced by the media about the role of women in society. It analyzes how beauty is applied to the female figure in the face of the beauty myth and its influences on the consumption of cosmetics by women in Brazil. The proportionality between the consumption of cosmetics by women is investigated, considering that the media interference in the creation of needs, and the practice of animal experimentation in the construction process, considering that they are acts that cause suffering to non-human animals. An ethical debate is presented regarding the treatment directed to animals due to beauty and other psychological motivations provided by cosmetics. The advances in Brazilian legislation on the inclusion of animals as holders of rights are exposed, mainly the right to life, as well as decisions made by the STF in concrete situations involving animal dignity. Finally, we study the determining factors that induce consumption and alternative measures for testing on animals considering international legislation.

Keywords: Animal experimentation. Cosmetics industry. Beauty myth.

SUMÁRIO

| | | |
|------------|--|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 9 |
| 2 | O CONCEITO DE BELEZA E SUA INFLUÊNCIA NO CONSUMO DE COSMÉTICOS PELAS MULHERES NO BRASIL | 12 |
| 2.1 | A compreensão da beleza | 12 |
| 2.2 | Uma análise crítica: o “mito da beleza” e as implicações sociais sobre a figura feminina | 17 |
| 2.3 | A indústria da beleza e sua contribuição na legitimação de construções sociais | 22 |
| 3 | A PROPORCIONALIDADE ENTRE AS PRÁTICAS EXERCIDAS NA EXPERIMENTAÇÃO ANIMAL E OS FINS PROMETIDOS PELOS PRODUTOS DE BELEZA | 28 |
| 3.1 | A experimentação animal e os limites éticos frente a sua utilização na indústria de cosméticos | 28 |
| 3.2 | A inclusão dos animais como sujeitos de direitos fundamentais..... | 33 |
| 3.3 | As propostas oferecidas pelos produtos de beleza..... | 36 |
| 4 | O CONSUMO CONSCIENTE PROMOVIDO PELA ONU EM FACE DA PRÁTICA DA EXPERIMENTAÇÃO ANIMAL NA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS NO BRASIL..... | 41 |
| 4.1 | O consumo consciente no Brasil e os fatores determinantes de comportamento dos consumidores..... | 41 |
| 4.2 | Os métodos alternativos para produção de cosméticos..... | 47 |
| 4.3 | Uma visão internacional sobre a proibição da experimentação animal e uma possível aplicação no processo de produção em indústrias brasileiras pautada no consumo consciente | 51 |
| 5 | CONCLUSÃO | 56 |
| | REFERÊNCIAS | 59 |

1 INTRODUÇÃO

A partir do surgimento dos meios midiáticos, a figura da mulher passou a ser, a cada dia que passa, mais atrelada à necessidade da beleza, que se tornou quase que uma condição para possuir dignidade. Percebe-se que os padrões reproduzidos pela mídia são inalcançáveis e geram diversos problemas físicos, bem como transtornos psicológicos para as mulheres. Essas situações podem, de início, serem percebidas como uma característica “boa” a ser requerida pela sociedade, mas se adentrarmos ao problema, essas imposições são pautadas em um mito da beleza.

A economia é uma ciência necessária em países que adotam o modelo capitalista e, por vezes, para conseguir existir ou fazer valer seus objetivos acaba por prejudicar e criar certas crenças que são registradas na essência das sociedades. Em virtude disso, a beleza como imposição social é criada para sempre estabelecer o lugar/papel da mulher na sociedade, de maneira que uma existência digna somente será garantida quando se atingir a beleza.

Em razão disso as indústrias de cosméticos surgiram, disfarçadas em nome da beleza, para que as mulheres pudessem se agarrar e gerar lucro para o país. Não é à toa que o Brasil está inserido entre os 5 países que mais consomem produtos cosméticos. No ano de 2017 o setor de cosméticos registrou um faturamento de 102 milhões de reais, com alta de 3,2% em relação ao ano anterior (99 milhões de reais) (SHMIDTT, 2008).

A necessidade de sobreposição do papel do homem na sociedade, englobando tanto homens quanto mulheres, consagrou-se pela faceta antropocêntrica no processo de conhecimento em “como ser” e de sua respectiva função a ser desempenhada em uma sociedade desenvolvida sob o manto de proteção estatal. A partir deste ponto, o pensamento de construção cresce para que, tudo fora da visão humana, caminhe para agregar benefícios à sua própria existência. Não foi de modo distinto que os animais acabaram na posição de bens e coisas, na forma patrimonial, e seres suscetíveis de apropriação em uma legislação mais próxima (Código Civil de 2002).

Entretanto, há de reconhecer os avanços legislativos quanto ao reconhecimento dos animais como seres sencientes, ao considerar que possuem a capacidade de sentir dores e desfrutar de diversas emoções não alheias aos humanos. Contudo, a visão utilitarista faz parecer que selecionar algumas das situações de violação aos direitos dos animais e evitar outras que influenciam na economia de um país dá margem para a experimentação de animais na indústria de cosméticos.

Ocorre que, para a produção destes insumos, os métodos utilizados não são pautados em um consumo consciente/ético, no qual compreende tanto uma responsabilidade social quanto ambiental. A experimentação em animais para a produção de produtos desta natureza, ainda é prática comumente utilizada sob o pretexto de evitar danos pelo uso do produto e objetivar a capitalização de lucros, a custo de vidas.

Não é demasiado refletir se a funcionalidade prometida pelos produtos de beleza legitimados por uma visão opressora faz valer o sofrimento animal presente no método denominado experimentação animal. É o que esta monografia pretende apresentar, partindo de um significado de beleza inserido por uma sociedade patriarcal para obtenção de lucros a partir do consumo de cosméticos produzidos mediante a experimentação animal.

Nesse sentido, questiona-se: quais os fundamentos da indústria de cosméticos para a realização da experimentação animal em uma sociedade brasileira patriarcal? Como o conceito de beleza influencia no consumo de cosméticos pelas mulheres no Brasil? O que se desprende da prática de experimentação animal para os fins prometidos pelos produtos de beleza? Como se dá a aplicação de um consumo consciente em face da prática de experimentação animal no Brasil?

Preliminarmente, considera-se que as indústrias de cosméticos existem como meio para obtenção de lucros a partir da pressão exercida pela sociedade sobre o “ser mulher” e a obrigatoriedade imposta a ela na tentativa de que sempre caminhe na busca pelo belo. Assim, considerando que há uma imposição social firmada no lucro, os meios utilizados para atingir sua finalidade se farão irrelevantes no procedimento, motivo pelo qual a experimentação animal é legitimada, sem muitas restrições para tanto.

A presente pesquisa demonstra sua importância ao adentrar em tema demasiadamente controverso. Uma vez que o sofrimento animal pode ser causado de variadas formas, o que se pretende expor são as causas para a realização da experimentação animal, adentrando em um aspecto social da beleza sobre o corpo feminino para fins meramente lucrativos.

Desse modo, em um aspecto científico, torna-se imprescindível trazer à reserva acadêmica o que está por trás do método da experimentação animal utilizado para produção de produtos de beleza, com base em uma visão construída pela sociedade brasileira sobre o conceito de beleza. Assim a demonstração de como se aplica um consumo consciente diante destas práticas. Já os motivos sociais, são fundamentados em pontos sobre o patriarcado na sociedade brasileira como método de pressão ao consumo de cosméticos pelas mulheres e a

realização da experimentação animal para fins os quais não são firmados em um consumo consciente, assim mostrada a relevância da pesquisa.

Por fim, quanto aos motivos pessoais para a confecção deste trabalho, a autora possui grande interesse na pauta sobre os interesses e implicações sobre a figura feminina, bem como ao tratamento direcionado aos seres não humanos e seus direitos na sociedade, especialmente em relação à experimentação animal diante da agressividade e “praticidade” encontradas pelos humanos para finalidades desproporcionais aos meios.

Finalmente, o objetivo deste trabalho é, primordialmente, busca analisar a aplicação de um consumo consciente ou ético em face das práticas exercidas na experimentação animal na indústria de cosméticos, isto é, para a fabricação de produtos de beleza surgidos por meio de necessidades reproduzidas pela mídia sobre o papel da mulher na sociedade. Além disso, almeja-se analisar como o conceito de beleza influencia no consumo de cosméticos pelas mulheres no Brasil; investigar como se aplica a proporcionalidade entre as práticas exercidas na experimentação animal e os fins prometidos pelos produtos de beleza; e expor como se dá a aplicação de um consumo consciente promovido pela ONU em face da prática da experimentação animal no Brasil.

O método a ser utilizado na presente pesquisa é o método hipotético dedutivo. Conforme apontam Marconi e Lakatos (2017), esse método se baseia em um procedimento inverso, ou seja, primeiramente irão existir as expectativas ou conhecimentos prévios do pesquisador sobre o assunto, sequencialmente, se produz o problema (que irá surgir de conflitos entre as hipóteses formuladas e a realidade fática), sendo então criada uma teoria baseada nesse conflito o que, então, culmina em testes a essa teoria com as chamadas “tentativas de falseamento”.

Em se tratando da pesquisa utilizada, utilizar-se-á a modalidade explicativa. Segundo Gil (2017), a pesquisa explicativa se propõe a vislumbrar as questões que, diretamente ou indiretamente, vão afetar o objeto de pesquisa, o fenômeno estudado. No caso, o fenômeno da prática de experimentação animal pela indústria de cosméticos no Brasil em face do mito da beleza e do consumo consciente.

Com escopo de se realizar uma pesquisa que se enfoque na área da experimentação animal, questões sociais e econômicas atinentes à indústria de cosméticos e o fato ético do consumo, cabe a utilização de extensa bibliografia dessas áreas de conhecimento. Dessa forma, admite-se, como aponta Severino (2017), a utilização da pesquisa bibliográfica, com o objetivo de se buscar livros, artigos, monografias entre outras publicações que tratem dessas questões de maneira a se aplicar no caso em análise.

2 O CONCEITO DE BELEZA E SUA INFLUÊNCIA NO CONSUMO DE COSMÉTICOS PELAS MULHERES NO BRASIL

No presente capítulo serão demonstradas as mais variadas versões do belo e suas formas de criação para se chegar a uma padronização sobre o corpo perfeito a partir do surgimento dos meios de comunicação, e as consequentes obrigações direcionadas à mulher em relação ao seu corpo. Desse modo, as implicações sociais serão consideradas de modo a fazer compreender o eventual surgimento das indústrias de beleza para produção de cosméticos, e quais os objetivos na utilização, tendo em vista uma nova versão de controle social denominado “mito da beleza”.

2.1 A compreensão da beleza

Na compreensão do belo, em termos etimológicos, a palavra estética vem do grego *aisthesis* que significa “capacidade do ser humano de sentir a si próprio e ao mundo em um todo integrado” apresentando-se como antagônico à palavra anestesia. Nesse sentido, a estética aparece como ciência da beleza em que o belo pode ser considerado em duas dimensões, uma a respeito do juízo de gosto e outra como juízo estético, para Kant (FREITAS; LIMA; COSTA; LUCENA FILHO, 2010).

Nesse sentido, ao afirmar que algo seria belo, com base em um juízo estético, não está se referindo a um pensamento universal sobre o que é considerado belo para o mundo, mas nos sentimentos causados pelo objeto, ou seja, na sensação agradável sentida ao enxergar as propriedades do corpo, desconsiderando o conceito universal do belo, e emitindo uma decisão subjetiva, pois irá depender unicamente das emoções sentidas pelo sujeito sobre o objeto apresentado (FREITAS; LIMA; COSTA; LUCENA FILHO, 2010).

Já no juízo de gosto, evidencia-se justamente o oposto, uma vez que, ao observar o objeto, os valores universalmente aceitos sobre a beleza influenciarão a decisão do indivíduo. Assim, a satisfação do sujeito quanto ao objeto, será determinada de acordo com a aceitação universal, emitindo uma decisão objetiva, pois aqui, dependerá de um conceito preexistente de beleza aceito pela sociedade (FREITAS; LIMA; COSTA; LUCENA FILHO, 2010).

Por outro lado, Tomás de Aquino também adotou uma definição sobre o belo. No mesmo sentido de Kant, afirmou que a beleza seria algo agradável ao olhar, contudo, só diria respeito à visão e à audição por serem os sentidos mais cognitivos, não o atrelando, portanto,

ao impacto sensorial da beleza de emoções sentidas ao observar o objeto, mas na relevância intelectual, ainda que somente apreciada por olhos e ouvidos (SCRUTON, 2013).

Portanto, o belo seria configurado de acordo com o encanto e esplendor presenciados pelo ser humano, causando forte sensação de bem-estar ao visualizar o corpo, em razão das sensações prazerosas sentidas por ele. Para isso, é possível criar um padrão de beleza conforme as sensações de regozijo sentidas por vários indivíduos frente a um mesmo objeto, podendo estar inseridos em uma mesma cultura ou não.

Outra concepção do belo se dá como uma característica não inerente e nem imutável ao objeto, pois, se assim os fosse, todos os indivíduos que o contemplassem experimentaríamos as mesmas sensações, e, portanto, dependem de um julgamento de razão de cada um. Se a beleza fosse algo da própria natureza do objeto sua projeção em todos os expectadores seria a mesma, concluindo-se que “o belo depende parcialmente da Razão humana” (SOUZA, 2004).

Por outro lado, a beleza para Sampaio e Ferreira (2009), será conceituada de acordo com as relações dos indivíduos com os objetos, fazendo com que os pressupostos de quantidade e qualidade normatizados pela sociedade sejam desconsiderados, prevalecendo unicamente a relação entre sujeito e objeto. Por esta razão, as medidas, cores, proporções e incrementos acessórios não terão relevância para a caracterização da beleza.

As bonecas *Barbie* foram criadas a partir da valorização dos visuais ao longo dos anos, tornando-se referência sobre o belo feminino, como protótipo de “perfeição”. Entretanto, ao mesmo tempo em que o modelo de beleza gera admiração em termos de aparência, há insatisfação que gera o sentimento de saturação quanto ao direcionamento sempre voltado para questões de aparência e exterioridade. (SAMPAIO; FERREIRA, 2009)

Foi a partir disso que o belo passou a ser questionado em seus aspectos. O que encanta de fato são as particularidades da aparência, como as medidas certas, finezas nos gestos, no modo de falar, ou a etiqueta? A figura do personagem “Shreck”, segundo Schubert (2009), surge como referência distinta ao conceito de beleza. O que importa não seriam as formas físicas e exterioridades demonstradas para fins de atração, mas sim os valores e a essência de cada sujeito, de forma que cada um teria autenticidade. No entanto, o conceito de beleza trazido pela figura *Barbie* não é esquecida pelo surgimento de um novo conceito, estes dois tornam-se complementares. Ocorre que, dos dois, um prevalece, e os meios midiáticos tomam para si o conceito das aparências e o reproduz, conforme os dizeres de Schubert (2009): “O considerado belo nem sempre é bom, ou ético e o que é bom, ou ético nem sempre é avaliado como sendo belo”. Assim, o conceito de beleza é

construído com base em exterioridades, e a sociedade tende a acreditar no belo apresentado pela mídia.

No Brasil não foi diferente. A partir de 1930 a “mulher moderna” passou a ser a representação da figura feminina ao ocupar novas posições sociais, tendo como foco uma imagem especialmente voltada ao corpo. Dessa forma, novos instrumentos voltados à beleza da mulher surgiram na tentativa de legitimar os modelos socialmente aceitáveis, como modeladores artificiais e naturais para o corpo, passando a ser um dos objetos principais aos olhos da indústria (HEINZELMAN, 2012).

Para Pereira (2008), há dificuldade na conceituação da beleza, pois irá depender da relação do indivíduo com o objeto, isto é, no modo como se comporta frente ao objeto observado. Por esta razão, seria impossível criar ideais de beleza universais. Dessa forma, as ações humanas são voltadas para a busca do belo através dos objetos apresentados no cotidiano de cada um. E sendo o belo subjetivo, a própria tentativa de formular um conceito a seu respeito se torna difícil, pois não há um padrão pré-estabelecido de emoções e sentimentos humanos, bem como uma determinação científica e psicológica sobre sua compreensão, porém, são condições determinadas culturalmente.

Diz-se que a beleza pode ser determinada culturalmente, pois, apesar de estarem frente ao mesmo objeto, as reações esboçadas pelos indivíduos são distintas e nem todos os objetos serão capazes de trazer a percepção de beleza. Por isto, a discussão não se faz numa beleza universal, mas sim considerando o sentimento pessoal de cada sujeito inserido na relação social, primordialmente atrelada às suas próprias emoções, mas modernamente associado a produtos de consumo (PEREIRA, 2008).

Então, considerando os dois lados da moeda, o sentido de beleza extraído das produções artísticas a partir da sensibilidade subjetiva, acaba perdendo vez diante de outras formas de consumo de objetos significativos e valorativos, dando-se no consumo para investimento e *status*. (PEREIRA, 2008).

Na mesma esteira, Freitas, Lima, Costa e Lucena Filho (2010) dizem que quase todas as culturas possuem padrões específicos sobre o que é atrativo ou desejável e, por isso, a conceituação do belo citando uma pessoa considerada bela em uma cultura, não cria uma definição, mas uma exemplificação; podendo ser idêntica em algumas culturas, porém não a mesma em todas elas.

Scruton (2013), na explicação sobre a beleza cotidiana, afirma ser o estilo um dos principais fatores de identificação para no dia a dia de cada sujeito, envolvendo a exploração consciente de normas que a sociedade produz. A moda também vai ser um destes fatores

como meio pelo qual a estética conseguirá se expressar, a partir da adoção conjunta, por várias pessoas, de um estilo. É nesse sentido que o autor afirma: “O estilo é um guia de escolhas estéticas que oferece algum tipo de garantia de que os outros as aprovarão”. E a estética da vida cotidiana encontrará expressão por meio da moda, que nascerá da imitação, não chegando a existir estilo oculto, pois deve ser sempre reconhecível.

As sociedades, após a Revolução Industrial, foram estruturadas de forma a priorizar uma cultura de imagens as quais corporificam o tipo de pessoas altas, magras, jovens e sem rugas. Esse padrão de beleza intentado pela mídia difere completamente das características da mulher clássica brasileira formada por uma mistura de raças, comumente chamada de “morenidade” da brasileira que vai, aos poucos, desaparecendo e dando vez aos novos padrões apresentados pela mídia (MARTINS, 2006).

Esse procedimento adotado pela mídia, e em razão de sua influência, gera prejuízos em certas culturas, como é o caso do Brasil, em que a individualidade e características próprias são reduzidas e até mesmo extintas em cumprimento do que profere a mídia. Toda a situação é perigosa para o Brasil, pois a prática de clareamento da pele, na tentativa de enquadramento ao padrão temporário, pode gerar a extinção da identidade física vez que a população negra é minoria na sociedade brasileira.

A compreensão da beleza então, ao decorrer dos anos, deixou de ser uma característica a ser observada por alguém, para um produto a ser consumido. Em reportagem da revista *Veja*, intitulada *Brasil, Império do Bisturi* (2001), é mostrado, estatisticamente, o aumento em relação às mudanças físicas em decorrência do crescimento de influência dos meios midiáticos, onde, no ano 2000, no mínimo 350.000 pessoas se submeteram a algum procedimento estético, com um aumento de 580% em 10 anos (MARTINS, 2006).

A sociedade foi construída no sentido de definir o que é certo ou errado diante da nossa visão a partir do cumprimento de um requisito, a beleza. Isso trata de uma consequência advinda da globalização em que a perfeição é a finalidade de cada sujeito moderno e deve ser alcançada de todas as formas (BARROS; OLIVEIRA, 2017).

Em cada momento histórico as formas de encarar a beleza se deram de maneiras distintas. Um grande exemplo de parâmetros diferentes do belo feminino ocidental foi na Idade Média, onde a mulher ideal de beleza e perfeição era aquela que possuía massa corpórea acima do limite diferente, parâmetro completamente distinto do ideal ocidental considerado na era pós-globalização (BARROS; OLIVEIRA, 2017).

Nesse ínterim, a beleza pode ser encarada de maneiras distintas em cada cultura, mas, na modernidade, com o advento e aprimoramento dos meios de comunicação, a mídia

passou a reduzir o que é o belo sob a sua visão, e os consumidores enxergam tal posição de maneira quase divina onde a perfeição e a aceitação social somente poderão ser alcançadas caso cumpram o que apresenta a mídia. Assim, vários procedimentos surgiram na tentativa de modelar os corpos e adequá-los ao padrão de magreza ditado, surgindo problemas de ordem psíquica, como a anorexia/bulimia, tornando-se problema de saúde pública (SILVA, 2007; BARROS, OLIVEIRA, 2017).

Entretanto, é importante esclarecer a quem se impõe a busca da beleza. Em um estudo realizado por Castro (2001), ela afirma que os sujeitos representativos do belo são as mulheres por serem corpo central na identidade feminina e principal veículo da beleza. É uma atribuição historicamente construída de que a “busca da beleza” e preocupações a respeito da aparência são atribuições de mulheres.

Existem na sociedade brasileira dois padrões de beleza com pequenas variações. O primeiro é o conhecido pelas modelos magérrimas, sendo um padrão reconhecido globalmente para as mulheres atuantes nessa profissão, pois o padrão não se limita às modelos do Brasil, mas também de outros países, nos quais o tipo de corpo exigido para elas é o mesmo.

O segundo padrão diz respeito somente às mulheres do Brasil, em um significado restrito à construção cultural brasileira. Nesta segunda opção, a beleza socialmente aceitável no país é representada pelas mulheres “saradas e/ou gostosas”, fomentada por práticas de desenvoltura física como definição de músculos e modelagem de corpos, como um padrão “associado à ideia de sexualidade e vigor físico”, segundo Castro (2001).

Pode-se depreender que os dois padrões possuem características aparentemente diferentes que concorrem para o pódio da beleza, entretanto, mais do que isso, detém denominadores comuns os quais evitam por não serem considerados belos, quais sejam obesidade, sinais de velhice, sinais de negritude, celulite, gorduras localizadas, manchas na pele, altura baixa, pelos em excesso, flacidez, dentre outras características (CASTRO, 2001).

Em um estudo realizado por Castro (2001) sobre a beleza da mulher brasileira retratada pelas revistas, apresenta imagens acompanhadas de palavras como sexualidade e sexual, afirmando ser a “mulher típica brasileira” aquela que possui características encontradas em muitas outras mulheres brasileiras, embora algumas não as tenham. O padrão de beleza brasileiro então seria: uma mulher natural e sensual, morena, com cabelos e olhos magníficos (SOUZA, 2004).

Na obra de Albernaz (2010) intitulada “*Mulheres e cultura popular: gênero e classe no Bumba-Meu-Boi do Maranhão*”, a pesquisa demonstra como a beleza e os padrões

modernos influenciaram nas exigências estéticas para as mulheres no papel de Índia, a exemplo, o clareamento da pele. O Bumba-meu-boi, como festa cultural popular, passou a modificar a estética “grotesca” dos personagens para satisfazer a vontade da classe média e atrair os olhares de turistas.

Em um estudo realizado no desenvolvimento publicitário da revista feminina denominada *Corpo a Corpo*, a autora demonstrou que o método publicitário utilizado por ela é diferente das demais revistas de mesmo conteúdo. Quando trata de tópico referente ao “Antes e Depois” sobre o emagrecimento pelo esforço pessoal ou por regime, a respectiva editora utiliza pessoas mais próximas da realidade para que as mulheres possam se identificar, ao contrário das demais que tentam apresentar uma realidade alterada com base em mulheres “perfeitas” socialmente, e difíceis de serem encontradas (CASTRO, 2001).

Dessa forma, a busca pela beleza, principalmente na figura da mulher, não se trata exclusivamente da autoestima, mas de uma obrigação imposta pela mídia, mesmo indiretamente, quanto mensageira da “verdade”, semeando uma necessidade de adequação ao modelo apresentado, e colocando em risco, por vezes, a estética representativa de uma cultura para satisfazer a vontade perpetrada pelos meios de comunicação.

2.2 Uma análise crítica: o “mito da beleza” e as implicações sociais sobre a figura feminina

A mídia engloba os mais variados meios de comunicação, sejam eles o cinema, televisão, rádio, internet, jornais, revistas, livros, panfletos, cartazes, *outdoors*. Ou seja, todo meio capaz de levar informações em massa, de modo a alcançar uma grande quantidade de pessoas (MIRANDA, 2007).

Tratando-se especificamente da internet, esta constitui um dos principais meios e núcleo capaz de comportar outros meios de comunicação, fazendo a junção simultânea do rádio, da televisão e do jornal em um só ambiente. Nas palavras de Miranda (2007), “A internet surgiu como uma nova mídia para se disseminar a informação de forma rápida, interativa e constantemente atualizada”. Portanto, o seu meio de propagação é distinto dos outros pioneiros, tendo em vista que sua propagação se torna mais eficiente e rápida para se chegar ao destinatário.

O marketing surgiu como facilitador da propagação de produtos e serviços a serem vendidos aos seus consumidores. Ele age com base na ênfase sobre as necessidades do cliente; a primazia do pensamento sobre o que o cliente deseja para então decidir o que

vender, sendo um produto que corresponda às expectativas do consumidor; e uma mentalidade voltada para o mercado e as necessidades do cliente (MIRANDA, 2007).

A partir da facilitação da mídia e do marketing na promoção de produtos e veiculação de pensamentos cuja aceitação é presumida, as mulheres sofrem as consequências advindas dessa evolução, pois esta promoção não se dá de forma razoável, mas chega a extrapolar as barreiras de respeito sob a ótica do patriarcado¹.

Nesse sentido, historicamente, na luta das mulheres pela liberdade das algemas impostas pelos homens, existe em cada uma de suas fases uma libertação e um contra-ataque do sistema na tentativa de retornar ao *status quo* original (WOLF, 2019).

A cultura em geral reduziu a figura feminina a meras “beldades” aderindo sua existência como objeto a ser admirado, e a cultura não passa a ser de todos os humanos, mas eminentemente masculina. Em razão deste aspecto, as mulheres que possuem personalidade na sociedade são consideradas indesejáveis.

Para melhor demonstração dos acontecimentos históricos sobre a luta feminina, começaremos com a intitulada “mística feminina” na qual a concepção de donas de casa, mulher saudável, bela e educada, com dedicação exclusiva ao marido, aos filhos e ao lar, a ideia de satisfação sobre o papel feminino desempenhado era completa, como sonho realizado de dona de casa, mãe e esposa perfeita. Era essa a imagem criada pelas revistas sobre as mulheres perfeitas da época, na década de 40, mulher frívola, jovem, infantil, fofa e feminina.

Enquanto o mundo eclodia em guerras, as revistas continuavam a produzir conteúdos voltados para o lar, sem qualquer menção exterior para além dessa esfera. As mulheres sentiam-se vazias, pois o papel atribuído a elas pela sociedade era insuficiente, ao observar, como exemplo mais próximo, o cotidiano de seus maridos. Assim, a figura da Mulher Heroína surgiu de forma a quebrar essas barreiras de servidão exclusiva e abrir um novo pensamento de capacidade para as donas de casa (FRIEDAN, 1971).

Com a Primeira Guerra Mundial, a participação das mulheres no combate alterou as práticas, até então adotadas pelas revistas de beleza de donas do lar, para um conteúdo de conscientização social, vez que ao experimentar o mundo do trabalho remunerado e assumir

¹ Na linguagem precisa de Almeida (2010): O patriarcado é um conceito que surge inicialmente para designar um regime de organização familiar, onde o pai, como chefe, tinha o poder irrestrito sobre os membros da família. (...) No interior da teoria feminista, tal conceito, surge para denominar as relações desiguais de dominação dos homens sobre as mulheres. Trata-se da caracterização de um sistema de organização das relações sociais, baseada em critérios de divisões desiguais de tarefas entre homens e mulheres e da atribuição de espaços e atividades específicas de forma naturalizada (ALMEIDA, 2010).

funções masculinas, a sensação inovadora de competência e capacidade as estimulava (WOLF, 2019).

Em contrapartida, as revistas femininas posicionavam-se em oposição a esse novo ideal feminino. Em 1949, a revista *Ladies Home Journal* publicou matéria de uma jornalista nomeada *Male and Female* (Macho e Fêmea) na qual essas novas características e anseios femininos conduziam a mulher à masculinização, e trazia à estrutura familiar, ao lar e à vida sexual um perigo. As revistas passaram a assegurar que as mulheres não se libertariam ao ponto de perder o interesse no seu papel e nas revistas femininas (FRIEDAN, 1971). Considerando que 61% a 85% das mulheres não desejavam retornar ao trabalho doméstico após a guerra, Wolf (2019) complementa:

Quando houve a desmobilização, as economias ocidentais enfrentaram uma crise. Nos Estados Unidos, o governo precisou combater temores de que os soldados norte-americanos voltariam para um mercado de trabalho saturado pelas mulheres. (...) O que a comissão viu nessa decisão das trabalhadoras foi a ameaça aos veteranos de guerra que ficariam desempregados devido às trabalhadoras mal remuneradas. (...) Um ano após o final da guerra, as revistas mais uma vez se voltaram – com maior exagero do que antes – para a domesticidade, enquanto 3 milhões de norte-americanas e 1 milhão de britânicas eram demitidas ou pediam demissão de seus empregos (WOLF, 2019, p. 99).

O próprio problema enfrentado pela “mística feminina” em desconhecer ao certo o que milhões de mulheres americanas sentiram no cenário limitado no qual estavam inseridas, ajudou a criar uma definição ao problema ao considerar que qualquer coisa que a impedisse de utilizar sua capacidade era considerada um problema a ser vencido.

Assim, quando as donas de casa inseguras, entediadas, isoladas e inquietas abandonaram a “mística feminina” pelo local de trabalho, um novo substituto estaria sendo preparado para suprir a perda de seu principal consumidor. O “mito da beleza” irá surgir justamente como substituto da “mística feminina” para que as mulheres passassem a consumir o mesmo quantitativo de produtos para o lar em produtos de beleza, anunciando uma indústria do emagrecimento de 33 bilhões e sua indústria do rejuvenescimento de 22 bilhões, tudo em dólares (WOLF, 2019).

Dessa forma, o “mito da beleza” assumiu as funções ora desempenhadas pelo problema anterior, com as mesmas funções, mas com uma nomenclatura distinta. A luta das mulheres por direitos iguais aos homens, e sua consequente inserção no mercado de trabalho chama atenção, até os dias atuais, para o único item que sobrou, seu próprio corpo. Por esta razão, a beleza se torna um mito capaz de iludir a mulher, em pensar que venceu todas as barreiras, enquanto a escraviza em relação à sua aparência. Passando, portanto, para uma fase a ser enfrentada, dessa vez, sobre os aspectos da beleza.

Em outro momento, desta vez sociologicamente falando, ao simples fato de uma pessoa nascer “fêmea” já lhe é atribuída uma suposta essência do “ser mulher” de modo a traçar o seu destino no mundo. Desta forma, as mulheres viviam à mercê da procriação de sua espécie, vez que em seus corpos ocorriam os processos envolvidos na maternidade como a amamentação.

Da percepção deste fato biológico, todas as responsabilidades relacionadas ao papel de mãe foram impostas à mulher para definição da identidade feminina. Nesse sentido explica Campos (2010), que:

As mães tornam-se responsáveis não apenas pela geração biológica, mas pela manutenção e reprodução da vida, o que passa a ser socialmente reconhecido como “naturalmente” feminino. A ideia de um instinto materno se cristaliza e a maternidade apresenta-se como a realidade *possível, apropriada e natural* das mulheres (CAMPOS, 2010).

Portanto, pela existência de uma mulher e pelo fato de ser considerada “fêmea”, se podia incidir sobre ela as responsabilidades advindas da exclusividade de procriação e amamentação, como característica a ser naturalizada sobre ela.

Por outro lado, a crítica é apresentada no sentido de que os corpos femininos não são suficientes para definir a mulher, ele é essencial, mas não o bastante para reduzi-lo a objeto e delinear funções que ficariam a seu encargo por ser parte de sua identidade. Elas são tão capazes como os homens, e não seria possível reduzir sua existência em um papel materno para alcançar a plenitude, mas sim a “transcendência, as características particulares e o dever de humanidade”. Porém, as mulheres são culturalmente desencorajadas a possuir uma própria identidade (DA CRUZ, 2008).

Diante disso, nada impede o trabalho de conscientização e críticas formuladas sobre a maneira como as mulheres são utilizadas/abordadas pela mídia, e esse trabalho tem sido feito por movimentos feministas em prol de seus direitos. A mídia, como contribuinte eficaz para a formação do senso comum na sociedade, apresenta uma realidade distinta ao que prega a luta feminista, pois o principal objeto daquela é criar uma aproximação com os consumidores, universalizando a diversidade de sujeitos. Existe um perigo da mídia em fornecer um discurso construído no contexto sociocultural e histórico, fazendo com que, mesmo que não haja a compra dos produtos, os seus discursos são consumidos e reproduzidos (SABRINA UZÊDA DA CRUZ, 2008).

No mesmo sentido, afirma Wolff, Zandoná e Mello (2019) sobre o jornalismo, pois, enquanto “livro de história” da realidade, estabelece um vínculo de interdependência

entre os consumidores e as instituições de poder, as quais interferem na produção natural do conhecimento singular do mundo e aplicam versões formuladas e destinadas ao hegemônico.

Nesse sentido, pode-se depreender o grau de importância do poder midiático em conduzir ao público os discursos de dominação das estruturas de poder, as quais reproduzem pensamentos sexistas, racistas e discursos particulares dessas estruturas como se universais fossem. E esses discursos geralmente são construídos em benefício do homem branco, ocidental de classe média/alta, com sexo, raça, grupo e classe superior, e ofuscando outras ao atribuir sentido secundário, inferior e superveniente. A Análise Crítica do Discurso explica o que ocorre entre essas relações, apresentando como as práticas linguístico-discursivas estão atreladas às estruturas sociopolíticas mais abrangentes de poder e dominação (DA CRUZ, 2008; MARTINS, 2005).

Diante dos conflitos sociais, os quais abarcam não somente lutas por condições materiais de existência e lutas políticas no sentido convencional, como também lutas por mudanças culturais e contra hierarquias e preconceitos, especialmente as construções levantadas a partir do gênero, o feminismo surge como movimento social organizado civilmente e como crítica social/cultural que traz ao debate a naturalização sobre as hierarquias e desigualdades marcadas pelo gênero; além disso, as exclusões articuladas em experiências históricas de classe e raça, como as até então debatidas (WOLFF, ZANDONÁ, MELLO; 2019).

Outra luta de igual importância surgiu em 1968 com a chamada “Revolução Sexual”, como marco decisivo para alterações dos paradigmas que envolviam a sexualidade da mulher. As mulheres se reuniam em grupos de reflexão para discutirem o seu direito ao prazer e a falta de atenção ao prazer feminino durante as relações sexuais como um problema de caráter não pessoal, mas político. Dessa forma, houve maior aceitação e conscientização sobre os problemas enfrentados pelas mulheres, que antes eram questões vistas como privadas e, muitas vezes, proibidas ao debate público (WOLFF, ZANDONÁ, MELLO, 2019).

Em campos variados, a sexualidade anda em comunhão com a saúde e não pode ser conceituado em aparte desta. Mas, além de tudo, ela faz parte da vida humana e abrange os sentimentos mais íntimos de individualidade, fazendo parte de diversas interações sociais sobre o bem-estar e o autoconhecimento.

Em estudo de campo realizado por Hirschle, Maciel e Amorim, (2018), sobre as diferenças de tratamento a respeito do corpo feminino comum e o corpo da mulher mastectomizada, no que trata sobre a categoria de “elementos sexuais” para homens e mulheres, foi identificada a objetivação do corpo feminino pelo homem como “desejo”,

“sexo”, “gostoso” e “satisfatório”, portanto, objeto de desejo e símbolo sexual para homens. Afirma, ainda, que o corpo feminino é representado pela mídia de forma cosmetizada e fetichizada, sempre na busca pelo cunho erótico como forma de atrair consumidores homens no consumo de determinados conteúdos. A publicidade desses produtos geralmente é apresentada como algo a ser adquirido pelo homem como instrumento garantidor de *status*.

Sendo assim, existe uma padronização do corpo feminino pela mídia que o propaga de forma estereotipada pelos meios de comunicação, o que gera desconforto às mulheres tendenciosas a considerar como modelo real o ideal irreal da mídia, ofuscando os mais variados corpos e características individuais de cada mulher. Por essas razões, no caso da mastectomia, o nível de satisfação sexual do casal após a cirurgia na mulher sofreu diminuição, pois a objetificação da mulher pela mídia alimenta o modelo de mulher perfeita, que é irreal (HIRSCHLE; MACIEL; AMORIM, 2018).

A pornografia, nesse sentido, contribui para a objetificação da mulher pois, sendo seu principal alvo a elite masculina urbana, as mulheres foram posicionadas em situações de opressão e sujeição, mediante a aplicação (sempre) do “corpo impossível”, fomentando doutrinas patriarcais e prejudicando relações sexuais, pois passam a acreditar que o ato será da forma encenada nos vídeos pornográficos. Isto é o “mito da beleza” impedindo a libertação da mulher, mais uma vez (WOLF, 2019; SANTANA, 2009).

2.3 A indústria da beleza e sua contribuição na legitimação de construções sociais

Em um rápido remonte cronológico, o corpo humano era considerado meio de veneração aos deuses, utilizando-se de substâncias nas maquiagens, com rostos e corpos pintados e tatuados para agradar aos deuses e como meio de evitar maus espíritos, ao mesmo tempo em que adotavam práticas de cuidados com a pele. Os cosméticos eram aplicados, principalmente pelos hebreus, para limpeza e conservação da pele, dos cabelos, dos dentes e da saúde em geral a partir de insumos naturais, como plantas, óleos e azeites (SUENAGA, 2012).

Todos os povos, ao longo dos séculos utilizavam de produtos para o embelezamento a fim de legitimar um padrão de beleza adotado por seu grupo, distinguindo em aspectos de asseio e boa aparência (asiáticos), e mulheres com peles brancas, cabelos loiros e exalando um suposto ar virginal (europeus). Portanto, cada sociedade possui um padrão de beleza incorporado, e não foi diferente no século XIX (SUENAGA, 2012).

A partir da globalização e dos avanços tecnológicos, as concepções de beleza são alteradas, havendo uma facilitação na propagação das tendências produzidas pela indústria, construindo uma sociedade mais propícia ao consumo. Com a criação de uma ciência própria, novas técnicas e novos materiais, a cosmetologia surgiu como uma necessidade a descoberta de novos produtos e a utilização de maquiagem como aquisição fundamental à vida. (SUENAGA, 2012).

Denota-se que a sociedade moderna parte de um anseio pelo consumo de produtos perecíveis e transitórios na tentativa de preencher as expectativas criadas sobre o conceito de beleza, tornando a sua busca de correspondência aos desejos exteriores como um remédio ao vazio do indivíduo, consumidor contemporâneo (SCHUBERT, 2009).

Dessa forma, diante dos novos padrões promovidos pela mídia, a indústria voltou-se à promoção de produtos capazes de manter o aspecto jovem e belo da mulher, vez que a concepção de envelhecer e apresentar traços desenvolvidos pela idade é um processo socialmente evitado. No ranking de países que mais consomem cosméticos, o Brasil ocupa o quarto lugar, estando atrás dos Estados Unidos, China e Japão, e no ano de 2017 o setor registrou um faturamento de 102 milhões de reais, com alta de 3,2% em relação ao ano anterior (99 milhões de reais) no Brasil (SHMIDTT, 2008).

As estatísticas demonstram o forte investimento realizado pela indústria no sentido de fortalecer os investimentos e aumentar a produção de cosméticos, vez que o Brasil é um dos maiores consumidores no setor, e a observância dos procedimentos de produção são cada vez mais irrelevantes aos olhos dos consumidores, enquanto seus objetivos forem alcançados.

Anteriormente, as próprias consumidoras fabricavam seus cosméticos, quando a sua utilização parou de ser considerada como algo relacionado à bruxaria. Dessa forma, a partir de 1960, na mudança de paradigma da “mística feminina” para sua nova faceta como “mito da beleza”, na evolução das indústrias de cosméticos no mundo, as mulheres passaram a utilizar-se de máscaras, lápis, sombras, blushes e cílios postiços, assim como produtos para tonificar, limpar e hidratar a pele através de itens fornecidos pela marca “Clinique”, em 1968 (FERRAZ; YABRUDE, 2009).

Posteriormente, muitas organizações foram criadas de forma a padronizar o sistema de produção de cosméticos e a regulamentar os procedimentos/produtos a serem fabricados de forma segura e a fornecer segurança ao consumidor. Nesse sentido, no Brasil surgiram a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Associação Brasileira de

Produtos de Higiene, Perfumes e Cosméticos (ABIHPEC), e a Associação Brasileira de Cosmetologia (FERRAZ; YABRUDE, 2009).

Assim, o desenvolvimento a respeito do novo mercado deslanchou no país e tornou o Brasil um lugar privilegiado, vez que a crescente exigência dos consumidores forçava e ainda força as indústrias a produzirem cosméticos mais eficazes.

As estatísticas podem dizer por si mesmas o grau de importância dos cosméticos para as mulheres e para os homens, conforme pesquisa realizada por Reckziegel e Zamberlan (2017):

A maior parte dos consumidores do mercado de cosméticos até este momento, é do gênero feminino, apesar de muitos homens estarem aderindo progressivamente a esse segmento. Nos dias que decorrem, 38% dos lares brasileiros são encabeçados por mulheres, conforme o IBGE, e esta força feminina é considerada grande movedora de compra do segmento de cosméticos. O Sebrae (2015) completou através de uma pesquisa do mercado de cosméticos, que em momentos de crise financeira, as mulheres diminuiriam gastos com o salão de beleza, mas, quanto aos produtos de beleza, elas comentam que estes seriam um dos últimos itens a ser diminuído. (RECKZIEGEL; ZAMBERLAN, 2017)

Portanto, os maiores consumidores são mulheres as quais, mesmo em situações de crise, continuam adquirindo os cosméticos como insumos imprescindíveis, deixando a interpretar que esse consumo vai para além da subsistência. Enquanto para os homens a importância não é a mesma, considerando que o uso de maquiagem, por exemplo, para os homens ainda é uma questão de gênero, afinal, as mídias sempre impuseram às mulheres essa necessidade.

Na análise do estudo realizado por Souza (2004), já citado anteriormente, a autora afirmou ao observar publicações na revista “As mais Vaidosas do Mundo”, que, quando o assunto é vaidade, as brasileiras são as mais preocupadas em questões de aparência. Na entrevista feita pela Avon a 21.000 mulheres de 24 países no ano de 2003, pôde-se observar o nível de preocupação das mulheres em relação à média mundial.

Para o presente estudo, extraem-se dois pontos relevantes para o debate. Em relação à aparência, 87% das mulheres brasileiras se empenham a melhorá-la, enquanto a média mundial feminina perfaz 68%. E, tratando-se de produtos de beleza, 90% das mulheres brasileiras os classificaram como uma compra por necessidade, e não um luxo, enquanto 77% é a média mundial que considera o caráter necessário destes insumos (SOUZA, 2004).

Assim, as mulheres brasileiras possuem como uma de suas principais preocupações e, até mesmo obrigação social, a utilização de cosméticos com fundamento na busca pelo ideal de beleza para todos os fins por elas intentados, sejam para si mesmas ou para cumprir com as exigências sociais impostas sobre a imagem feminina. Dessa forma,

diante dessa necessidade, o mercado da beleza surgiu de modo a possibilitar as práticas de beleza que envolvem novas técnicas de cirurgia e procedimentos estéticos dos mais diversos fornecedores, tendo em vista o que afirma Nunes (2009), ao considerar que “os cuidados com o corpo tornou-se parte da construção da biografia dos indivíduos”.

Importante mencionar que, para o funcionamento do novo mercado e, portanto, de uma indústria voltada à produção de produtos de beleza, é necessário se fazer a composição de profissionais de diversos ramos para engrenar e proporcionar produtos de qualidade e reduzir eventuais riscos de uso. Assim, na indústria de cosméticos, a composição perfaz os seguintes profissionais: cientistas, químicos, farmacêuticos, engenheiros químicos, microbiologistas, entre outros de fundamental importância para assegurar o funcionamento da estrutura (NUNES, 2009).

Contudo, o exercício da indústria de cosméticos anda em conformidade com as alterações da cultura da beleza sofridas pela instabilidade da ciência e das cobranças sociais sobre os aspectos do corpo, especificamente da mulher diante de controle social do “mito da beleza” (NUNES, 2009).

Mas o que seriam esses cosméticos tão mencionados? No estudo realizado por Galembeck e Csordas (2009), que trata especificamente sobre o processo de produção destes produtos, conceitua-os como: “(...) substâncias, misturas ou formulações usadas para melhorar ou para proteger a aparência ou o odor do corpo humano”. E, no Brasil, os cosméticos estão inseridos dentro de uma classe ampla de produtos para higiene e cuidados pessoais.

Entretanto, em cada país há um rol distinto de produtos que no Brasil, por exemplo, são inseridos no ramo de cosméticos, mas nos Estados Unidos não são, como é o caso dos sabões; e na França a exclusão dos perfumes. Por esta razão, a conceituação destes produtos se torna difícil, tendo em vista a penosa classificação de cosméticos com fins de embelezamento por cobertura pura e simples, como as maquiagens, e os cosméticos destinados ao cuidado pessoal e à alteração de certos aspectos do corpo, como produtos anti-idade e de redução na formação de rugas (GALEMBECK; CSORDAS, 2009).

No Brasil, os cosméticos são controlados pela Câmara Técnica de Cosméticos da ANVISA (CATEC/ANVISA) e pela Resolução RDC nº 211/2005, combinando suas conceituações da seguinte forma:

A definição oficial de cosméticos adotada por essa Câmara compreende todos os produtos de uso pessoal e perfumes que sejam constituídos por substâncias naturais ou sintéticas para uso externo nas diversas partes do corpo humano – pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral – com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência, corrigir odores corporais, protegê-los e/ou mantê-los em bom

estado. Os produtos do setor são divididos em 4 categorias e 2 grupos de risco, de acordo com as Resoluções 79/2000 e 335/1999 (GALEMBECK; CSORDAS, 2009).

Dessa forma, os cosméticos compreendem todos os produtos de uso pessoal e perfumes criados por substâncias naturais ou sintéticas para o uso externo em diversas localidades do corpo com as finalidades principais de embelezamento ou de higiene pessoal.

Esses produtos se inserem na sociedade a depender de cada cultura. Pois, considerando que cada consumidora possui uma personalidade distinta, conseqüentemente alguns produtos terão mais seu interesse, enquanto outros não irão agradá-la. Mas este fato está estritamente ligado a sua cultura, e esta cultura determina as prioridades as quais serão associadas a diferentes produtos (FERRAZ; YABRUDE, 2009).

Adentrando em aspectos sociais nos quais a indústria da beleza surgiu, cabe esclarecer que o mercado da beleza nasceu como uma nova tentativa de reposicionar as mulheres, que no momento conseguiram se libertar da “mística feminina”, para o novo modelo de controle social intitulado “mito da beleza”.

Como explicado anteriormente, o “mito da beleza” surgiu como uma nova tentativa de obter lucros, mas, desta vez, sob vantagem da única ferramenta restante, que era o corpo feminino. Foi nesse cenário que o novo mercado apareceu, como uma manobra da economia em suprir os lucros anteriormente obtidos da compra de produtos para o lar (WOLF, 2019).

Quando a mulher finalmente conseguiu aderir ao mercado de trabalho, pôde-se observar das reações os mais diversos ideais e pressões a ela impostas, principalmente em relação ao seu corpo, pois para conseguir um emprego ou mesmo mantê-lo, as mulheres se viam encurraladas em obedecer aos padrões de beleza e cuidados considerados “femininos” por necessidade. Para a obtenção de emprego, a característica que envolve a aparência é um dos principais métodos utilizados para seleção do cargo (BERGER, 2006).

Por essas linhas se consegue depreender a imposição de certas obrigações para o papel de mulher para que se possa obter uma vida normal, a exemplo dos homens. Contudo, esses desejos não significam a abolição dos instrumentos auxiliares da beleza inseridos pela indústria, mas uma compreensão social sobre a desnecessidade do caráter da aparência que filtra, através de julgamentos, a capacidade e personalidade de inúmeras mulheres para a atuação laboral, ou até mesmo para encontrar um parceiro romântico.

Dessa forma, embora a promoção destes produtos tenha sido feita em um contexto de controle social, esses cosméticos, em específico, a maquiagem, trouxeram muitos benefícios para as pessoas, não somente mulheres.

Sobre a maquiagem, o produto tem como objetivo embelezar a pele, cobrir imperfeições e valorizar características próprias de uma pessoa à sua maneira. Dessa forma, não há como limitar a existência da maquiagem ao simples desejo de embelezamento da mulher e sensualidade, pois a sociedade, em especial a mulher, sofre de problemas psicológicos que envolvem auto aceitação e o amor próprio (DUTRA, 2018)

Em estudo de campo realizado por Dutra (2018) a partir de entrevistas de mulheres sobre a maquiagem, a pesquisa demonstrou que a ferramenta auxilia na formação de sua identidade, aumentando sua autoestima através da confiança proporcionada. Além disso, notou que, apesar de muitos acreditarem que a maquiagem tem utilidade somente para enquadrar o usuário ao padrão de beleza não natural, ela consegue realçar as qualidades de cada um, valorizando os pontos fortes e amenizando imperfeições.

Nesse sentido, diante de todas as imposições sociais criadas e reproduzidas pelos meios midiáticos em nome da economia, a mulher possui quase uma obrigação de adquirir produtos de beleza para conseguir ser humano (assim como o homem) em face da sociedade patriarcal. Todavia, não se pode evitar que, para a produção de cosméticos, as práticas têm sido exercidas contra animais como meio de facilitar a concretização dos desejos humanos, tanto individuais como sociais. E, em razão disso, precisa-se compreender onde os animais estão inseridos nessa cadeia, como será explicado no seguinte capítulo.

3 A PROPORCIONALIDADE ENTRE AS PRÁTICAS EXERCIDAS NA EXPERIMENTAÇÃO ANIMAL E OS FINS PROMETIDOS PELOS PRODUTOS DE BELEZA

Neste momento, o presente capítulo fará a abordagem geral sobre a experimentação animal, fornecendo conceitos e espécies como a “vivassecção” e a “dissecação” para melhor demonstração dos variados métodos aplicados no ensino científico. Complementarmente, o estudo revelará como essas práticas são utilizadas pela indústria de cosméticos, levantando os aspectos éticos e o tratamento da legislação brasileira sobre os animais como sujeito de direitos frente a esse exercício.

3.1 A experimentação animal e os limites éticos frente a sua utilização na indústria de cosméticos

A convivência social foi construída de modo que o protagonista da história era o ser humano e, por isso, todas as demais coisas eram interpretadas para o propósito de serem utilizadas em benefício dele. Assim, a existência animal foi, à primeira vista, interpretada no aspecto utilitarista. Tendo isso em mente, a experimentação animal surgiu com base na visão antropocentrada de que o ser humano é o centro do universo e as demais coisas possuem um fim, cumprindo as funções a elas atribuídas.

De início, importa trazer à baila a conceituação da experimentação animal para melhor entendimento. Portanto, a experimentação animal é caracterizada como prática que utiliza dos animais para finalidades didáticas ou científicas (com fulcro na pesquisa) para a descoberta de princípios ou efeito desconhecido e, dentro desta definição, encontram-se inseridas o que se chama de dissecação e vivassecção. Estas duas últimas “espécies” do gênero da experimentação animal, diferenciam-se principalmente em relação ao estado do animal no momento em que são adotados os procedimentos (STEFANELLI, 2011).

A dissecação é definida como a prática de seccionar, ou em palavras mais conhecidas, amputar partes do corpo ou retirar órgãos de animais mortos. Por outro lado, a vivassecção é o procedimento adotado em animais vivos para estudos fisiológicos, na conceituação clássica, distinguindo da dissecação, pois, ao contrário dela, a vivassecção é realizada em animais ainda vivos, anestesiados ou não (STEFANELLI, 2011).

Contudo, de acordo com Stefanelli (2011), a vivassecção ao decorrer dos anos foi abrangendo outras práticas invasivas ou não, introduzindo em um animal vivo certo estímulo

no intuito de receber outro estímulo. Como exemplo trazido pela autora, foi apresentada a radiografia realizada em porquinhos-da-índia, como sendo uma vivissecção não invasiva e não anti-ética, ponto este que será abordado em outro momento.

Nesse sentido, a ciência justifica a experimentação animal como “mal necessário” para a obtenção de novos conhecimentos e descobertas na medida em que, para o conhecimento a respeito do corpo humano, a experimentação fornecerá supostamente essa evolução por meio da estrutura animal.

Existe toda uma construção por trás da ciência levantada inicialmente por ter gerado resultados mediante os instrumentos disponíveis no contexto. A partir disso, inúmeras instituições surgiram para organizar e estudar tais procedimentos com o mesmo intuito de saber mais e mais, e ensinar àqueles que desconhecem. Foi dessa forma que as instituições científicas nasceram como uma forma de ideologia dominante, com será exposto logo adiante.

Antes disso, necessário se faz pormenorizar um tanto sobre o ensino dentro destas instituições. Diante da gama histórica em que foram construídas, a experimentação animal, principalmente quando em se tratando da espécie “vivissecção”, é conservadora ao acreditar que o saber somente pode ser adquirido através dos métodos de estímulos, cortes, amputações, extrações, dentre outras práticas, em animais vivos. Por essa razão, Levai (2007) afirma que os alunos de biomédicas são quase obrigados a se associar aos métodos de pesquisa em animais nas universidades.

Contudo, por mais que esses costumes estejam inseridos no contexto científico movido pela pressão e práticas historicamente legitimadas, a forma de alterar essa realidade pode ser promovida pelos próprios estudantes, a saber: rompendo o silêncio enraizado na experimentação animal, enfrentando tabus, desmistificando crenças e questionando verdades pré-concebidas. É nessa esteira que Levai (2007) levanta a cláusula de objeção de consciência, permitindo que os alunos recusem seguir os métodos aplicados em razão de suas próprias convicções filosóficas.

A objeção é um início para alterar os costumes, ou mesmo gerar um ponto de reflexão sobre a reprodução de métodos que podem não ser a melhor forma a ser aplicada.

O ser humano possui uma capacidade de alterar o natural com base em ações reiteradas capazes de criar uma nova realidade, tornando-se, por vezes, uma realidade inquestionável. Nesse ponto, o cultural (realidade transformada) se confunde com o natural, e as instituições científicas acabam reforçando a atuação com base nos anseios culturais. Portanto, as instituições científicas, para Lima (2008), tornam-se um instrumento político desprovido de imparcialidade/neutralidade, e reprodutor de ideologias dominantes.

Dessa forma, a experimentação animal, não somente no campo científico, criou morada na medida em que é constantemente repisada pelas estruturas de poder. Assim, as indústrias de cosméticos entram ao debate, pois, afinal, a sua utilização também encontra respaldo no conhecimento.

Na indústria de cosméticos os animais são utilizados como cobaias de modo a tentar evitar quaisquer riscos potenciais apresentados pelo produto a ser lançado no mercado, riscos estes que envolvem irritação, alergia ou efeitos sistêmicos a curto e longo prazo. A Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA, conforme o artigo 8º, §1º da Lei nº 9.782/99, é responsável pela regulamentação, controle e fiscalização dos produtos e serviços que envolvam risco à saúde pública, e os cosméticos estão inseridos dentre estes produtos (BRASIL, 1999).

A regulamentação, portanto, para o uso de animais em pesquisa não será definida pela autarquia acima mencionada, e nem compreendida como objeto de fiscalização. Essa regulamentação foi realizada por meio da Lei nº 11.794/08 (Lei Arouca), que trata a respeito da utilização de animais para atividades de ensino e pesquisa científica, compreendendo esta: “todas aquelas relacionadas com ciência básica, ciência aplicada, desenvolvimento tecnológico, produção e controle da qualidade de drogas, medicamentos, alimentos, imunobiológicos, instrumentos” (BRASIL, 2008).

A ANVISA estabelece, como meio de fiscalização, um Guia para Avaliação de Segurança de Produtos Cosméticos no qual destrincha os testes necessários a serem feitos de modo a garantir comprovadamente que o cosmético inserido no mercado não gerará riscos em razão dos ingredientes utilizados em sua composição. Para isso, ela exige testes em animais vivos, sendo os principais comumente utilizados, os coelhos, ratos e hamsters (AQUINO; SPINA; NOVARETTI, 2016).

Em pesquisa de campo realizada na União Europeia, um químico representante da indústria de cosméticos e um pesquisador membro de um comitê de ética de experimentação animal (médico veterinário) afirmam que a não realização de testes em animais para a produção de cosméticos põe em risco a saúde de seus consumidores, na medida em que a probabilidade de reações indesejáveis ou efeitos adversos estarão presentes. Acreditam também que, se não puderem realizar os testes, o fabricante não poderá tomar a responsabilidade de garantia da segurança do consumo de seus cosméticos (AQUINO; SPINA; NOVARETTI, 2016). Todavia, há que esclarecer as teses aplicadas no campo da experimentação animal a fim de que esta seja limitada ou mesmo abolida.

Em meio ao abstrativismo, Neme e Santos (2011) acreditam que a ética é o instrumento utilizado pela sociedade na tentativa de discutir valores voltados para a busca por existências humanas mais felizes, mais realizadas, enaltecendo o bem-estar e a qualidade de vida, bem como a dignidade, liberdade, autonomia e a cidadania.

A sociedade construiu um edifício rígido de valores, o qual para que se possa demolir, muitos obstáculos surgem em uma tentativa de impedir com que valores distintos da qualidade de vida, o bem-estar, a liberdade, autonomia e cidadania, por exemplo, sofra complementação ou alteração no pejejo pelo convívio em harmonia (NEME, SANTOS, 2011).

Um ponto importante e inicial para discussão é trazido por Singer (2010) como o Princípio da Igualdade sobre seres humanos e seres não humanos, considerando que a defesa da igualdade não depende da capacidade intelectual, capacidade moral, força física ou outras características semelhantes. Isto é, deve ser compreendida em relação a uma ideia moral e não pelas circunstâncias fáticas, que em suas próprias palavras afirma: “implicação deste princípio de igualdade, a nossa preocupação pelos outros e a nossa prontidão em considerar os seus interesses não deverão depender do seu aspecto ou das capacidades que possuam”.

Esse princípio pode, em muito, ser aplicado para diversas áreas em que se trate da relação humana e outro objeto alheio a ele, principalmente quando das mazelas humanas na exclusão/menosprezo de grupos minoritários, como mulheres, negros, grupo LGBTQI, e por fim os animais. Logo, qualquer um que escape da régua de igualdade, será alvo de preconceitos sociais, com reprodução pelas estruturas de poder (SINGER, 2010).

Além disso, é primordial trazer ao debate o princípio da senciência, tanto mencionado pelo Judiciário, como fundamento essencial na inserção dos animais como sujeito de direitos fundamentais. A vedação à crueldade animal é baseada neste princípio, tendo em vista que visa proibir a crueldade por considerar que os animais são seres sencientes, ou seja, capazes de sentir dor. Nesse sentido, Junio (2020) preceitua que não há sentido algum em proibir a crueldade contra coisas inanimadas, destituídas da capacidade de sentir dor e, por essa razão, a Constituição Federal reconhece o princípio implicitamente, considerando que são seres importantes e necessários de proteção.

Isto é, ao pensar em bem-estar animal, deve-se ter em mente que estes seres possuem a capacidade de sentir dores, sofrimento, alegria, solidão, entre outros sentimentos semelhantes ao contexto humano (SINGER, 2002). Implica dizer que existe reação emocional às sensações, possibilitando o animal a experimentar, por exemplo, afeição à prole, medo do isolamento e aversão ao tédio (NACONEY, 2006).

Além do princípio da senciência, Sparemberg (2015), traz uma semelhança por analogia existente entre pessoas jurídicas/incapazes e animais, vez que existe lei própria para sua proteção, e seus direitos podem ser defendidos e representados por órgãos competentes como o Ministério Público. Sendo assim, a relação de semelhança é visualizada tendo em vista que, embora os animais não possam comparecer em juízo, há quem possa os representar, com fulcro na incumbência constitucional de proteção (SPAREMBERG, 2015).

Portanto, esses seres possuem direitos e garantias nos processos administrativo e judicial de forma igual aos dos seres humanos e pessoas jurídicas, pois se fossem considerados “coisas” não seria racional a necessidade de representação pelo Ministério Público (SPAREMBERG et al., 2015).

Nessa esteira, pelo reconhecimento de que os animais são capazes de sentirem os mais variados sentimentos não estranhos ao ser humano, a prática da experimentação animal se mostra como ato cruel, pois a maioria das experiências são realizadas sem o emprego de anestesia, pois, se utilizada, poderia afetar as funções orgânicas do animal e, conseqüentemente, o resultado da pesquisa.

A *International Association for the Study of Pain* consagrou em 2020 a seguinte definição (revisada pelos membros do Conselho da IASP e adotada pela OMS) a respeito da dor como: “uma experiência sensitiva e emocional desagradável, associada, ou semelhante àquela associada, a uma lesão tecidual real ou potencial”. Portanto, considerando a definição acima, a dor não é exclusivamente física, pois reações tais como o choro, o grito ou a fuga podem ser interpretadas como um comportamento conseqüente da experiência adversa suportada pelo animal. Daí, Levai (2001) conclui que o sofrimento não é um estado único, seja físico ou psíquico.

O bem-estar animal pode ser discutido de três formas distintas em relação ao contato do indivíduo com o animal, a primeira delas é a concepção dos Conservadores, consistindo em nenhum anseio de mudança direcionado a este tratamento. O segundo deles é o Reformista, os quais desejam reformas no bem-estar animal. E, por fim, o terceiro destes é o Abolicionista, os quais buscam a cessação de todas as práticas que utilizam os animais como objetos ou instrumentos para si (ROGRIGUES, 2008).

De acordo com Singer (2010), o bem-estar animal está fundamentalmente sustentado no respeito, bem-estar, no valor intrínseco, na compaixão, na sensibilidade ao sofrimento, na inteligência, entre outros conceitos de ordem moral. Já para Regan, que defende o posicionamento abolicionista, propõe que os animais sejam detentores do direito de

experienciar plenamente a vida, afirmando a possibilidade de um alargamento de direitos fundamentais a estes animais, a fim de que também tenham bens juridicamente protegidos.

Assim, a primeira corrente de bem-estar animal torna-se mais suscetível de aceitação social, de modo que o debate almeja a alteração em torno dos maus-tratos e assassinatos realizados mediante dor e sofrimento.

Nessa linha, são exemplos de utilização de animais de forma abusiva, em zoológicos, circos, rodeios, caça, assassinatos ocorridos de forma cruel no exercício da liberdade religiosa, bem como o tráfico de animais. As referidas ações causam sofrimento, trauma e estresse, os quais desencadeiam problemas mentais e funcionais surgidos pelo dominante desejo humano.

3.2 A inclusão dos animais como sujeitos de direitos fundamentais

No início, a relação entre animais e humanos era pautada na adoração, tratando-se do aspecto religioso, uma vez que, no contexto em que estavam inseridos, acreditavam ser necessário o uso dos animais para sobrevivência, tanto em relação ao aquecimento, como principalmente para alimentação. Dessa forma, os animais eram tratados como deuses para que a culpa gerada pela morte desses seres fosse suprida pelo culto e adoração na tentativa de alcançar o perdão.

Destes tempos em diante, a relação não sofreu grandes alterações. Na verdade, o que se pode observar é a progressão de leis de proteção aos animais a fim de evitar brutalidades excessivas nas práticas que os envolviam, com certas exceções.

O primeiro dispositivo legal brasileiro a tratar do bem-estar dos animais foi a Lei Municipal de São Paulo (Código de Posturas), de 1886, vedando a todo e qualquer cocheiro, condutor de carroça, pipa d'água etc., maltratar os animais com castigos bárbaros e imoderados, disposição esta igualmente aplicada aos ferradores.

Portanto, cabe ao debate, primeiramente conhecer sobre o tratamento animal apresentado pela legislação brasileira e se estes seres não humanos podem ser titulares de direitos fundamentais na medida em que, como seres sencientes, são tão capazes quanto os humanos de sentirem variadas emoções, sejam de alegria, incômodo, raiva, dentre outras (SOUZA; COELHO, 2010).

Em âmbito nacional, a primeira norma a assegurar certa proteção aos animais foi por meio do Decreto nº 16.590/24, promulgada pelo presidente Arthur da Silva Bernardes, que regulamentando as casas de diversões públicas, vedando corridas de touros, garraios,

novilhos, brigas de galo, canários e quaisquer outras diversões desse gênero que causem sofrimento aos animais (VICENTE JÚNIOR, 2019).

No governo de Getúlio Vargas houve a promulgação do Decreto Lei 24.645/34, o qual impôs como contravenção penal diversas práticas de maus-tratos, dentre outras medidas de proteção aos animais. Após isso, a Lei nº 5.197/67 inovou ao prever como crime os atentados contra animais silvestres, proibindo a utilização, perseguição, destruição, caça ou apanha destes animais, mas em relação aos animais domésticos e exóticos a penalidade continuou sendo a contravenção penal. Ou seja, transformou a caça profissional em crime, enquanto o Decreto nº 221/67 (Código de Pesca) impôs restrições à pesca predatória. (VICENTE JÚNIOR, 2019) (SOUZA; COELHO, 2010).

A Constituição Federal de 1988 trouxe uma maior proteção aos animais a partir de sua inclusão no texto, especificamente em seu artigo 225 §1º, inciso VII, incumbindo ao Poder Público a proteção à fauna e flora, vedadas as práticas que estabeleçam qualquer tipo de risco à função ecológica que provoquem a extinção das espécies ou submetam os animais à crueldade. Posteriormente, a Lei nº 9.605/98 surgiu para igualar como crime (detenção, de três meses a um ano, e multa) as práticas de maus-tratos direcionadas, também, para animais domésticos e exóticos (BRASIL, 1988) (BRASIL, 1998).

Os valores legitimamente aceitos, através da ordem jurídica criada pelos próprios autores, demonstram certo poder em relação ao diferente, de modo que a mudança é característica inerente à realidade, pois alterar o contexto social requer persistência. A Constituição é a carta que objetiva assegurar a harmonia na sociedade, o que, para tanto, não impede a alteração de seus basilares institutos (FERNANDO, 2017).

De acordo com Fernandes (2017), a Constituição deve acompanhar o contexto social e seus respectivos valores, uma vez que se assim não ocorresse haveria seu engessamento, e a sociedade estaria sob a proteção de um instrumento obsoleto. Contudo, antes de tudo, caberia abordar alguns alicerces tão protegidos pela realidade brasileira.

A Constituição Federal trata em seu artigo 5º dos direitos e garantias fundamentais como bens jurídicos necessários para que os valores sociais sejam protegidos, de modo que sua alteração é vedada, conforme previsão do artigo 60 §4º da mesma lei estabelecendo estes preceitos como cláusulas pétreas (BRASIL, 1988).

Conforme a conceituação de Mendes (2019) sobre os direitos fundamentais, a dimensão objetiva resulta do significado dos direitos fundamentais como a essência do Estado de Direito democrático, aplicando-lhe limites e diretrizes a suas ações. Em razão destes freios,

a dimensão objetiva legítima até restrições aos direitos individuais, limitando o conteúdo e o alcance em favor de seus próprios titulares ou de outros bens constitucionalmente valiosos.

Assim, o dever de proteção do Estado associa-se, sobretudo, mas não exclusivamente, ao direito à vida, à liberdade, à integridade física e outros direitos garantidos, em tese, garantidos pelo Estado.

Uma decisão relevante foi discutida na ADI 1.856/2011, de relatoria do Ministro Celso de Mello o qual declarou inconstitucional a Lei fluminense nº 2.895/98 que permitia a exposição e a competição entre raças de aves combatentes, vulgarmente conhecida como “briga de galo”. A decisão foi proferida pelo tribunal em controle concentrado de constitucionalidade, tendo como efeitos aplicados: efeito vinculante, *ex tunc*, e *erga omnes*. Assim, torna-se vinculante a todos que a prática denominada “briga de galo” constitui maus-tratos aos animais. E, se porventura o Legislativo editar nova lei que trate sobre certa possibilidade de realizar essas práticas e for aprovada, caberá ao Judiciário declarar a inconstitucionalidade da norma quantas vezes tentarem (MENDES, 2019).

Entretanto, tendo em vista que os direitos colididos tratam, em sua maioria, sobre o dever do Poder Público em promover a plena garantia dos direitos culturais, a exemplo a previsão do artigo 215 da Constituição Federal (BRASIL, 1988), e de outro lado os direitos dos animais, o tema toma grandes dimensões repercutórias. Quer dizer que a necessidade de aplicação do princípio constitucional da proporcionalidade se faz necessário, uma vez que os direitos colidem.

A exemplo, o RE 494.601-RS, de relatoria do Ministro Marco Aurélio, cuja discussão travada diz respeito a constitucionalidade da Lei estadual 12.131/2004, que acrescentou o parágrafo único ao artigo 2º da Lei 11.915/2003 do Rio Grande do Sul (Código Estadual de Proteção aos Animais), discutindo-se a liberdade religiosa de matriz africana em detrimento dos direitos dos animais, pelos rituais praticados em que animais eram sacrificados (VICENTE JÚNIOR, 2020).

Dessa forma, encontra-se embate em relação ao direito à liberdade religiosa (quanto ao sacrifício de animais em rituais religiosos de matriz africana) e o direito à vida dos animais e ao bem-estar. A tese concluída foi a seguinte: “É constitucional a lei de proteção animal que, a fim de resguardar a liberdade religiosa, permite o sacrifício ritual de animais em cultos de religiões de matriz africana”. Portanto, mesmo que o argumento em defesa do bem-estar animal tenha sido abalado, não ocorreu um retrocesso em si, pois considerando que estes seres ainda possuem direitos, o ato de sacrifício deve ser praticado de forma não dolorosa, sem causar sofrimento ao animal (VICENTE JÚNIOR, 2020).

Apesar disso, Vicente Júnior (2019) acredita que a tutela do bem-estar dos animais, é um direito fundamental dos próprios animais, acreditando que esses seres não humanos deixam de ser objetos de direito (coisas, semoventes) e passam a ser sujeitos de direitos fundamentais, integrando aos direitos de quinta dimensão.

Nessa senda, foi aprovada pelo Senado, em agosto de 2019, o PL 27/18 que cria um regime jurídico especial aos animais, como sujeitos de direitos despersonalizados e reconhecida a senciência destes seres (dotados de natureza biológica e emocional). Além disso, o texto acrescentou, na Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/98), dispositivo que determina a desconsideração dos animais como bens móveis, para fins do Código Civil, deixando de ser objetos (BRASIL, 2018).

Outro projeto de lei recentemente aprovado foi o PL 1.095/19 que também alterou a lei nº 9.605/98 para aumentar as penas cominadas ao crime de maus-tratos aos animais quando se trata de cães e gatos, estabelecendo a pena de reclusão de 2 a 5 anos e proibição de guarda quando praticado ato de abuso, maus-tratos ou mutilação contra aqueles (BRASIL, 2019).

Portanto, diante da exposição de decisões reiteradas e os avanços legislativos sobre o aspecto de proteção dos animais, o cenário está cada vez mais propício a aceitar esses seres como sujeitos de direitos fundamentais. Por essa razão, a esperança para o futuro sobre a retirada da experimentação animal nas indústrias de cosméticos não se apaga, diante de todo o sofrimento existente no exercício.

3.3 As propostas oferecidas pelos produtos de beleza

A evolução humana revelou que quanto mais o homem avançava, menos se necessitava do meio natural. Significa dizer que, embora precise do meio ambiente para sobreviver, o humano conseguiu escapar de sua natureza selvagem e adotar um sistema de convivência social (MELO; RODRIGUES, 2019).

Essa transformação alterou o equilíbrio do meio ambiente através de seu persistente caráter de dominação, e, conseqüentemente, o equilíbrio do ecossistema. Diante de milhares de espécies disponíveis ao ser humano, tanto em plantas quanto de animais, houve a priorização de algumas delas de acordo com as necessidades apresentadas no contexto com vistas ao resultado eficiente de sua utilização. Assim, um pequeno número de espécies animais e vegetais foi priorizado em detrimento de outras tantas que não eram de interesse imediato (MELO; RODRIGUES, 2019).

Nesse ponto, a curiosidade sobre a vida animal fomentou o debate sobre os direitos e garantias os quais o Estado estaria disposto a proteger e assegurar, respectivamente. A bioética, então, fez-se presente como alicerce imprescindível à defesa dos animais.

Mas como se dá essa proteção ao visualizar inúmeras práticas que trazem sofrimento aos animais, considerando que a Constituição visa a proteção dos mesmos? A experimentação animal é uma prática amplamente difundida como base fundamental da ciência. O ponto principal utilizado pela ciência em defesa da prática de experimentos em animais se dá pelos benefícios obtidos tanto para os seres humanos quanto para os não humanos.

Para a ciência, essa prática é necessária para garantir saúde e aliviar sofrimento existente nos dois lados da relação, entretanto, para alcançá-los, dependem do avanço científico fundamental, tornando a prática da experimentação necessária para assegurar estes benefícios. Portanto, a ciência acredita que qualquer avanço significativo no conhecimento é considerado um bem em si mesmo, tornando-se uma justificativa para legitimar a experimentação (PAIXÃO, 2001).

Franco (2015) afirma que existe uma contradição na defesa aos direitos dos animais, pois, de um lado há o “carinho e respeito” pelos animais, de outro coexiste o “abuso e exploração” daqueles. Isto é, os cuidados direcionados aos animais somente são exercidos caso não haja um interesse por trás da ação, ou seja, não haverá óbice na utilização destes seres se a finalidade for a obtenção de conhecimento, mesmo que traga sofrimento. Existe uma hierarquização dos interesses. Embora o sofrimento exista, ele somente poderá ser justificado se houver um interesse humano por trás, como é o caso da experimentação animal para a produção de cosméticos (FRANCO, 2015).

A figura dos cosméticos está estritamente ligada a uma dimensão da construção social do gênero e mecanismos de dominação entre os sexos, bem como a uma dimensão que busca a segurança, saúde, bem-estar e a construção de uma identidade. Observando-se a sociedade moderna na qual os produtos de beleza foram criados, o corpo se faz meio para externalização de uma identidade, e objeto de exibição de uma biografia (CHÁVEZ, 2004).

O neo-narcisismo é abordado por Chávez (2004), como um dos principais motivos para o uso de cosméticos como ramo desenvolvido a partir das consolidações de estruturas políticas, a expansão da civilização e a intensificação dos contratos comerciais que possibilitaram a multiplicação dos cosméticos usados, também, como emblemas de poder e prestígio.

Lima (2008) expõe dois exemplos sobre o uso do caráter político do “natural” para justificar os interesses humanos de ordem cultural, ou seja, de acordo com as ditas necessidades do contexto histórico.

O primeiro exemplo trata sobre o distanciamento dos seres humanos dos animais e demais seres vivos não humanos. Esse distanciamento ocorreu com base em um dado inconsistente na época de guerras, no sentido de que os animais, por serem de natureza selvagem, possuíam aspectos de agressividade alheios ao humano e, por isso, não puderam mais ser inseridos em um contexto próximo ao convívio humano. O que facilitou foi a incapacidade dos animais de expor seus pensamentos e lutar pelos seus direitos, acabando numa posição de sujeição e separação social frente às necessidades humanas (LIMA, 2008).

A partir dessa separação, a justiça passou a ser antropocêntrica, tendo em vista o marco de separação entre os seres primitivos. O segundo exemplo foi retirado dos livros *De Jue Belli* e *De Jure Praedae*, nos quais o autor afirma que, para justificar a empresa da guerra (bélica) sempre recorrida pela humanidade, os interessados afirmavam que não havia nada fora da realidade, já que sabem que a natureza concedeu aos animais agressividade como sistema de autodefesa, os humanos então poderiam utilizar-se dessa agressividade, diante de sua posição hierárquica, caso acredite ser necessário (LIMA, 2008).

Nesse ponto, pode-se observar a contradição existente entre os exemplos, na medida em que os humanos se utilizam de um discurso para favorecer seus próprios anseios. Assim, Lima (2008) concluiu que:

Ou seja, quando se trata de expulsar os animais da esfera da justiça à qual pertencem os homens, argumenta-se que não se pode comparar o comportamento e natureza de uma besta ao de seres humanos. Por outro lado, para justificar a guerra, ressalta-se o aspecto “natural” da agressividade. Fica, então, patente o aspecto arbitrário e inconsistente do uso do natural como justificativa para o político-cultural (LIMA, 2008).

Assim, ao longo de toda a história, as conseqüentes mudanças sempre foram manobradas com base nos desejos humanos que fundamentam circunstâncias superficiais. Dessa maneira, à luz da analogia, a utilização de animais na experimentação animal nada mais é que uma forma de priorizar os caprichos humanos, em razão da indústria de cosméticos ser, principalmente no Brasil, um dos mercados mais rentáveis na economia do país.

Pesquisas revelam o crescimento deste mercado desde 1996, com a pesquisa da revista Folha de São Paulo e, em 1997, com a revista Veja, as quais revelaram que os brasileiros gastaram, no ano 1996, R\$3,7 bilhões com produtos de beleza. Além disso, demonstrou que a classe que mais compromete seu salário são as mulheres com renda mais

baixa. Aliás, a própria indústria cultural cuida de criar novas necessidades aos consumidores, de modo a evitar a saída ou redução da participação no mercado (DWECK, 1999).

Portanto, não diz respeito somente a uma determinada classe, até porque, como demonstrado no capítulo anterior, a inserção das mulheres no mercado de trabalho e todo esforço da mídia em reafirmar o aspecto do “belo” feminino, anda em comunhão com as instituições de poder, disfarçadas em nome da “beleza”.

A indústria da beleza tem crescido a cada ano. Em 2000, o aumento das vendas ocorreu mesmo diante da baixa da atividade econômica do ano, concluindo-se que durante esses momentos, “os indivíduos buscam o bem-estar e a satisfação por meio de produtos de cuidados pessoais” (TEIXEIRA, 2020).

Para isso, Teixeira (2020) afirma que a satisfação pessoal do cidadão brasileiro moderno não diz respeito somente à saúde, mas à valorização do ser que pode ser aprimorada mediante os cuidados com a beleza. O consumidor demonstra tanta importância que mesmo se estiver em circunstâncias econômicas desfavoráveis, aquele que se enquadra na classe média dispõe de renda a fim de se sentir bonito e atraente. Apesar de estar em condições adversas, nunca deixa de consumir os produtos, mesmo se, para isso, precise comprá-los a preços mais baixos.

Com base em levantamento estatístico realizado pela empresa ACNielsen, relacionado ao consumo de cosméticos voltados a área masculina, concluiu-se que o respectivo público gastou cerca de 35% com cosméticos, como cremes para o rosto, perfumes, loções pós-barba, tinturas, sabonetes, entre outros. Assim, caracteriza uma maior participação desses consumidores no consumo de produtos de beleza (VON POSER; CUNHA, 2008).

O consumo de cosméticos pelos homens, entretanto, afirma Máximo (2015), que trata acerca de uma relação mais emocional e de proximidade, com ligação à autoimagem, à segurança física e psicológica. Com relação à autoimagem, a beleza física de uma pessoa está ligada a um pré-conceito formulado pela sociedade sobre as condições sociais e individuais do indivíduo. Isto é, uma pessoa atraente é vista como detentora de melhores qualidades e padrões de vida, características essas socialmente aceitáveis que facilitam a interação social do indivíduo, valendo tanto para homens quanto para mulheres (MÁXIMO, 2015).

Nesse sentido, conclui-se que os animais estão a cada momento garantindo seus direitos e o devido reconhecimento como seres relevantes no mundo, assim como os humanos. E as propostas apresentadas pela indústria da beleza possuem suas finalidades e existência relevante para grande parte da população brasileira, principalmente mulheres, mas não seria uma justificativa plausível para praticar testes em animais para fabricação destes

produtos. Para isso, analisar os motivos e fatores que movem o consumidor a adquirir produtos em face de um consumo consciente é importante, assim como o conhecimento da existência de métodos alternativos e legislações que já caminham para a proibição total da experimentação animal.

4 O CONSUMO CONSCIENTE PROMOVIDO PELA ONU EM FACE DA PRÁTICA DA EXPERIMENTAÇÃO ANIMAL NA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS NO BRASIL

No presente capítulo serão demonstrados os fatores determinantes que impulsionam os consumidores a adquirir produtos, em face de um consumo consciente considerando a prática da experimentação animal na fabricação de produtos de beleza. Tendo isso em mente, serão propostos métodos alternativos capazes de substituir os animais em alguns testes, e qual a situação do Brasil para impulsionar uma possível proibição da experimentação, considerando a legislação internacional.

4.1 O consumo consciente no Brasil e os fatores determinantes de comportamento dos consumidores

Todo o processo relacionado à ideia de sustentabilidade tomou proporções importantes e concretas a partir de uma reunião convocada pela ONU, realizada no Rio de Janeiro em 1992, na qual participaram chefes de Estado, lideranças empresariais e religiosas, movimentos sociais e Organizações Não-Governamentais (ONG's). Essa reunião ficou conhecida como ECO-92 (AKATU, 2011).

Nessa oportunidade, 179 países acordaram e assinaram um programa de ação que resultou em um documento de 40 capítulos no intuito de que todos os países acordantes promovessem um novo método de desenvolvimento, conhecido como “desenvolvimento sustentável”. Esse plano é denominado Agenda 21 Global. Com base nessa reunião, em 1995, a ONU passou a defender oficialmente novas propostas pautadas no consumo sustentável (AKATU, 2011).

Nesse aspecto, o Instituto Akatu afirma que o consumo consciente deriva da ideia de consumo sustentável, baseando-se nas dimensões social, ambiental e ética. Entretanto, a terminologia utilizada acerca do consumo consciente ainda não é consensual, mas no Brasil, o instituto acima referido se faz autor da expressão (BARROS; COSTA, 2008).

Assim, foi sugerida uma definição ao consumo consciente ou ético como “aquele em que o indivíduo concebe o ato do consumo como fio condutor de ações mais justas para com a sociedade”. Além disso, existe uma valorização pelas relações do sujeito com o coletivo e, também, as futuras gerações no que diz respeito a ações que promovam alterações no consumo (BARROS; COSTA, 2008).

Nesse sentido o consumidor ético é conceituado como o indivíduo que consome produtos a partir de influências éticas ou ambientais, possuindo responsabilidade sobre tais consumos. Contudo, antes de adentrar sobre o aspecto das consequências das práticas de consumo do consumidor, faz-se necessário primeiro analisar as suas implicações e fatores determinantes de seu comportamento.

Para Faria (2019) existem três definições a respeito do consumidor. A primeira delas é a definição trazida pela Escola de Frankfurt, na qual o consumidor é percebido em uma posição de alienação, como agente passivo e de fácil manipulação ideológica. Nesta vertente, o sujeito é visto como vítima das influências das empresas, sendo estas as principais organizações que determinam seu comportamento. Assim, o consumidor não teria parcela de culpa ao comprar certo produto, pois o consumo não é determinado por suas próprias convicções.

A segunda definição aborda uma visão mais social a respeito do consumidor, tendo em vista que este detém capacidade de exercer suas liberdades de escolha, isto é, não é mera vítima, mas ser subjetivo capaz de discernir sobre as consequências advindas de seus atos, portanto, não alienado. No entanto, essa definição contrária ao proposto pela Escola de Frankfurt é problemática. Isto pois acredita que, por ser o consumidor autônomo e livre, ele seria capaz de realizar suas escolhas com racionalidade, sem se deixar influenciar pelas organizações de poder (FARIA, 2019).

Finalmente, a terceira versão do consumidor constitui um meio termo entre as anteriores, pois, o sujeito seria tanto vítima, alienado e manipulado, como um ser capaz de realizar suas próprias escolhas com base em sua liberdade. Essa definição surgiu a partir de uma visão capitalista pós-industrial, no sentido de que, para além da mera relação de compra e venda, a aquisição dos produtos não está relacionada estritamente a necessidades resultantes de um raciocínio neutro, mas de que, por trás do produto adquirido, existe um bem abstrato o qual se objetiva conquistar.

Nesse sentido, esta última definição pode ser compreendida sob a ótica do consumo em uma visão antropológica, de modo que, tratando-se de consumo, para Pinto e Lara (2011), homens/mulheres e objetos “adquirem sentido, produzindo significações e distinções sociais”. Quer dizer, o contato com os objetos é capaz de definir ou atribuir uma identidade, conhecimento e estilos de vida. E os mais diversos produtos são apresentados de forma que o consumo não será de forma neutra, considerando que os fazem no intuito de que sua aquisição garantirá individualidades e ares diferenciados (PINTO; LARA, 2011).

Anteriormente a todo o debate e conteúdo sobre o preceito sustentável, existia um consumo excessivo que acelerava o processo de degradação ambiental e, portanto, gerando novas crises ecológicas. Em contrapartida, o que se fez foi estabelecer limites e responsabilidades, tanto para a figura do consumidor, quanto para quem fabrica o produto. Esse novo ideal vai de encontro ao antigo conceito capitalista à época da Revolução Industrial na qual a finalidade era garantir mais trabalho e produção, com base na liberdade fornecida pelo Estado. Nesse aspecto, os freios de culpa e responsabilidade foram impostos para que o consumo não fosse exercido inconsequentemente.

Assim, para que houvesse responsabilidade do consumidor, o aspecto de sua autonomia e liberdade de escolha foi fortemente frisado, conforme o segundo conceito abordado anteriormente. Entretanto, Fontenelle (2010) explica que o sujeito não pode ser responsável na medida em que é induzido por influências adversas, e suas motivações individuais na aquisição de um produto são invadidas por anseios coletivos “fabricados pelo que provém do poder da informação” (FARIA, 2019; FONTENELLE, 2010).

Consequentemente, a metodologia criada é pautada na vertente da responsabilidade da empresa em fabricar objetos já inseridos na política sustentável, e o consumidor só teria a incumbência de escolher qual produto ou marca comprar, diante de sua incapacidade de tomar decisões cujas escolhas são envenenadas pelo social.

Porém, mesmo existindo óbices em realizar as escolhas mais acertadas, a sociedade não pode estagnar o destino do meio ambiente e, portanto, do planeta, nas mãos de empresas as quais, por si só, são suspeitas para encabeçar um ativismo ecológico, diante do forte aspecto envolvendo o lucro. Diante disso, o consumo ético, como uma vertente do consumo consciente, surge para apresentar o importante papel do consumidor no embate ambiental (MACIEL; OLIVEIRA, 2013).

De acordo com Maciel e Oliveira (2013) o consumo ético possui sentido amplo, pois abrange toda a cadeia de grupos interessados desde o início do processo de produção até o consumo final, englobando tanto o comportamento das fabricantes, dos fornecedores e dos consumidores. Complementa que o comportamento pessoal é considerado ético se as consequências advindas do consumo promovem o bem-estar, não somente ambiental, mas também social. À exemplo disso se tem: a aquisição de produtos de empresas fabricados com material reciclável, pautadas na igualdade de condições de trabalho entre homens e mulheres, questões envolvendo a preservação do meio ambiente, e entre outros exemplos.

Outro conceito a respeito do consumo ético é desenvolvido por Pellandini-Simányi (2014) como um tipo particular de decisões de consumo motivadas por propósitos

éticos, ou seja, decisões que são realizadas de acordo com os valores e princípios éticos do sujeito. Nesse sentido, consumidores éticos podem ser identificados pelas compras e uso dos produtos de acordo não somente com os prazeres pessoais e valores que proporcionam, mas também pelas ideias do que seria “certo/bom” e “errado/ruim”. E não somente isso, o consumo ético atrairia uma preocupação, também, por aqueles não vistos no método de produção.

Diante disso, a ética também pode ser aplicada no ato do consumo, de forma a compreender, e até mesmo influenciar, o consumo da sociedade. Nesse aspecto, segundo Gonçalves e Cescon (2013), existem duas filosofias capazes de avaliar o ato do consumo. A primeira delas é o romantismo, que considera a prática consumerista um costume insaciável, no qual a compra é realizada para suprir sentimentos ausentes, caracterizada por um consumo inquieto e contínuo. Nesse ponto, as pessoas consomem para satisfazer seus próprios desejos, e aqueles propagados pela mídia, mais no sentido de autogratificação do que uma questão de necessidade.

A segunda filosofia é denominada utilitarista. Esta, por sua vez, é uma ética mais adequada ao consumo e pode servir de fundamento para o consumo ético, na medida em que propõe analisar as ações humanas com base em dois fatores, as consequências advindas de seus atos, e a utilidade como forma de avaliação das consequências. Entretanto, a própria essência do utilitarismo vicia o seu objetivo de assegurar uma atitude fundamentada na utilidade e consequência. Isso quer dizer que, qualquer compra realizada pode ser pautada no aspecto que envolva certo grau de utilidade, tendo em vista a incapacidade humana de realizar escolhas com neutralidade (GONÇALVES; CESCO, 2013)

Dessa forma, a ética no consumo ou consumo ético é um instrumento importante de aplicação para que as condutas de compra sejam realizadas considerando não somente as implicações sustentáveis, mas também as sociais e todos os meios utilizados na produção de cada insumo. Assim, para melhor compreensão, necessita-se expor quais são os fatores que determinam o comportamento do consumidor e qual o seu papel nesse ínterim.

O primeiro ponto relevante apresentado por Cortina (2002) seria a ansiedade do sujeito ocidental que está intimamente ligada à ideia de êxito como forma de auto realização, tendo em vista que as pessoas crescem com ensinamentos de que o êxito é uma responsabilidade e, em consequência, quem não o possui é levado ao fracasso. Portanto, é possível afirmar que a resposta para o consumo desenfreado de objetos cada vez mais caros pela sociedade seria o conjunto autoestima-êxito social- boas qualidades.

Nesse sentido, um reconhecido fator determinante é o status econômico, pois além de indicar a posição inserida do indivíduo na sociedade, consegue indicar o prestígio ocupacional e o grau de educação, renda e riqueza. Ou seja, os produtos seriam consumidos para demonstrar o perfil socioeconômico em que está inserido. Mas, com relação ao consumo consciente, o grau de escolaridade e o gênero, para França (2015), são fatores considerados importantes, pois influenciam a práticas de preservação ao meio ambiente.

Outro fator importante na determinação dessas práticas seria o individualismo. Este, por sua vez, está condicionado ao contexto social e político no qual está inserido, e é um dos principais fatores que possibilitam o entendimento do consumo ético. Cada sociedade cria seus indivíduos com base em suas características e, em consequência, uma sociedade caracterizada pelo individualismo reproduz pessoas que voltam para seu antro pessoal e familiar, ou seja, pessoas mais próximas. Já em uma sociedade coletivista, as necessidades do grupo são buscadas, não se limitando a si próprio ou a pessoas inseridas no seu cotidiano (FRANÇA, 2015).

A situação do Brasil, nesse aspecto, é caracterizada como uma sociedade coletivista em relação a países como o Japão por exemplo. E o grau de individualismo de uma sociedade ou pessoa influencia em seu consumo, diante das características de suas escolhas e, essas pessoas geralmente “colocam seus próprios interesses acima de qualquer coisa”.

A seguir, um fator não menos importante e principal para a sociedade moderna, é o fator da influência social, sendo caracterizada por França (2015) “quando as próprias emoções, opiniões ou comportamentos são afetados por outros”.

A depender de cada cultura, existe uma preferência quanto a determinados produtos. Isso quer dizer que, aos objetos são atribuídos valores e significados e, os objetos consumidos nas principais sociedades consumeristas não são considerados, em sua maioria, necessários ou essenciais para a garantia da subsistência do indivíduo. Com isso, o que se considera não é o ato de consumo em si, mas os fatores que levam a fazê-lo.

Gonçalves e Cescon (2013) expõe o seguinte sobre as motivações psicológicas que impedem o usufruto do produto de forma absoluta:

O desejo de imitação, de superar os outros, está na raiz da acumulação de bens e é um elemento poderoso nas atividades de consumo ilimitado, assim como induz as pessoas a optarem por esse tipo de consumo para serem dignas de reconhecimento social ao mostrarem sua capacidade econômica, nunca avaliando a satisfação que os bens propiciam de maneira absoluta, mas sempre de maneira comparativa em relação ao que os outros consomem. A insaciabilidade do desejo humano é a chave do consumismo e do hedonismo modernos. Um desejo nunca se cria partindo do nada, mas de alguma necessidade ou de algum desejo real das pessoas (GONÇALVES; CESCO, 2013).

Portanto, compreende-se que algumas das motivações psicológicas para o consumo são o reconhecimento social e a necessidade de superação em relação aos outros sujeitos. Para isso, o trabalho do *marketing* se faz presente para conectar o produto com a personalidade do consumidor, de forma que alimenta o seu desejo de possuir uma identidade e, em razão disso, grupos sociais foram criados com base na característica comum dos integrantes. Pode-se considerar, até mesmo, uma forma de comunicação.

Ocorre que a indústria sempre tenta inovar ou criar algo que possa instigar o consumidor a adquirir algo que, inicialmente não é necessário, mas assim se transforma, pois “um consumidor satisfeito seria uma catástrofe para uma economia de consumo”. Porém, por outro lado, o fator da orientação comunitária instiga o sujeito a agir tendo em consideração o sentimento de outras pessoas, isto é, o bem-estar não só do indivíduo, mas daqueles fora de sua visão, até mesmo os desconhecidos, são levados em consideração na compra de algo. É saber o quanto a orientação pode afetar na relação entre o consumidor e o consumo consciente ou ético. E em contrapartida, o fator egoísmo é o oposto do pensamento comunitário, sendo também um ponto determinante das práticas do consumidor (GONÇALVES; CESCÓN, 2013).

Portanto, todos os fatores até então abordados auxiliam na compreensão do consumo como algo não o bastante em si, mas pela forma como se faz. Entretanto, a ética do consumo exige, para Cortina (2002), um nível de consciência moral que reconhece a dignidade de todos os seres vivos como linhas de igualdade. Isso pois, a justiça é avaliada pelos princípios de humanidade, e não as normas convenientes de cada sociedade

A partir disso, pode-se afirmar que existem três chaves da ética do consumo, consistindo na autonomia, a justiça e a prudência, das quais se utilizará as duas primeiras. O consumo autônomo diz respeito ao desprendimento do sujeito das correntes criadas pelo *marketing*, e pelas crenças sociais criadas sob a falsa ideia de auto realização, inserida como uma motivação psicológica. Assim, a autonomia no consumo pode ser concretizada ao tomar conhecimento de suas motivações pessoais e das crenças sociais que interferem nas escolhas (CORTINA, 2002).

O consumo justo, por sua vez, é um consumo que respeita e promove a liberdade de todo ser humano, contanto que, ao consumir, estejam dispostos a aceitar uma norma mínima fundamental da reciprocidade universal, segundo a qual as práticas de consumo somente podem ser realizadas se não prejudicarmos os demais seres humanos e o meio ambiente. Para isso, Cortina (2002) ensina que o consumo justo propõe duas ações, uma

negativa no sentido de não prejudicar, e uma positiva de fortalecer novas ideias que promovam a proteção ao meio ambiente e, portanto, aos animais.

Tendo isso em mente, as práticas de experimentação podem ser repensadas com base no consumo ético, principalmente no que diz respeito a sua faceta de justiça, isto porque muitos animais acabam sofrendo no processo para alimentar indiretamente as práticas de consumo de produtos que, superficialmente, não foram criados para garantir a subsistência. Mas mesmo assim, muitas pessoas conseguiram se utilizar dos cosméticos como meio de garantir seu sustento. Muitas não, mas como abordado anteriormente, reforçam um sentimento de auto realização e êxito. Por isso, é imprescindível trazer os meios alternativos de produção desses insumos para que o consumo ético passe a ser aplicado.

4.2 Os métodos alternativos para produção de cosméticos

Como se sabe, a experimentação animal sempre existiu e foi uma prática utilizada, inicialmente, para o conhecimento de forma mais aprofundada da fisiologia humana, pois eram o modelo semelhante disponível. Entretanto, todo o procedimento, mesmo que garanta um avanço científico benéfico para o mundo, não se pode fingir que, por trás de todo conhecimento ou ala científica, existem vidas que estão vivendo em condições degradantes.

As dores são desnecessárias na maioria dos procedimentos científicos, mas o uso de analgésicos durante ou após a percepção de dor no animal é um procedimento que faz parte do protocolo de experimentação. Entretanto, a dor pode alterar o seu estado fisiológico que, por sua vez, dificulta a recuperação do animal. Além disso, afeta também o experimento e o bem-estar. Para isso, os analgésicos podem ser aplicados, mas muitos deles têm efeito colateral, e, de acordo com Andrade, Pinto e Oliveira (2006), não deve ser utilizado como desculpa para aliviar a dor, pois pode ser evitado inserindo uma dosagem menor.

Contudo, mesmo diante de todo o protocolo utilizado para evitar dores, o estresse está constantemente presente, constituindo um sentimento de natureza emocional ou psicológica. Muitas situações aparentemente não estressantes na vida do ser humano são causas de estresse para os animais, como é o caso da exposição à luz muito clara ou espaços muito amplos. Diante disso, as causas para o estresse psicológico podem ser: uma novidade; estímulos indutores de medo; fatores sociais; incapacidade de realizar padrões normais de comportamento; causas de dor (são as principais), desconforto e doença; antecipação de dor e desconforto; manejos que levam à frustração ou a conflito; procedimentos que causem doenças ou indisposição (ANDRADE; PINTO; OLIVEIRA, 2006).

Nesse sentido, não há como evitar o estresse dos animais na experimentação, tendo em vista que o estressor, isto é, o causador do estresse, está inserido no próprio procedimento. Assim, o estresse passa a ser algo inevitável, mas como é um sentimento que faz parte da vida, a intenção passa a ser evitá-lo e evoluir os sistemas biológicos dos animais para ajudar no convívio com o estresse. Portanto, o segredo para proteger o bem-estar animal seria “minimizar os custos biológicos de um estresse indesejável”. Para isso, existem dois termos utilizados que definem o objetivo de evitar o sentimento de estresse, são eles o controle e a previsão. Quer dizer que, dependendo do grau de controle ou precisão do estressor, os sintomas de estresse podem ser maiores ou menores (ANDRADE; PINTO; OLIVEIRA, 2006).

Tendo isso em mente, a relação entre os animais e o meio ambiente está intimamente ligada com suas necessidades e objetivos, fazendo existir um embate de interesses entre os interesses dos homens e os supostos interesses dos animais, pois de um lado existe uma preocupação econômica e de propósitos de instituições, e de outro, o desejo de manter os animais em condições de boa saúde, sem estresse, e de bem-estar. Com isso, estresses podem ser causados também por condições ecológicas como a relação com os companheiros de espécie, a relação presa/predador, o ninho, alimentação, acontecimentos ambientais, entre outros (ANDRADE; PINTO; OLIVEIRA, 2006).

Nesse ínterim, todo o processo que envolve a experimentação animal é exaustivo, tanto para aqueles que possuem o dever de executar os protocolos, como também, e principalmente, para os animais.

O Brasil adota um princípio de proteção aos animais chamado de 3 R's, correspondente à *Reduction, Refinement e Replacement*, o qual deve ser sempre aplicado exceto quando se trata de experiências realizadas a favor do próprio animal, ou do homem. Foi criado por Russel (zoólogo) e Burch (microbiologista) divulgado através de um livro chamado *The Principles of Humane Experimental Technique* em 1959. Mas quem, de fato, o conceituou foi Charlie Hume, fundador da Federação das Universidades de Bem-Estar Animal localizada no Reino Unido (BARBOSA; BARROS, 2019).

O primeiro “R”, traduzido como Redução, direciona o uso da menor quantidade possível de animais, quantidade esta que deve ser a necessária capaz de fornecer os resultados significativos. O segundo deles, traduzido como Refinação, indica o emprego de métodos adequados de analgesia, sedação e eutanásia, com o propósito de reduzir a dor e o desconforto, evitando ao máximo o estresse de animais de experimentação”. E, por fim, o

terceiro, traduzido como Substituição, considera que os métodos alternativos devem ser utilizados sempre que possível (SILVA, 2013).

Nesse sentido, o intuito seria o uso da mínima quantidade de animais de modo que haja a prevenção a dores e demais sentimentos desagradáveis, aplicando, sempre que possível, métodos alternativos com o fito de evitar o uso desses animais. Dessa forma, além do uso de anestésias e analgésicos, a prática da eutanásia, de acordo com Rech (2013), também deve ser aplicada considerando as perturbações psíquicas, bioquímicas e citológicas que podem ocorrer mediante um fim mais doloroso.

A Lei nº 6.638/79 foi a primeira a estabelecer regras para as experimentações didático-científicas em animais, mas sem mencionar o princípio dos 3 R's. Além disso, estabeleceu a criação da Comissão de Ética para o Uso de Animais (CEUA) e sugeriu a criação do Conselho Nacional de Controle de Experimentação Animal (CONCEA) o qual, por sua vez, foi criado de fato pela Lei Arouca já citada anteriormente (FRANCO; NOGUEIRA; SOUSA; FROTA; FERNANDES; SERRA, 2012).

O CONCEA é um órgão normativo, credenciador, supervisor e controlador das atividades de pesquisa em animais, determinando as normas para o cuidado, instalação dos centros de criação, uso humanitário, bem como a busca por métodos alternativos para a utilização dos animais em testes, e o não cumprimento dessas normas sujeitam os infratores a penalidades, que variam entre advertências, multas e interdições (FRANCO; NOGUEIRA; SOUSA; FROTA; FERNANDES; SERRA, 2012).

Muitos são os testes e experimentos realizados em animais na indústria de cosméticos. Dentre os testes de sensibilidade, existe o *Draize Eye Test*, como uma experiência de irritação ocular com o intuito de testar cosméticos, como xampus, nos olhos de coelhos presos a aparelhos de contenção. Essa prática poderia ser substituída por cerca de 60 métodos alternativos a este teste. Dentre eles poderiam ser aplicados os métodos Eytex e o Matrex, bem como a aplicação desses produtos em córneas de animais e humanos mortos, mantidas *in vitro* (RECH, 11).

O teste de sensibilidade cutânea ou *Draize Skin* é um teste comumente usado para verificar possíveis alergias, sendo executado com base nas seguintes etapas: (i) primeiramente, depila-se uma área do corpo do animal; (ii) raspa-se a pele repetidamente, de forma que o sangramento não é raro; (iii) a substância a ser estudada é aplicada; (iv) observa-se sinais de enrijecimento cutâneo, úlceras, edemas, entre outras possibilidades. O grande problema deste experimento é visto nos riscos eventuais, uma vez que a pele dos animais e a dos humanos possuem condições distintas.

Os métodos alternativos indicados por Franco, Nogueira, Sousa, Frota, Fernandes e Serra (2012) são: a utilização de vegetais, os estudos clínicos e não invasivos em humanos voluntários, os estudos epidemiológicos, as técnicas físico-químicas (como é o caso da tomografia) e os estudos em cadáveres. Ainda, sugerem o uso da tecnologia para simulações computacionais, softwares educacionais, filmes, modelos matemáticos, nanotecnologia e manequins. Todas essas propostas surgiram a partir das propostas fornecidas pelo CONCEA, na Resolução nº 18/14 que reconheceu um total de 17 novos métodos alternativos para 7 experimentos diferentes, conforme pode-se observar:

Art. 2º Para os efeitos desta Resolução Normativa, o CONCEA reconhece os 17 (dezesete) métodos alternativos agrupados nos 07 (sete) desfechos a seguir: **I - Para avaliação do potencial de irritação e corrosão da pele:** a) Método OECD TG 430 - Corrosão dérmica in vitro: Teste de Resistência Elétrica Transcutânea; b) Método OECD TG 431 - Corrosão dérmica in vitro: Teste da Epiderme Humana Reconstituída; c) Método OECD TG 435 - Teste de Barreira de Membrana in vitro; e d) Método OECD TG 439 - Teste de irritação Cutânea in vitro. **II - Para avaliação do potencial de irritação e corrosão ocular:** a) Método OECD TG 437 - Teste de Permeabilidade e Opacidade de Córnea Bovina; b) Método OECD TG 438 - Teste de Olho Isolado de Galinha; e c) Método OECD TG 460 - Teste de Permeação de Fluoresceína. **III - Para avaliação do potencial de Fototoxicidade:** a) Método OECD TG 432 - Teste de Fototoxicidade in vitro 3T3 NRU. **IV - Para avaliação da absorção cutânea:** a) Método OECD TG 428 - Absorção Cutânea método in vitro. **V - Para avaliação do potencial de sensibilização cutânea:** a) Método OECD TG 429 - Sensibilização Cutânea: Ensaio do Linfonodo Local; e b) Método OECD TG 442A e 442B - Versões não radioativas do Ensaio do Linfonodo Local. **VI - Para avaliação de toxicidade aguda:** a) Método OECD TG 420 - Toxicidade Aguda Oral - Procedimento de Doses Fixas; b) Método OECD TG 423 - Toxicidade Aguda Oral – Classe Tóxica Aguda; c) Método OECD TG 425 - Toxicidade Aguda Oral - procedimento "Up and Down"; e d) Método OECD TG 129 - estimativa da dose inicial para teste de toxicidade aguda oral sistêmica. **VII - Para avaliação de genotoxicidade:** a) Método OECD TG 487 - Teste do Micronúcleo em Célula de Mamífero in vitro (BRASIL, 2014).

Assim, já foram estabelecidos alguns métodos alternativos para cada experimento previsto, que tornou obrigatória a substituição dos métodos originais pelas novas alternativas de experimentação. As indústrias, portanto, ficaram obrigadas a adotar estas práticas a partir de setembro de 2019, diante do prazo fornecido pela resolução de 5 anos (BRASIL, 2014).

Os métodos *in vitro* tiveram surgimento na década de 80 com aplicação principalmente na área de cosméticos com o intuito de substituir animais de laboratórios e gerar efeitos tão resultantes quanto o uso dos animais nos experimentos toxicológicos para análise dos efeitos do produto a ser estudado, bem como em sistemas biológicos simples, com a utilização de micro-organismos. Esse método foi estabelecido de início pela União Europeia possibilitando um amplo conhecimento sobre essa alternativa (SILVA, 2013).

A utilização de componentes naturais, como os vegetais, anda sendo objetos de pesquisa e novidade nas indústrias de cosméticos, tendo em vista que são componentes mais

significativos e concentrados em linhas de produtos para os cuidados com a pele que envolvem cabelo e banho (BARBOSA; BARROS, 2019).

Como exemplo de empresas que possuem grande representatividade na esfera é a empresa L’Oreal, que constitui a maior indústria de cosmético do mundo, e tem como diretriz alto investimento em C&T – caracterizada como a soma das Atividades científicas e técnicas correlatas (ACTC) e das atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D) – e capacidade inovadora. Estas pesquisas são desenvolvidas com laboratórios que produzem os insumos com base em ativos naturais provenientes de países como a Índia, China, Filipinas, Malásia, Indonésia, Peru, Brasil, Argentina, EUA, além dos países europeus (BARBOSA; BARROS, 2019).

Dessa forma, o caminho para se chegar a uma proibição do uso de animais no Brasil terá início a partir do investimento e desenvolvimento em novas tecnologias para ver a utilização destes métodos de forma livre na indústria de cosméticos, sem levar sofrimento a seres tão importantes quanto os humanos. E muitas já são as empresas que utilizam desses artifícios, quais sejam: O Boticário, Natura, Vult, Granado, Quem disse Berenice, Água de cheiro, Contém 1g, OX, Racco, Bio Extratus, Eldora, entre outras. Todas integrantes da lista do Projeto Esperança Animal – PEA (atualização de 17/11/20), na qual só poderá integrar mediante solicitação (PEA, 2020).

4.3 Uma visão internacional sobre a proibição da experimentação animal e uma possível aplicação no processo de produção em indústrias brasileiras pautada no consumo consciente

Conforme abordado em linhas anteriores, a legislação brasileira vem caminhando no sentido de utilizar cada vez menos os animais em experimentos, principalmente nos que envolvem a produção de cosméticos. Nesse aspecto, o Brasil já prevê a proibição do uso de alguns métodos originais em experimentos com base na Resolução nº 18 do CONCEA. Essa obrigação passou a ser aplicada para empresas de cosméticos a partir de setembro de 2019. Mas e as demais práticas, como ficam? (ARIOCH, 2020).

O Brasil passou a ser o 4º país no ranking mundial que mais consomem produtos de cosméticos, conforme dados do Euromonitor de 2015. Isto pois, devido ao aumento da tributação, a alta do dólar e a crises econômicas e políticas, caiu de 3º lugar para 4º, perdendo para o Japão. Contudo, ainda assim uma grande potência na área, e, por isso, demanda cada

vez mais precauções acerca dos seus métodos diante da grande quantidade de consumidores (RECKZIEGEL; ZAMBERLAN, 2017).

Já adiantando, o Brasil não possui nenhuma legislação federal que proíba de fato a utilização dos animais em testes para produção de cosméticos. Como já exposto, a máxima proteção trazida nesse aspecto, observando os amplos atos normativos, somente foi realizada em resolução ao obrigar as empresas do ramo à utilização de 17 métodos alternativos. Entretanto, logicamente, animais ainda são utilizados para outros testes (ARIOCH, 2020).

Entretanto, existem leis específicas contra os testes em animais em 9 estados do país, que é o caso do Amazonas, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo. E mesmo com tais regulamentações, ocorreram casos de tentativas de derrubar as legislações, como foi o exemplo de empresas representadas pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) sob a alegação de inconstitucionalidade perante o STF em 2018 (ARIOCH, 2020).

O que se busca é a total proibição de utilização desses seres em qualquer procedimento que envolva a indústria da beleza. Para isso, deve-se atentar a exemplos afora para então manusear uma aplicação no Brasil.

A União Europeia é um exemplo de proibição das práticas de experimentação animal na indústria de cosméticos no desenvolvimento de matérias-primas, controle de produtos, etc. A imposição foi estabelecida pela 7ª Emenda à Diretiva que fixou datas para que as práticas entrassem em desuso gradativamente pelas empresas. O cronograma com as datas foi publicado em documento chamado *Timetables for the phasing-out of animal testing in the framework of the 7th Amendment to the Cosmetics Directive* (PRESGRAVE, 2012).

O Regulamento nº 76/768 do Parlamento Europeu e do Conselho, estabeleceu, inicialmente, uma proibição de certos métodos, como o caso dos testes de corrosão da pele, fototoxicidade, penetração/absorção cutânea, irritação dérmica e ocular. Em contrapartida, proporcionaram um período para que as empresas realizassem ensaios validados para garantir a eficiência da substituição destes métodos, antes da data delimitada pelo regulamento, data que foi alterada constantemente até a proibição total da experimentação animal para fabricação de cosméticos em 2013 (PRESGRAVE, 2012).

Nesse ínterim, para melhor elucidação cronológica referente à situação da União Europeia, Silva (2013) resume o seguinte:

No histórico da UE de que, de tempos em tempos, novas medidas eram tomadas em prol do bem estar animal, a proibição de comercialização foi imposta em 1993; em

2004 houve proibição de realização de testes em animais para produtos cosméticos acabados e, em 2009, houve proibição da realização de ensaios e comercialização de produtos que tenham sido testados em animais. Dessa forma, até se chegar ao ponto de, em 2013, proibir totalmente a comercialização de produtos cosméticos que tenham sido testados em animais, uma eliminação gradual já estava sendo feita e, desta forma, a substituição da legislação vigente envolvendo os métodos utilizados para testar produtos cosméticos foi sendo assimilada por indústrias e empresas do ramo, ou seja, estas tiveram certo tempo para modificarem seus processos e, mais recentemente, tiveram um prazo estendido até 2013 para que pudessem definitivamente se adequar (SILVA, 2013).

Assim, observa-se que a mudança foi gradual, não se estabelecendo em um momento repentinamente e dando oportunidade para que as empresas se adequassem gradativamente às novas visões sobre fabricação de produtos, desta vez, sem ensaios em animais.

Posteriormente a regulamentação foi substituída pelo Regulamento nº 1223/2009 que visou fortalecer a segurança dos produtos cosméticos e simplificar o enquadramento para todos os operadores do setor. E dentre os objetivos, foi previsto: “Reforçar os requisitos de segurança para produtos cosméticos, estipulando os requisitos específicos que os fabricantes e/ou importadores precisam cumprir na preparação de um relatório de segurança do produto antes de colocá-lo no mercado” (SILVERIO, 2018).

Nesse sentido, no que diz respeito aos testes em animais, para que os produtos sejam importados para o mercado europeu, ou seja, inseridos dentro da União Europeia, o produto deverá indicar na embalagem ou em qualquer documento, que não foram efetuados ensaios com animais. Esta indicação somente pode ser feita caso o fabricante e seus fornecedores não tiverem realizado testes em animais, seja do produto final em si ou de seu protótipo, ou mesmo de qualquer um dos ingredientes nele inseridos. Vale até mesmo ingredientes utilizados de terceiros em seu produto (SILVERIO, 2018).

Dessa forma, a União Europeia contém um sistema rigoroso para a entrada e saída de produtos cosméticos considerando não somente a segurança e saúde do consumidor, mas também a dos animais, no que diz respeito a esses produtos. Ou seja, uma regulamentação demasiadamente importante a ser compreendida para aplicação no Brasil.

Com base na pesquisa realizada por Presgrave (2012), existem 20 Centros Internacionais de Validação de Métodos Alternativos (dentre eles centros europeus, americano e japonês) os quais são centros de pesquisa ligados à implementação do princípio dos 3R's no mundo, dedicando-se à busca e à validação de métodos alternativos para substituição, redução e refinamento do uso de animais na experimentação animal. Diante disso, foi sugerido a criação de um Centro de Validação de Métodos Alternativos no Brasil

representado pela sigla BraCVAM, a fim de que novas metodologias possuam credibilidade e aceitação mundial.

O Brasil possui 3 projetos de lei relevantes ao assunto em tramitação. O primeiro deles é o PL nº 2.470/2011 de autoria do deputado Ricardo Izar no qual regulamenta o direito à informação quanto ao uso de animais vivos na obtenção de produtos e substâncias. Assim, os produtos devem conter a seguinte informação: “obtido a partir de testes em animais vivos”, além de informar qual foi a espécie de animal utilizada para sua obtenção. O projeto de lei foi aprovado pela Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara, fazendo pequenas modificações. Entre elas para determinar que o descumprimento da lei sujeita a empresa a sanções administrativas, como multa, apreensão do produto, proibição da fabricação e até cassação de funcionamento. O projeto está pronto para pauta em plenário (BRASIL, 2011).

Diante disso, existe projeto de lei que intenta a informação justamente sobre o oposto, no sentido de criar um selo “Livre de Crueldade” ou *Cruelty Free* como forma de certificação oficial aos produtos e marcas que não realizam testes em animais. Esse intuito foi reduzido no PL nº 2.560/2019 de autoria do deputado Célio Studart (BRASIL, 2019).

Outro projeto relevante, também do mesmo deputado, é o PL nº 948/2019 que dispõe sobre a proibição em todo o território nacional da utilização de animais para desenvolvimento, experimento e testes de produtos cosméticos, de higiene pessoal, perfumes, limpeza e seus componentes. Este projeto foi apensado ao PL nº 2.905/2011 de relatoria do deputado Roberto de Lucena que por sua vez intenta a proibição da utilização de animais em pesquisas que possam lhes causar sofrimento físico ou psicológico, relacionadas à produção de cosméticos, perfumes, produtos para higiene pessoal, para limpeza doméstica, para lavagem de roupas, de suprimentos de escritório, de protetores solares e de vitaminas e suplementos (BRASIL, 2019-2011).

Nesse sentido, a oportunidade de alterar os procedimentos até então realizados é existente para que as práticas sejam banidas do país e o consumo se dê da forma mais limpa e leve. Para isso, os representantes brasileiros devem seguir o mesmo raciocínio, entretanto não são todos os países capazes de tomar uma decisão radical com a União Europeia.

Os Estados Unidos, por sua vez, não implementaram métodos alternativos aos testes em animais vivos por consideraram que o impedimento causaria uma queda econômica, haja vista que sua economia realiza uma movimentação global. Assim, “a lucratividade não deixará de ser um fator preponderante para que qualquer decisão seja tomada, ainda mais quando se fala de grandes potências” (SILVA, 2013).

Portanto, não é impossível impor proibições quanto ao método da experimentação animal, pelo contrário, métodos alternativos já foram estabelecidos de forma obrigatória no Brasil como um início para tomadas de decisões mais radicais, como foi o caso da União Europeia que, mesmo sabendo das limitações e entraves consequentes da decisão, estiveram dispostos a firmar um novo início, dessa vez baseado em um consumo ético.

5 CONCLUSÃO

Desde os primórdios os animais foram tratados de maneira negligente em detrimento dos interesses humanos. Na situação abordada não é diferente, demonstrando mais uma razão de sofrimento causada pelos desejos humanos.

A sociedade sedimentou-se de tal forma que o indivíduo humano trata todos os demais elementos como itens a serem utilizados por eles para o próprio benefício, este é o pensamento antropocêntrico que é reiterado em cada situação que ponha suas vontades e anseios em análise em detrimento de outros. A experimentação animal é um caso cristalino da negligência e falta de empatia em relação aos animais.

Como bem foi demonstrado, o Brasil ocupa o 4º lugar entre os países que mais consomem cosméticos, chegando a aumentar o consumo a cada ano seguinte. Essa consequência é fruto dos trabalhos midiáticos que tentam de todas as formas situar a mulher em um lugar limitado por uma suposta beleza e de servidão aos homens, contudo, felizmente essa última hipótese tem sido alterada em razão das conquistas da luta feminista sobre direitos iguais e a inserção das mulheres no mercado de trabalho.

Mas é justamente dessa contribuição feminina no mercado que o sistema, diga-se homens, tanto possui receio. E o surgimento do mito da beleza mostra-se evidentemente um contra-ataque aos avanços das mulheres na sociedade ao tentar reduzir sua existência a características de beleza e desqualificar as que são percebidas como “feias”. A maior parte das organizações de poder é ocupada por homens, e o risco surge no momento em que mulheres conseguem se reerguer e lutar contra esses “monopólios” construídos pela sociedade machista.

Quando se trata do quesito beleza, ou melhor, do que seria o belo, no final não se pode conceituá-lo fisicamente, somente quando se baseia nos aspectos reproduzidos pela mídia a respeito de beleza quase impossível de ser alcançada. Isto pois, se fosse fácil, teríamos consumidores satisfeitos, e consumidores satisfeitos é o pesadelo da economia. O mito da beleza, portanto, é reafirmado a cada incentivo das indústrias de cosméticos em tentar fornecê-la às consumidoras.

Portanto, as mulheres já são criadas com a necessidade de alcançar a beleza, e cada passo em falso é objeto de condenação pela sociedade. As pressões impostas à figura feminina são incomparáveis com a situação dos homens no aspecto de representação do belo. Diante de tudo isso, os consumidores se comportam no sentido de que, a cada compra realizada e produto adquirido, é um passo a menos a se alcançar o êxito que, em relação aos

cosméticos, pode ser interpretado como uma forma de garantir aceitação social e superação aos demais sujeitos.

Nesse sentido, considerando todos esses embates sociais e psicológicos, é difícil o consumidor se atentar aos aspectos éticos de fabricação de cada produto. Pois, afinal, o objetivo e as pressões realizadas pelo mito da beleza são tão grandes que os meios são, na maioria dos casos, irrelevantes para se alcançar o fim.

Não se pode olvidar que os cosméticos possuem seu grau de importância na sociedade. Apesar de terem surgido com uma finalidade oportunista, possuem outras finalidades que auxiliam pessoas a se aceitarem/reconstruírem, melhorar a autoestima e, até mesmo, a garantir sua subsistência. Portanto, são produtos relevantes que possuem uma trajetória marcante na sociedade. No entanto, de igual forma não se pode evitar que no processo de produção destes insumos muitas vidas não humanas sofrem em detrimento desses desejos.

Para isso, o consumo consciente deve ser fomentado de forma a conscientizar o consumidor a adquirir produtos que não se utilizam de ensaios animais, evitando tais práticas que retiram dos animais sua dignidade. Isso seria obrigar as empresas a produzirem cosméticos sem a prática da experimentação animal, pois, afinal, o papel do consumidor não é somente aceitar o que é fornecido, ele também possui uma responsabilidade em preservar o meio ambiente, isto inclui os animais.

Os métodos alternativos existem e, em muitos países, já foram validados em virtude do princípio dos 3 R's. As decisões da União Europeia são um exemplo de como aplicar gradativamente os métodos alternativos até, por fim, se chegar à proibição total da experimentação animal. A essas práticas movidas pela praticidade e lucratividade das empresas não assiste razão, uma vez que é possível fabricar os produtos sem realizar testes em animais.

Éticamente abordado, existe um grau de igualdade entre os animais e os seres humanos, e a sua utilização para garantia de desejos seculares é inviável e somente reafirma o pensamento antropocêntrico, principalmente tendo em vista que o Brasil já possui meios para deixar de utilizar de vez tais práticas. O necessário seria o investimento pelas empresas em pesquisas que mostrem outros meios igualmente viáveis para aplicação concreta.

Assim, as empresas do ramo de cosméticos que não realizam mais experimentação em animais são exemplos a serem seguidos, de modo que o seu papel e responsabilidade para com o meio ambiente é tão importante quanto o desempenhado pelos consumidores.

É possível a abolição da experimentação animal no Brasil para a produção de cosméticos, e já existem projetos de lei que caminham nesse sentido, de modo que os animais de laboratório não tenham que passar por dores e estresses motivados pela negligência dos seres humanos. Os animais não existem para nos servir, e ainda há tempo de mudar.

REFERÊNCIAS

- ABDALLA-SANTOS, Niedjha. **Consumo consciente**. Rio de Janeiro: Unicarioca Centro Universitário, 2017. 9 slides, color, 25 x 20.
- AKATU, Equipe. **Dia do Consumo Consciente foi instituído em 2009**. 2011. Disponível em: <https://www.akatu.org.br/noticia/dia-do-consumo-consciente-foi-instituido-em-2009/#:~:text=Nessa%20data%2C%20o%20ent%C3%A3o%20presidente,pelas%20empresas%20e%20%C3%B3rg%C3%A3os%20governamentais>. Acesso em: 12 nov. 2020.
- ALBERNAZ, Lady Selma Ferreira. Mulheres e Cultura Popular: gênero e classe no bumba-meu-boi do maranhão. **Maguaré**, Bogotá, n. 24, p. 69-98, jun. 2010.
- ALMEIDA, Janaiky Pereira de. **As multifaces do patriarcado: uma análise das relações de gênero nas famílias homoafetivas**. 2010. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Serviço Social, Serviço Social, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.
- ANDRADE, Antenor; PINTO, Sérgio Correia; OLIVEIRA, Rosilene Santos de. **Animais de Laboratório: criação e experimentação**. 20. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006. 388 p.
- AQUINO, Simone; SPINA, Glauco Antonio; NOVARETTI, Marcia Cristina Zago. **A proibição do uso de animais em testes cosméticos no Estado de São Paulo: impactos e desafios para o desenvolvimento da indústria de cosméticos e stakeholders**. Desenvolvimento em Questão, São Paulo, n. 34, p. 155-188, jun. 2016.
- ARIOCH, David. **Não há mais desculpas para testes em animais no Brasil**: em setembro deste ano completa seis anos a homologação de 17 métodos alternativos, ou seja, sem o uso de animais vivos, e reconhecidos pelo concea. Em setembro deste ano completa seis anos a homologação de 17 métodos alternativos, ou seja, sem o uso de animais vivos, e reconhecidos pelo Concea. 2020. Vegazeta. Disponível em: <https://vegazeta.com.br/nao-ha-mais-desculpas-para-testes-em-animais-no-brasil/>. Acesso em: 20 nov. 2020.
- BARBOSA, Brunna Oliveira; BARROS, Rodrigo Borges de. **MÉTODOS ALTERNATIVOS AOS TESTES DE COSMÉTICOS EM ANIMAIS**. 2019. 24 f. TCC (Graduação) - Curso de Direito, Universidade de Uberaba, Uberaba, 2019. Disponível em: <https://repositorio.uniube.br/handle/123456789/1305>. Acesso em: 21 nov. 2020.
- BARROS, Denise Franca; COSTA, Alessandra Mello da. Consumo Consciente no Brasil:: um olhar introdutório sobre práticas de resistência ao consumo por meio da análise do discurso do instituto akatu pelo consumo consciente.. In: XXXII ENCONTRO DA ANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Anpad, 2008. p. 1-16.
- BARROS, Mateus Domingues de; OLIVEIRA, Rita Patrícia Almeida de. TRATAMENTO ESTÉTICO E O CONCEITO DE BELO. **Cadernos de Graduação: Ciências Biológicas e de Saúde Unit, Sergipe**, v. 3, n. 1, p. 65-74, jun. 2017.
- BERGER, Mirela. **Corpo e identidade feminina**. 2006. 295 f. Monografia (Especialização) - Curso de Antropologia, Departamento de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 1.095/2019**. Altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, para aumentar as penas cominadas ao crime de maus-tratos aos animais quando se tratar de cão ou gato.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.470/2011**. Regulamenta o direito à informação quanto ao uso de animais vivos na obtenção de produtos e substâncias.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.560/2019**. Cria o selo "Livre de Crueldade" como forma de certificação oficial aos produtos e marcas que não realizem testes em animais.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 2.905/2011**. Proíbe a utilização de animais em pesquisas que possam lhes causar sofrimento físico ou psicológico, relacionadas à produção de cosméticos, perfumes, produtos para higiene pessoal, para limpeza doméstica, para lavagem de roupas, de suprimentos de escritório, de protetores solares e de vitaminas e suplementos.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 27/2018**. Acrescenta dispositivo à Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998, para dispor sobre a natureza jurídica dos animais não humanos.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 948/2019**. Dispõe sobre a proibição, em todo o território nacional, da utilização de animais para desenvolvimento, experimento e testes de produtos cosméticos, de higiene pessoal, perfumes, limpeza e seus componentes.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Lei n. 9.605, de 11 de setembro de 1998. In SARAIVA et al. **Vade Mecum Saraiva**. 25. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

BRASIL. **Lei nº 11.794**, de 08 de outubro de 2008. Regulamenta o inciso VII, do §1o, do art. 225 da Constituição Federal, estabelecendo procedimentos para o uso científico de animais; revoga a Lei no 6.638/1979; e dá outras providências.

BRASIL. **Lei nº 9.782/99**, de 26 de janeiro de 1999. Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências.

BRASIL. **Resolução nº 18/2014**, de 30 de abril de 2014. Estabelece os procedimentos aplicáveis ao pedido e tramitação da solicitação refúgio e dá outras providências.

CAMPOS, Veridiana Parahyba. **BELEZA, FEMINILIDADE E REFLEXIVIDADE**: um estudo sobre a mediação agência - estrutura por mulheres intelectuais. 2010. 144 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Sociologia, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.

CASTRO, Ana Lúcia de. **Culto ao corpo e sociedade**: mídia, cultura de consumo e estilos de vida. 2001. 186 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sociologia, Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

CHÁVEZ, Maurício Genet Guzmán. **O mais profundo é a pele**: sociedade cosmética na era da biodiversidade. 2004. 239 f. TCC (Graduação) - Curso de Sociologia Política, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/88136/204533.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 ago. 2020.

COELHO, Arnaldo Fernandes Matos; FRANÇA, Marina de Souza; WEERSMA, Laodicéia Amorim; WEERSMA, Menno Rutger. CONSUMO ÉTICO E SEUS IMPACTOS: determinantes do comportamento do consumidor brasileiro. **Revista Gestão em Análise**, [S.L.], v. 4, n. 2, p. 22-36, 5 abr. 2016. Instituto para o Desenvolvimento da Educação. <http://dx.doi.org/10.12662/2359-618xregea.v4i2.p22-36.2015>.

CORTINA, Adela. **Por una ética del consumo**: la ciudadanía del consumidor en un mundo global. Buenos Aires: Santillana Ediciones Generales, 2002. 349 p.

DWECK, Ruth Helena. A BELEZA COMO VARIÁVEL ECONÔMICA: reflexo nos mercados de trabalho e de bens e serviços. **Ipea - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada**, Rio de Janeiro, jan. 1999.

FARIA, Anna Bastos. **Ética, consumo e meio ambiente**. Rio de Janeiro: Ape'Ku, 2019. 148 p.

FERNANDES, Bernardo Gonçalves. **Curso de Direito Constitucional**. 9. ed. Salvador: Juspodivm, 2017. 1719 p.

FERRAZ, Ima Ruas, Narjara Warsen; THIVES, Fabiana Marin. **O que leva o consumo pela maquiagem**. 2009. 30 f. TCC (Graduação) - Curso de Cosmetologia e Estética, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário do Camboriú, 2009. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Ima%20Ferraz,%20Narjara%20Yabrude.pdf>. Acesso em: 19 set. 2020.

FONTENELLE, Isleide Arruda. O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria. **Psicologia & Sociedade**, São Paulo, v. 2, n. 8, p. 215-224, maio 2014. Semanal. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/psoc/v22n2/02.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2020.

FRANÇA, Marina de Souza. **Consumo ético**: determinantes do comportamento do consumidor brasileiro. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2015. 105 p.

FRANCO, Ana Lúcia; NOGUEIRA, Marianne Nicole M.; SOUSA, Natália Guimarães Kalatzis; FROTA, Matheus Franco da; FERNANDES, Clemente Maia S.; SERRA, Mônica da Costa. PESQUISAS EM ANIMAIS: uma reflexão bioética. **Acta Bioethica**, Santiago, v. 2, n. 20, p. 247-253, 20 dez. 2012.

FRANCO, Ana Paula Perrota. **Humanidade Estendida**: a construção dos animais como sujeito de direitos. 2015. 315 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Humanas, Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

FREITAS, Clara Maria Silveira Monteiro de; LIMA, Ricardo Bezerra Torres; COSTA, Antônio Silva; LUCENA FILHO, Ademar. O padrão de beleza corporal sobre o corpo

feminino mediante o IMC. **Revista Brasileira de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 24, n. 3, p. 389-404, set. 2010.

FRIEDAN, Betty. **Mística Feminina**. Petrópolis: Vozes Limitada, 1971. 323 p. Tradução: Áurea B. Weissenberg.

GALEMBECK, Fernando; CSORDAS, Yara. **Cosméticos: a química da beleza**. Brasília: Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), 2009. 38 p.

GONÇALVES, Marco Antônio; CESCUN, Everaldo. Ética e consumo: o consumo como estratégia ético-política. **Conjectura: Filos. Educ**, Caxias do Sul, v. 18, n. 3, p. 155-165, dez. 2013.

HEINZELMAN, Fernanda Lyrio et al. Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na Vogue Brasil. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 18, n. 13, p. 470-488, dez. 2012

HIRSCHLE, Tamiris Molina Ramalho; MACIEL, Silvana Carneiro; AMORIM, Geane Karla de. Representações Sociais sobre o Corpo e Satisfação Sexual de Mulheres Mastectomizadas e seus Parceiros. **Temas em Psicologia**, João Pessoa, v. 26, n. 1, p. 457-468, mar. 2018.

LEVAI, Laerte Fernando. **O Direito à Escusa de Consciência na Experimentação Animal**. In: Pensata Animal, v. 2, 2007.

LEVAI, Tamara Bauab. **Vítimas da Ciência: limites éticos da experimentação animal**. 2. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2001. 79 p.

LIMA, João Epifânio Regis. **Vozes do silêncio - cultura científica: ideologia e alienação no discurso sobre vivissecção**. Instituto Nina Rosa, São Paulo, 2008.

LUNA, Edilvan; ALEXANDRE, Maria Carlota. **CONSUMO CONSCIENTE E A RESPOSTA A CRISE DO CAPITALISMO: ANÁLISE DO CONSUMO CONSCIENTE A PARTIR DA ABORDAGEM MARXISTA**. Curso de Psicologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

MACIEL, Wilson Ravelli Elizeu; OLIVEIRA, Danilo Moraes de. CONSUMO ÉTICO: justificativas para o gap entre o discurso e comportamento dos consumidores em campo grande-ms. In: **XXXIII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**, 33., 2013, Salvador. Anais [...] . Salvador: Enegep, 2013. p. 1-16.

MARTINS, Izabella dos Santos. **Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso**. São Paulo: Lael, 2005. p. 8.

MARTINS, Viviane Lima. A beleza como instrumento de autoafirmação na sociedade de consumo latino-americana. **Revista Intraciência**. Edição 007. Guarujá, 2006. Disponível em: http://uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170531142130.pdf. Acesso em: 05 out. 2020.

MÁXIMO, Aryane Ribeiro. **ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR METROSSEXUAL COM RELAÇÃO AO CONSUMO DE PRODUTOS COSMÉTICOS**. 2015. 221 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

MELO, Reinaldo Aparecido de; RODRIGUES, Juliana. DIREITOS DOS ANIMAIS NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO: UM OLHAR SOBRE AS INICIATIVAS LEGISLATIVAS PARA A ABOLIÇÃO DA TRAÇÃO ANIMAL. **Revista Científica Eletrônica do Curso de Direito**, Bauru, p.58-96, jan. 2019. Semestral.

MENDES, Gilmar Ferreira; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. **Curso de Direito Constitucional**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. 1662 p.

MIRANDA, Gustavo Lima de. **A história da evolução da mídia no Brasil e no mundo**. 2007. 43 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Centro Universitário de Brasília, Uniceub, Brasília, 2007.

NACONECY, C. M. **Ética e animais: um guia de argumentação filosófica**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 3. ed, 2006.

NEME, Carmen Maria Bueno; SANTOS, Marisa Aparecida Pereira. **Ética: conceitos e fundamentos**. Unesp, São Paulo, p.1-6, 23 set. 2011.

NUNES JÚNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 4. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

NUNES JÚNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 3. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

NUNES, Denise Maria. **Na Indústria do átomo a beleza é inteligente, enquanto questões de governança são nanoestruturadas**. 2009. 171 f. Monografia (Especialização) - Curso de Sociologia Política, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

PAIXÃO, Rita Leão. **Experimentação Animal: razões e emoções para uma ética**. 2001. 189 f. Tese (Doutorado) - Curso de Biomedicina, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <https://portalteses.icict.fiocruz.br/pdf/FIOCRUZ/2001/paixaorld/pdf/capa.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2020.

PEA. **LISTA DE EMPRESAS NACIONAIS QUE NÃO TESTAM SEUS PRODUTOS EM ANIMAIS**. 2020. Disponível em: <http://www.pea.org.br/empresas.htm>. Acesso em: 21 nov. 2020.

PELLANDINI-SIMÁNYI, Léna. **Ethical Consumerism and Everyday Ethics**. Consumption Norms And Everyday Ethics, [S.L.], p. 140-165, 2014. Palgrave Macmillan UK.

PEREIRA, Valdézia. **Estética e Imagem: onde reside a beleza?** Unisul. Santa Catarina: 2008. p. 19. Disponível em: http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/valdezia_pereira.pdf. Acesso em: 02 out. 2020.

PINTO, Marcelo de Rezende; LARA, Jose Edson. As experiências de consumo na perspectiva da teoria da cultura do consumo: identificando possíveis interlocuções e propondo uma agenda de pesquisa. **Cadernos Ebape. Br**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 37-56, mar. 2011.

PRESGRAVE, Octavio Augusto França. **PROPOSTA DE CRIAÇÃO DO CENTRO BRASILEIRO PARA VALIDAÇÃO DE MÉTODOS ALTERNATIVOS: FORMAÇÃO, ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO**. 2012. 136 f. Tese (Doutorado) - Curso de Vigilância Sanitária, Instituto Nacional de Controle de Qualidade em Saúde, Rio de Janeiro, 2012.

RECH, Maya Pauletti. **EXPERIMENTAÇÃO ANIMAL: uma abordagem acerca do sofrimento e crueldade**. 11. 33 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Jurídicas e Sociais, Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Cap. 2013.

RECKZIEGEL, Beatris Schorr; ZAMBERLAN, Luciano. **DIAGNÓSTICO DO MERCADO DE COSMÉTICOS: uma análise do comportamento das consumidoras por meio da venda direta**. 2017. 163 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração, Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação, Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Santa Rosa, 2017.

RIVERA, Ekaterina Akimovna. **Ética em experimentação animal**. Animais de Laboratório: criação e experimentação [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2002. 28 p. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/sfwjtj/pdf/andrade-9788575413869-05.pdf>. Acesso em: 12 out. 2020.

RODRIGUES, D. T. **O direito e os animais: uma abordagem ética, filosófica e normativa**. Curitiba: Juruá, 4. Ed, 2008.

SABRINA UZÊDA DA CRUZ. **A REPRESENTAÇÃO DA MULHER NA MÍDIA: UM OLHAR FEMINISTA SOBRE AS PROPAGANDAS DE CERVEJA**. IV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura Salvador: 2008. 12 p.

SAMPAIO, Rodrigo P. A. de; FERREIRA, Ricardo Franklin. Beleza, identidade e mercado. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 15, n. 1, p. 120-140, abr. 2009.

SANTANA, Léa Menezes de; RUBIM, Lindinalva da Silva. De silenciamento e superexposições: os caminhos da pornografia no pensamento feminista. In: REDOR, 18, 2014, Recife. **Anais**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2009. 3103-3119 p.

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de Direito Constitucional**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. 1351 p.

SCHUBERT, Claudio. **A construção do conceito estético Ocidental e sua implicação na formação valorativa e no processo educacional**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 10., 2009, Blumenal. Divisão Temática Interfaces Comunicativas. Blumenal, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-1303-1.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2020

SCRUTON, Roger. **Beleza**. São Paulo: É Realizações, 2013. 150 p. Tradução Hugo Langone.

SHMIDTT, Alexandra; OLIVEIRA, Claudete. **O mercado da beleza e suas consequências**. UNIVALI: Santa Catarina, 2008. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Alexandra%20Shmidt%20e%20Claudete%20Oliveira.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2020.

SILVA, Luziana de Oliveira. **Corpo Ideal: a utopia da perfeição**. XII Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e VIII Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba. João Pessoa: 2007.

SILVERIO, Gueisa. **MANUAL REGULAMENTAÇÃO: técnica de produtos para a exportação**. São Paulo: Abihpec, 2018. 36 p.

SINGER, Peter. **Libertação animal: o clássico definitivo sobre o movimento pelos direitos dos animais**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. 488 p.

SINGER, Peter. **Ética Prática**. Tradução: Jefferson Luiz Camargo. 5. ed., São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SOUZA, Aureci de Fátima da Costa. **O Percorso dos Sentidos Sobre a Beleza Através dos Século: uma análise discursiva**. 2004. 224 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Linguística, Departamento de Linguística do Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

SOUZA, Regina Lúcia de; COELHO, Vânia Maria Bemfica Guimarães Pinto. **Direito à proteção dos animais**. Curso de Direito, Varginha, 2010.

SPAREMBERG, Raquel Fabiana Lopes et al. Os animais no direito brasileiro: desafios e perspectivas. **Revista Amicus Curiae**, Santa Catarina, v. 12, n. 2, p. 184-202, dez. 2015. Semestral.

STEFANELLI, Lúcia Cristiane Juliato. Experimentação animal: considerações éticas, científicas e jurídicas. **Ensaio e Ciência: Ciências biológicas, Agrárias e da Saúde**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 187-206, 31 ago. 2011.

SUENAGA, Camila et al. **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética**. 2012. 18 f. Monografia (Especialização) - Curso de Cosmetologia e Estética, Universidade do Vale do Itajaí, Unidade Ilha, Florianópolis, 2012.

TEIXEIRA, Alan José de Oliveira. Empreendedorismo: a assertividade do setor de cosméticos. **Revista Relações Internacionais do Mundo Atua**, Curitiba, v. 2, n. 27, p. 252-269, 2020. Disponível em: http://novo.more.ufsc.br/artigo_revista/inserir_artigo_revista. Acesso em: 17 out. 2020.

VICENTE JÚNIOR, de Paula Ataíde. Princípios do Direito Animal Brasileiro. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da Ufba**, Salvador, v. 30, n. 1, p. 106-136, jun. 2020.

VIRGÍNIO, Sérgio Ricardo de Andrade. **A ÉTICA PRÁTICA NO PENSAMENTO DE PETER SINGER**. 2011. 80 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Filosofia, Centro de Ciências Humanas, Letras e Arte, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/5588/1/arquivototal.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2020.

VON POSER, Denise; CUNHA, Reynaldo Dannecker. **Cosméticos à base de produtos naturais: estudos de mercado sebrae/espm 2008**. Brasília: Supernova Design, 2008. 39 p.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. 7ª ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019. 490 p.

WOLFF, Cristina Scheibe; ZANDONÁ, Jair; MELLO, Soraia Carolina de. **Mulheres de Luta**: feminismo e esquerdas no Brasil. 1ª ed. Curitiba: Appris, 2019.