

DIREITO AMBIENTAL

ENVIRONMENTAL LAW

O DIREITO DO CONSUMIDOR À INFORMAÇÃO E O PANORAMA ATUAL DOS SELOS CRUELTY FREE NO BRASIL

Voltaire de Freitas Michel

Professor nos cursos de graduação e pós-graduação lato sensu do Centro Universitário Ritter dos Reis - UNIRITTER. Mestre e Doutor em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: voltairemichel@hotmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/405203774909476>

Raquel Young Vargas

Graduada em Direito pelo Centro Universitário Ritter dos Reis - UNIRITTER e-mail: ryoung@tj.rs.gov.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8099670748480961>

Recebido: 05.01.2017 | Aceito: 24.01.2017

RESUMO: O presente artigo trata do direito do consumidor à informação plena e a sua relação com a proteção aos animais, sobretudo por meio da inserção de selos ou certificações *cruelty free*, que têm como objetivo alertar o mercado sobre o procedimento utilizado pelas empresas cosméticas nos testes dos produtos. A metodologia empregada, inicialmente, foi descritiva, com o uso de bibliografia a respeito do direito do consumidor à informação e das iniciativas nacionais e internacionais de criação de selos ou certificações, expondo o cenário atual. Em seguida, o trabalho prossegue a apresentação e análise dos resultados de uma enquête distribuída para as principais empresas do setor no Brasil a respeito de suas práticas com os animais. A título conclusivo, pode-se afirmar, em primeiro lugar, que a proliferação de selos ou certificações unilaterais acaba por não favorecer o esclarecimento dos consumidores e, em segundo lugar, aparentemente as empresas que atuam no mercado nacional ainda não se sentiram obrigadas a atender às necessidades de informações por parte dos consumidores.

PALAVRAS-CHAVE: Direito do Consumidor. Direito Ambiental. Direito à Informação. Direitos dos Animais. Certificações.

ABSTRACT: This article deals with the consumer's right to information and its relationship with the protection of animals, especially through the use of *cruelty free* seals or certifications, which are intended to alert the market on the procedure used by cosmetic companies in product tests. The methodology initially was descriptive of the current state of the literature regarding the consumer's right to information and national and international

initiatives to create seals or certifications, exposing the current scenario. Then the work continues the presentation and analysis of the results of a survey distributed to major companies in the sector in Brazil about their practices with animals. As a conclusion, it can be said, first, that the proliferation of unilateral seals or certifications ultimately do not favor the awareness of consumers and, secondly, it appears that companies operating in the Brazilian domestic market has not yet felt obliged to meet the information needs of consumers.

KEYWORDS: Consumer Law. Environmental Law. Right to Information. Animal Welfare. Certifications.

SUMÁRIO: 1. Introdução - 2. A evolução dos direitos dos animais - 3. Os testes de segurança realizados em animais - 4. Direito do consumidor à informação - 5. Os selos Cruelty Free - 6. Direito fundamental à informação e escolha consciente: Resultado da enquete - 7. Conclusão - 8. Apêndice A – Questionário enviado às empresas - 9. Notas de referências.

1. INTRODUÇÃO

O tema proposto converge duas temáticas precipuamente transindividuais: de um lado, a proteção ao meio ambiente, no seu aspecto de proteção aos animais e, de outro, o direito do consumidor a uma informação completa e abrangente sobre os produtos que adquire. O direito à informação do consumidor conjuga-se com a proteção aos animais quando o tema é a certificação dos modos de testagem empregados na elaboração desses mesmos produtos. O consumidor realmente tem consciência das práticas empregadas pelas indústrias farmacêuticas e cosméticas nos seus processos de produção? Teria o consumidor informações suficientes para decidir consumir ou não um produto, conforme a sua elaboração tenha imposto aos animais uma prática cruel, degradante ou dolorosa?

O uso dos animais, com finalidade científica, ainda é controverso, de modo que, por não ser amplamente divulgado

e envolver diretamente recursos financeiros e interesses empresariais, muitas vezes permanece obscuro.

A indústria de cosméticos e de produtos de *pet shop* teve um crescimento destacado na última década. Conforme dados da Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec)¹, o Brasil é o sétimo produtor mundial de produtos de beleza, perdendo apenas para países como Estados Unidos da América, Japão e Alemanha. E, assim, volta-se novamente ao paradoxo: ao mesmo tempo em que o consumidor gasta mais com a sua aparência, também dedica boa parte de seus recursos para os seus *pets*, sem se perguntar se, para a produção dos seus cosméticos, outros animais não foram maltratados.

O objetivo desse artigo é examinar se a publicidade atual de diversos produtos, em especial cosméticos e fármacos, informa adequadamente o consumidor. Ainda, se há clareza o bastante para fazer com que o consumidor tenha o poder de escolha em suas mãos e possa preferir aquilo que mais se encaixa em seus padrões.

Nos itens 1 e 2 do artigo, será feito um apanhado histórico sobre a evolução da proteção jurídica dos animais e, também, uma apresentação do cenário de testes de segurança nos quais a indústria emprega animais. A título ilustrativo, também serão expostos alguns métodos alternativos empregados. Por fim, demonstrar-se-ão algumas das certificações ambientais existentes e leis em favor da proteção animal, no Brasil e no mundo.

Em seguida, a pesquisa cinge-se à apresentação do direito do consumidor à informação qualificada no Brasil. Será tratada a influência que os selos ecológicos exercem no mercado em si e no que tange ao consumidor. Para ilustrar a pesquisa, será apresentado, então, o resultado de uma enquete realizada durante a elaboração deste artigo, durante o ano de 2015, mediante remessa de questionários às principais empresas produtoras de cosméticos no Brasil, com a análise das respostas obtidas.

2. A EVOLUÇÃO DOS DIREITOS DOS ANIMAIS

Independentemente da controvérsia a respeito da relação entre animais e homens, o certo é que o direito positivo, internacional e doméstico prescreve-lhes proteção jurídica. No plano internacional, a Declaração Universal dos Direitos dos Animais, da qual o Brasil é um dos signatários, dispõe, em seu art. 8º, que “a experimentação animal que implique sofrimento físico é incompatível com os direitos dos animais, quer seja uma experiência médica, científica, comercial ou qualquer outra. As técnicas substitutivas devem ser utilizadas e desenvolvidas”². Segundo a declaração, as experimentações em animais devem ser utilizadas de forma subsidiária e excepcional, devendo ser substituídas por técnicas alternativas sempre que possível.³

No plano do direito doméstico, em 1924 foi promulgado o Decreto Federal nº 16.590, que estabelecia a proibição específica de corrida de touros e novilhos, bem como rinhas de galos e canários, regulamentando as atividades nas chamadas Casas de Diversão, demonstrando-se um inicial, porém tímido, amparo aos animais. Em 1934, o Decreto nº 24.645/34 consolidou inúmeras providências para haver a proteção dos animais, como a assistência pelo Ministério Público e as situações elencadas como maus-tratos, quais sejam:

Art. 3º Consideram-se maus tratos: I – praticar ato de abuso ou crueldade em qualquer animal; II – manter animais em lugares anti-higiênicos ou que lhes impeçam a respiração, o movimento ou o descanso, ou os privem de ar ou luz; III – obrigar animais a trabalhos excessivos ou superiores às suas forças e a todo ato que resulte em sofrimento para deles obter esforços que, razoavelmente, não se lhes possam exigir senão com castigo; IV – golpear, ferir ou mutilar, voluntariamente, qualquer órgão ou tecido de economia, exceto a castração, só para animais domésticos, ou operações outras praticadas em benefício exclusivo do animal e as exigidas para defesa do homem, ou no interesse da ciência; V – abandonar animal doente, ferido, extenuado ou mutilado, bem como deixar de

ministrar-lhe tudo o que humanitariamente se lhe possa prover, inclusive assistência veterinária; VI – não dar morte rápida, livre de sofrimentos prolongados, a todo animal cujo extermínio seja necessário, parar consumo ou não [...] XXII – ter animais encerrados juntamente com outros que os aterrorizem ou molestem; [...].⁴

Mesmo após esse grande avanço, ainda se toleravam práticas cruéis, como pode ser observado no artigo 16, em seu § 2º, do Decreto n.º 24.645, o qual expõe que o animal que for apreendido, se não estiver em condições para consumo ou de prestar serviços, será abatido, desconsiderando-se o fato de que diversos animais não são vistos (ou até mesmo, as pessoas não desejam que estes sejam vistos) como comida ou como “trabalhadores” (em condição análoga a de escravos), mas como companheiros dos homens e criaturas que possuem vidas de igual valor a de qualquer outro ser (humano ou não).

O antigo Código Civil brasileiro de 1916 tratava os animais silvestres como “coisa de ninguém”. Na década de 60, a Lei de Proteção à Fauna Silvestre (Lei n.º 5.197/67) qualificou os animais silvestres como bens públicos da humanidade, sendo o Estado responsável por eles. Não apenas os animais silvestres, mas todas as espécies de fauna, incluindo-se também os animais domésticos, deslocaram-se para a percepção de bens públicos e, por isso, não poderia haver omissão por parte do Estado na sua defesa.

Nessa evolução, a Lei n.º 6.638/79, que regulou a prática de vivissecção no Brasil, foi interpretada como uma contradição com o movimento protecionista que surgia com o passar dos anos. Embora a intenção do legislador tenha sido, justamente, determinar diretrizes para a realização da vivissecção, limitando-se às práticas realizadas com os animais, não há como descartar que o estudo científico, independentemente de sua finalidade, sempre representará para os animais forma de agressão.⁵ No Estado do Rio Grande do Sul, a regulação da vivissecção foi

introduzida pela Lei nº 11.915/03. No artigo 16 da referida lei, cominou-se que os animais têm que ser submetidos à anestesia antes de qualquer procedimento experimental, evitando-se a crueldade. No plano nacional, após treze anos de tramitação, aprovou-se a Lei nº 11.794/08, que regulou o uso de animais com a finalidade científica,⁶ revogando-se a Lei nº 6.638/79. A nova lei regulamentou o inciso VII do § 1º, do artigo 225 da Constituição da República Federal, estabelecendo procedimentos para o uso científico de animais.

Os testes de segurança, feitos em animais no país, não têm a visibilidade que mereciam. A questão é que, a crueldade praticada contra animais pode ser comparada, analogicamente, com diversos outros casos de maus-tratos, sendo, muitas vezes, até pior, tendo em vista o longo período de tempo em que são submetidos às experiências.⁷

A fim de dar maior ênfase e cuidado à publicidade dos produtos testados em animais, em 2012, o deputado Ricardo Izar propôs o Projeto de Lei n.º 4.586/12, que prevê a criação do selo “Brasil sem Maus-Tratos”, a ser atribuído às empresas que assumirem uma conduta ecologicamente responsável, não realizando testes em animais não-humanos. Apenas em dezembro de 2014 o projeto mencionado foi aprovado pela Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (CMADS), cerca de 2 anos após ser feita a proposta inicial.

Segundo o projeto, após a implantação do selo, as empresas serão fiscalizadas a cada dois anos, a fim de verificar suas condições internas e se ainda podem utilizar a rotulagem ecológica. É válido ressaltar que, mesmo com a lei já em prática, continuará não existindo a obrigatoriedade na incorporação do selo pelas empresas que utilizam ou não testes com animais, tendo em vista que a certificação será voluntária.

Em que pese a morosidade para a aprovação do Projeto de Lei n.º 4.586/12, esse significa um grande avanço para a

sociedade brasileira na busca pela sustentabilidade e consumo consciente; contudo, a lei não obriga a adesão ao selo, o que permitiria que ao consumidor fazer a distinção necessária entre mercadorias para a melhor escolha.

É fundamental ressaltar a importância dos selos de informação visando a transparência, ao passo que essa medida levará tal referência diretamente ao consumidor; pois, atualmente, apenas o cidadão engajado e que faz suas próprias pesquisas tem conhecimento das empresas ecologicamente responsáveis ou não, ainda mais considerando a infinidade de marcas que estão disponíveis e as novas que se introduzem todos os anos no mercado.⁸

3. OS TESTES DE SEGURANÇA REALIZADOS EM ANIMAIS

Conforme Gaverick Matheny, entre 50 e 100 milhões⁹ de animais são mortos em testes científicos, todos os anos, nos Estados Unidos e na União Europeia - número que pode ser muito maior do que se contabiliza, em razão da ocultação de dados.¹⁰

Os animais não-humanos mais utilizados para as experimentações¹¹, em geral, são os coelhos¹², ratos e camundongos¹³, cachorros¹⁴ e macacos, pois são considerados animais dóceis, não arranham, machucam ou oferecem perigo a quem estiver no biotério realizando os testes.¹⁵

A organização não governamental Projeto Esperança Animal (PEA) descreve em seu site alguns dos testes mais comuns realizados em animais pela indústria cosmética. Num deles, o teste “Draize de Irritação Dermal”, o animal é paralisado pelos técnicos e vão sendo colocadas fitas extremamente adesivas em sua pele, que posteriormente são retiradas com força. O processo é repetido diversas e diversas vezes, chegando-se, inclusive, a camadas mais profundas da

pele, desencadeando úlceras, edemas e enrijecimento cutâneo.¹⁶ Praticam-se também o “Teste de Irritação dos Olhos”, realizado para medir a nocividade de ingredientes químicos presentes em produtos de limpeza e cosméticos no geral. Nesta prática, as substâncias são colocadas diretamente sob os olhos dos animais, sem qualquer tipo de anestesia, com eles conscientes durante todo o procedimento. Segundo a PEA, o desespero dos animais é tão grande, em razão da dor sofrida, que na maioria das vezes eles tentam arrancar seus próprios olhos, devendo ser imobilizados para não causarem prejuízo ao experimento. O mais assombroso é que o tempo de realização do teste pode variar entre 72 horas até 18 dias. Ao final das experiências, os animais sofrem eutanásia, a fim de serem estudados os resultados internos ocorridos em decorrência da utilização dos componentes. Por fim, pode-se citar o “Teste LD 50”¹⁷, criado para verificar a toxicidade de ingredientes. Neste teste, utilizam-se cerca de duzentos animais, por diversos dias, forçando-os a ingerir alguns componentes por meio de sonda gástrica. Os animais submetidos sentem dores muito fortes, têm convulsões, diarreia, sangramento por orifícios, lesões renais e pulmonares, entram em coma, entre outros efeitos; principalmente, por conta de serem injetadas substâncias como amaciantes de roupa, pastas de dente e loções cosméticas - obviamente tóxicas. A crítica a esse teste é que, além das reações de animais não-humanos serem diversas em relação ao ser humano, é falha a forma de desenvolvimento da pesquisa, uma vez que a intenção é verificar a toxicidade de elementos que poderiam ser ingeridos acidentalmente pelas pessoas – o que jamais acontecerá nesses níveis, pois os animais ficam expostos por dias¹⁸. As informações transmitidas apenas por organizações defensoras dos animais convergem com a descrição em artigos científicos.^{19, 20}

Nesse cerne, além dos testes em si, que provocam algum tipo de dor, seja ela extrema ou não, Marion Stamp Dawkins

aponta que apenas a submissão dos animais a ambientes fechados e sem luz natural, por exemplo, já seria suficiente para provocar dor e estresse²¹.

Ainda a esse respeito, existem sintomas de dor específicos das espécies que estão sendo cobaias para experimentos, sendo definidos como:

* Camundongo: varia entre as diferentes linhagens, mas há aumento do tempo de sono, perda de peso/desidratação, piloereção e postura encurvada, isolados do resto do grupo, gritam ao serem tocados.

* Rato: vocalização, perda de peso, piloereção/postura encurvada, hipotermia, descarga ocular (cromodacriorréia), ato de lambar-se, maior agressividade.

* Cobaia: vocalização, não resistem quando segurados, não respondem aos estímulos, em geral, sonolentos e sem agressividade.

* Coelho: diminuição do consumo de água e alimento, olham para a parte de trás da gaiola, movimentos limitados, fotossensibilidade, acima de tudo, estóicos.

* Hamster: perda de peso, período de maior sono, aumento de agressividade ou depressão, diarreia.

* Gato: perda do apetite, falta de higiene pessoal, aparência de demência, ronronar, vocalização variável.

*Cão: mais quietos e menos alertas, inapetência, tremores e respiração difícil, morder o local afetado.

* Ruminantes: deprimidos, inapetência, ranger dos dentes, redução na ruminação e eructação.

* Porcos: comportamento anti-social, vocalização.

* Répteis: contração dos músculos, perda de peso, anorexia.

*Primatas não-humanos: pouca reação à dor, aparência miserável, postura encolhida, expressão triste/evitam companhia, falta de higiene pessoal, inapetência.

*Peixes: movimentos musculares fortes, comportamento natatório anormal.²²

Após tomar conhecimento de alguns dos tipos de experiências que ocorrem dentro da indústria cosmética e das consequências que estas causam, não há como negar que, independentemente da finalidade que objetivam, são atividades

que envolvem algum tipo de sofrimento animal.²³

4. DIREITO DO CONSUMIDOR À INFORMAÇÃO

Após o capítulo sobre a problemática dos animais e a criação dos selos *cruelty-free*, aborda-se, agora, o direito do consumidor à informação e a sua relação para com as certificações ambientais. O direito do consumidor à informação é básico e princípio fundamental, sendo um marco importante no que tange à mudança do papel de ente despersonalizado a sujeito de direitos. O selo *cruelty-free* nada mais é do que uma nova maneira de informar o consumidor sobre a responsabilidade social da empresa ao optar por não utilizar animais na produção de seus produtos.

A Constituição de 1988 dividiu a noção de “informação” em três direções, quais sejam: o direito de informar (previsto no artigo 5º, incisos IX e X e artigo 220, *caput*), que significa proporcionar informações verídica e precisas; o direito de se informar (conforme artigo 5º, inciso XIV), que é a possibilidade de se buscar informações sempre que possível, salvo quando houver sigilo de fonte; e, o direito de ser informado, tanto pelos órgãos públicos em geral, quanto pelas pessoas jurídicas de direito privado.²⁴ Ademais, o artigo 6º, incisos III e IV do Código de Defesa do Consumidor, acentua a imperiosidade da informação qualificada (clara e adequada) sobre os diversos produtos e serviços, bem como a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva.

Nesse sentido, o legislador, ao promulgar o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8078/90), buscou superar os desequilíbrios existentes entre as partes (consumidor-empresas), eis que o poderio econômico torna o cidadão comum hipossuficiente nas relações consumeristas. Assim, tornou-se obrigação do fornecedor mencionar as características

e informações pertinentes de maneira verdadeira, exata e séria, sendo elemento essencial para a perfectibilização da venda. A necessidade da publicidade nos termos da Lei nº 8078/90 constitui, exatamente, o princípio da transparência, impondo ao fornecedor a clareza na transmissão de informações e possibilitando ao consumidor realizar compras de forma consciente.²⁵

Com efeito, a divulgação de dados adequados, como dos produtos que podem prejudicar à saúde do consumidor, é muito importante, mas questiona-se se apenas esta é essencial, uma vez que ao omitir informações - tal como a questão do uso de animais na produção de mercadoria -, poderia causar dano ao cidadão, na medida em que seu direito de ser informado estaria sendo violado, bem como eventuais escolhas de compras involuntárias. Quando as informações não são passadas de forma qualificada ou verdadeira – e inclusive, não transmitidas, por omissão proposital, pode-se vislumbrar a violação ao Direito à Informação.

Estudos realizados pelas consultorias *Unomarketing*, *Mob Consult* e *Ideia Sustentável* apontam que no Brasil existem cerca de seiscentos tipos de selos verdes ou que atestam padrões de sustentabilidade, dos mais variados aspectos – ou seja, não necessariamente os selos denominados *cruelty-free*.

Ainda segundo Ricardo Voltolini, o *World Resources Institute (WRI)* identificou trezentos e quarenta certificações socioambientais entre quarenta e dois países, de modo que menos de um terço desses selos realmente supervisiona o que ocorre dentro da empresa. Logo, o intuito da certificação ambiental acaba se perdendo em razão da falta de confiança do consumidor naquilo que está contido nos selos ecológicos. Além disso, de acordo com os resultados obtidos por meio do Monitor de Responsabilidade Social, em cada dez consumidores no Brasil, apenas dois podem ser considerados conscientes em

relação à sustentabilidade de produtos e empresas.²⁶

Diante do exposto, ainda pode-se apontar para o problema da ausência de órgão regulamentador dos certificados/selos sustentáveis no país, uma vez que entidades como a Associação Brasileira de Normas (ABNT) e o Instituto de Metrologia, Normatização e Qualidade Industrial (Inmetro) se responsabilizam, tão somente, pela criação de um grupo determinado destes, como, por exemplo, os de eficiência energética - demais categorias de selos, como os *cruelty-free*, manejo florestal e produtos orgânicos não estão sob sua responsabilidade, passando por auditoria de organismo independente.²⁷

A omissão da empresa ao não fornecer rótulos que indiquem apropriadamente o que está vendendo, ajuda no comportamento “cego” do consumidor, o qual crê que suas ações diárias não contribuem para o surgimento ou agravamento dos problemas ambientais sob aspecto mundial. Ademais, o mau hábito do ser humano de se colocar fora do âmbito da natureza e não se ver como elemento integrado a esta, é extremamente prejudicial e contribui para que este ciclo vicioso permaneça.²⁸

Ainda, a violação ao direito à informação, no caso em tela, fere o direito da coletividade de obter o adequado conhecimento sobre a proveniência dos produtos e, até, por que não, há desrespeito indireto da própria liberdade de expressão do indivíduo, ao passo que não pode optar por aquilo que melhor se encaixa em seus padrões de vida, moralidade ou ética – e, talvez, boicotar, pelo não-consumo, as empresas e indústrias que utilizam meios contrários a estes preceitos.

Outro fato curioso apontado pelo estudioso é que a falta de informações disponíveis faz com que nem as pessoas que têm preocupações com as questões ambientais saibam as consequências que suas atitudes diárias criam no meio ambiente, demonstrando que há, possivelmente, ocultação de

muitos dados pelas empresas.²⁹

Não obstante, o autor traz à tona o conceito de “transparência radical”, defendendo que os dados passados pelas empresas devem ser os mais claros possíveis, demonstrando, puramente, todas as nuances sobre a produção e descarte dos produtos. Não basta apenas ser passada a informação, esta deve ser de qualidade, organizada e o mais clara possível, mesmo que isso signifique a relevação de algo que a empresa não gostaria que fosse publicizado.

Ainda, por meio da chamada transparência radical, não só será possibilitada uma nova forma de consumo, mas também uma maneira de tirar as empresas de suas zonas de conforto, obrigando-as a criar um novo *marketing*, “a fim de garantir uma melhor recepção da enorme variedade de tecnologias e produtos mais verdes e mais limpos que estão vindo por aí”³⁰. E mais, no que tange às empresas, Goleman destaca que “bons negócios são sinônimos de bons relacionamentos”, ou seja, ao revelar cuidado nos aspectos ecológicos estarão também demonstrando zelo pelos consumidores em si.³¹

Finalmente, trazendo as reflexões feitas pelo autor ao tema proposto no presente trabalho, se houvesse a introdução de selos de total transparência, transmitindo-se reais informações sobre todos os procedimentos realizados com os animais, provavelmente as opções de compra não seriam as mesmas.

O consumidor, querendo ou não, teria à sua disposição as informações e, mesmo que aquilo não o tocasse ou sensibilizasse de alguma forma, pelo menos estaria se respeitando o direito à informação, e se escolheria algo sob o manto da plena consciência. Embora os selos *cruelty-free* ou, como aqui no país intitulado “Brasil sem maus-tratos”, apenas atestem a não utilização de animais pela empresa, já representa um grande passo para a criação do Estado Socioambiental, de modo que ações positivas como estas devem ser congratuladas e aperfeiçoadas com o

propósito de cada vez mais se adequarem às necessidades da sociedade como um todo. Para alguns, a concepção de inúmeras certificações sem qualquer tipo de fiscalização governamental, também geram prejuízos, na medida em que o excesso de informações desconhecidas, omissivas ou falsas, auto-intituladas pelas empresas, cria confusão para o cidadão³².

Em julho de 2009, organizações como a *Futerra* e a *bSr* iniciaram um estudo denominado de *Understanding and Preventing Greenwash: A Business Guide*, em que apresentam uma lista com os dez pontos negativos principais que podem ser encontrados nas certificações ecológicas da atualidade:

1. linguagem confusa: palavras ou termos com pouca clareza (ex. “amigo do meio ambiente”);

2. Produtos verdes *versus* empresa suja: como, por exemplo, lâmpadas ecoeficientes fabricadas por empresas que poluem rios;

3. Imagens Sugestivas: as de natureza, por exemplo, que sugerem de forma injustificada processos verdes;

4. Chamadas Irrelevantes: enfatizando uma parte pequena verde de um todo não verde;

5. Melhor da Categoria: declarações de que a empresa é mais verde do que a concorrência, quando essa tem péssimas práticas;

6. Simplesmente sem credibilidade: tornar um produto potencialmente prejudicial, como cigarros, não faz deles verdes;

7. Jargão: informações que apenas cientistas poderiam checar ou entender.

8. Amigos Imaginários: um selo teoricamente endossado por um terceiro, mas que não tem validade;

9. Ausência de evidências para afirmações verdes;

10. Mentiras: informações totalmente fabricadas.³³

Segundo Bouabci, o brasileiro ainda não sofre pela extrema confusão da multiplicidade de selos ambientais, eis que no país

existem pouco mais de 30 deles, todavia aponta que “a única alternativa para o consumidor brasileiro neste momento é pesquisar”³⁴.

No que tange às empresas, o desafio mais importante a ser ultrapassado é a questão da própria falta de confiança dos consumidores em relação à grande gama de selos ecológicos existentes, que não possuem autoridade certificadora por trás para atestar a sua seriedade.³⁵

Insta salientar que, segundo o diretor da ABNT, a partir do ano 2009 começaram a se intensificar as buscas pelos selos ecológicos³⁶, principalmente entre as empresas que comercializam produtos têxteis, cosméticos e siderúrgicos, de maneira que esse crescimento foi impulsionado pela pressão de clientes do exterior que exigiam a presença das certificações nos produtos comprados. Logo, a iniciativa não partiu, originariamente, da empresa e, tal dado indica que países como Japão, Alemanha e Estados Unidos da América estão em outro patamar, no que diz respeito à criação e implementação de selos ambientais.³⁷

Como relatado, segundo estudo de Voltolini, o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos projetos de selos e certificações ecológicas deram-se em razão de pressões externas. Uma delas seria a pressão exercida pela sociedade e pelo próprio mercado em relação às empresas, de modo que há muito tempo deixou-se para trás a imagem, unicamente, corporativa ligada às empresas, pois se exige, atualmente, posturas comprometidas destas em relação à sociedade e ao meio ambiente. Assim, esta primeira pressão seria muito forte até pela extrema competitividade entre as indústrias/empresas pela colocação e ascensão no mercado, obtendo-se esse “novo diferencial” que é a responsabilidade social.³⁸

Já o segundo movimento de pressão é a mudança interna do próprio consumidor, o qual está mais crítico e atento às coisas

que o rodeiam e que, futuramente, formará grande parcela da população. Nesse sentido, para este público mais informado e bem orientado, a certificação ambiental representa não apenas um novo rótulo na embalagem, mas uma forma efetiva de respeitar o direito à informação, servindo como elemento de “confiabilidade” para a escolha de determinada marca em detrimento de outra.

Por fim, a terceira fonte de pressão é feita pelo próprio Governo, como consequência de uma cascata de mudanças positivas, na qual age como ente fiscalizador de eventuais irregularidades e ações mal intencionadas advindas de empresas privadas.

No Brasil, uma pesquisa realizada por alunos da Universidade Federal de Pernambuco

constatou que a maioria dos 150 entrevistados, com mais de sessenta anos, possui interesse na preservação do meio ambiente, todavia o mesmo não se verifica em relação à disposição pela busca por informações complementares acerca dos produtos quando estas não vem discriminadas num primeiro momento nas embalagens.³⁹

Ao fim e ao cabo, trata-se de uma “redefinição de prioridades éticas, políticas, econômicas e jurídicas que impliquem numa linha contínua e decisória acerca da integração do ordenamento jurídico-ecológico”, ou seja, trata-se da evidente necessidade de redefinição e assentamento de valores sociais e ecológicos como prioridades, em desvantagem dos ganhos meramente econômicos, em prol da construção de uma sociedade mais saudável e feliz.⁴⁰

5. OS SELOS CRUELTY FREE

O surgimento dos selos ecológicos/verdes, certificações ambientais ou rotulagens ambientais⁴¹ se deu por meio do

International Organization for Standardization. O órgão referido criou o selo pioneiro ISO 14001 - destinado às empresas que buscavam gestões sustentáveis, em razão da pressão do movimento ambientalista gerado após a Conferência do Rio ECO-92. Em seguida, foram criados os Programa Selo Verde, as Autodeclarações Ambientais e Avaliações de Ciclo de Vida, tudo baseado na intenção de provocar alterações no comportamento do consumidor, instigando-o a adotar uma postura mais sustentável.⁴²

Por meio destes sistemas de rotulagem ambiental, podem ser emitidas três categorias de selos ecológicos, os quais dividem-se em positivos (é como se fosse uma espécie de selo de aprovação, o qual atesta a postura sustentável da empresa, ou pode também ser visto com termos pré-determinados como produto “reciclado” ou “biodegradável”), negativos (demonstram a presença de algum tipo de substância que causa riscos à pessoa) ou neutros (cumprem apenas a função explicativa, não sendo capazes de alterar significativamente a compra por fatores morais do consumidor, podendo ser exemplificado como a tabela nutricional contida na embalagem).

Com a implementação do chamado ISO 14020, estabeleceram-se nove princípios norteadores para os rótulos e certificações ambientais, sendo:

- 1) Devem ser precisos, verificáveis, relevantes e não enganosos;
- 2) Procedimentos e requisitos não devem ser elaborados, adotados ou aplicados com a intenção de, ou efeito de, criar obstáculos desnecessários ao comércio internacional;
- 3) Devem se basear em metodologia científica que seja suficientemente cabal e abrangente para dar suporte às afirmações e que produza resultados precisos e reproduzíveis;
- 4) As informações referentes aos procedimentos, metodologias e quaisquer critérios usados devem estar

disponíveis e serem fornecidas a todas as partes interessadas sempre que solicitadas;

5) O desenvolvimento deverá considerar todos os aspectos relevantes do ciclo de vida do produto;

6) Não devem inibir inovações que mantenham ou tenham o potencial de melhorar o desempenho ambiental;

7) Quaisquer requisitos administrativos ou demandas de informações devem ser limitados àqueles necessários para estabelecer a conformidade com os critérios e normas aplicáveis;

8) Convém que o processo de desenvolvimento inclua uma consulta participatória e aberta às partes interessadas. Convém que sejam feitos esforços razoáveis para chegar a um consenso no decorrer do processo;

9) As informações sobre aspectos ambientais dos produtos e serviços relevantes devem ser disponibilizadas aos compradores, e potenciais compradores, junto à parte que faz o rótulo ou declaração ambiental.⁴³

Com o aparecimento desses selos ecológicos, a Associação Brasileira de Normas (ABNT), representante da ISO no Brasil, sugeriu a criação do primeiro selo verde, em 1990, mas, apenas em 1993, surgiu o Programa de Rotulagem Ambiental.⁴⁴

Nessa perspectiva, demonstra-se que a presença dos selos e certificações ambientais no Brasil é um fenômeno relativamente recente, já que as movimentações começaram a partir da década de 90. Em que pese o grande progresso que a criação dessas certificações ambientais significou para o país, não se verifica, até hoje, a existência de selo na modalidade *cruelty-free* – regulamentado e fiscalizado por órgão governamental.

Os selos *cruelty-free*⁴⁵ são uma espécie de certificação ambiental concedidas às empresas que não utilizam testes de segurança em animais para a produção de suas mercadorias. A criação do selo internacional deu-se pela organização não governamental *People for the Ethical Treatment of Animals (PETA)*⁴⁶,

e objetivava alcançar a conscientização dos consumidores acerca dos produtos que possuem fabricação ecologicamente correta ou não. É válido ressaltar que a grande maioria das pessoas desconhece do que se tratam esses testes, principalmente por falta de acesso a tais dados (como constar, obrigatoriamente, na embalagem do produto, se há ou não fabricação ecológica e no que, efetivamente, consistem).⁴⁷

O primeiro país que criou uma lei para regulamentar a utilização de uso de animais como cobaias foi o Reino Unido, no ano de 1876, com a chamada *British Cruelty to Animal Act*⁴⁸. Após, a maior atenção ao uso científico de animais deu-se a partir dos anos 70, ganhando visibilidade com a publicação do livro de Peter Singer, *Animal Liberation*, em 1975.⁴⁹

Com o intuito de ser realizado o controle da realização de experimentos para com animais não-humanos, foi o desenvolvimento de Comissões de Ética no Uso de Animais (Ceuas) que possibilitou a regulamentação básica para o uso científico destes. Segundo Pacheco *et. al.*, “as comissões foram sendo formadas ao redor do mundo como forma de padronizar procedimentos de pesquisa, evitando o uso desmedido de animais”.⁵⁰

Em comparação, no Brasil, foi criado o Conselho Nacional de Controle de Experimentação Animal (Concea), por meio da Lei nº 11.794 e, em que pese a criação deste conselho e das comissões ao redor do mundo, a intenção acerca da padronização dos procedimentos realizados em animais não-humanos com a finalidade científica, não ocorreu, muito embora ainda se pretenda a implementação de princípios universais.⁵¹

Já no ano de 1980, Henry Spira, defensor dos animais, fez uma denúncia em relação aos experimentos realizados pela Indústria de Cosméticos *Revlon*, tendo em vista a utilização de coelhos para verificar a toxicidade de substâncias presentes nos produtos cosméticos, realizando o chamado *draize eye test*.

Spira tentou fazer com que a empresa investisse na realização de pesquisas acerca de métodos alternativos para verificar a nocividade dos componentes de suas mercadorias e, com isso, publicou em jornal de enorme circulação nos Estados Unidos, o *The New York Times*, a seguinte publicidade: “*How many rabbits does Revlon blind for beauty’s sake?*”⁵². A partir do ano de 1986, as companhias cosméticas começaram a abandonar os testes que utilizavam animais vivos e, em 1989, tanto a empresa *Avon* quanto a *Revlon* aboliram⁵³ as experiências com animais.⁵⁴

Como já referido, o consumo de cosméticos foi um que mais cresceu nos últimos anos, tendo em segundo lugar o mercado de *pet shop* - o que é um fato irônico, posto que o primeiro é um dos tipos de indústria que mais utiliza testes de segurança em animais.⁵⁵ Inclusive, em março de 2012, a multinacional *Sephora*, a maior loja revendedora de produtos de beleza do mundo, introduziu-se na economia brasileira, abrindo filias nas principais cidades do país e ainda contando com o site na internet, que movem, juntos, milhões de reais e vendem em larga escala produtos que, há alguns anos, não eram acessíveis aos consumidores do Brasil – inclusive, os que não contêm medidas sustentáveis.⁵⁶

Ainda, conforme pesquisa do Ibope, o mercado de cosméticos e cuidados pessoais só tende a crescer, assumindo o segundo lugar em investimentos publicitários e, por isso, é de suma importância a observância acerca das práticas realizadas dentro deste ramo empresarial.⁵⁷

Não somente no Brasil, mas em um contexto internacional, na última década já vem se observando uma mudança nos padrões de consumo e quanto à preocupação com temas relacionados ao meio ambiente, inclusive na esfera dos animais não-humanos como forma de experimentos. A exemplo, no dia 11 de março de 2013, a *Human Society International (HSM)* anunciou que a União Europeia proibiu a venda de cosméticos

que realizem testes de segurança em animais e corroborou o pedido para que o Brasil passasse a vedar tais procedimentos. A HSM encomendou pesquisa com brasileiros a respeito da utilização de animais em testes pela indústria de beleza, e os resultados apresentados foram positivos, na visão ambientalista, e reforçam a ideia de que deve ocorrer uma mudança e busca por alternativas que não violentem os animais, seja pelo motivo que for.⁵⁸

No magistério de Larte Levai, alguns dos sistemas alternativos já existentes e que podem substituir aqueles que usam animais não-humanos consistem em sistema biológico “in vitro”, no qual se realizam culturas de células, tecidos e órgãos que estejam propensos à utilização em genética, bioquímica, radiação, toxicologia, produção de vacinas, pesquisas sobre vírus, farmacologia, etc. Ainda, há a cromatografia e espectrometria de massa, que é uma técnica que possibilita a identificação de elemento químico, permitindo formular hipóteses acerca de quais efeitos pode provocar no organismo, sem necessidade de métodos invasivos. Não obstante, pode-se citar a utilização de placenta e do cordão umbilical, com o objetivo de treinar os profissionais da saúde em práticas cirúrgicas e verificar a toxicidade de substâncias.⁵⁹

Nesse sentido, segundo a ótica do autor, há diversas práticas alternativas para substituir os testes realizados com animais, não havendo motivo para mantê-los. Ademais, Levai faz forte crítica à legislação brasileira, pois considera contraditória a proibição da vivisseção na presença de menores de idade, e a concessão e regulamentação que permite aos profissionais continuar exercendo essa prática.⁶⁰ Assim, Laerte Levai traz à baila considerações sobre a escusa de consciência na experimentação animal – no que diz respeito ao aluno que se nega a realizar vivisseção ou outro tipo de experimento em animais em aula - e, por que não, por similitude, enquadrar

tal escusa ao profissional que se recusa a fazer esses testes no ambiente de trabalho, propondo a realização de métodos alternativos em substituição? Pois, se é legítimo ao aluno banir a prática de violência contra os animais via testes em aula, seria equivalente ao técnico que não se dispensa de seu ofício, mas que busca meios variados para realizar o mesmo tipo de verificação toxicológica.⁶¹

Nesse sentido, ainda que represente uma forma de evolução no país para aqueles que defendem a abolição animal, destaca-se que a medida restritiva, coincidente, só foi adotada pelo Estado de São Paulo rapidamente, após a comoção popular e a notoriedade do caso ocorrido no Instituto de Pesquisa Royal, onde diversos cachorros da raça *beagle* foram retirados do local por ativistas, em razão de denúncias de maus-tratos.⁶²

Na União Europeia, desde o ano de 2009, as experiências com animais já restaram proibidas e, no ano 2013, foi encerrada a comercialização de produtos cosméticos desenvolvidos por meio de experimentos animais, eis que estes países entendem pela desnecessidade de tal prática, considerando o avanço tecnológico atual.⁶³

6. DIREITO FUNDAMENTAL À INFORMAÇÃO E ESCOLHA CONSCIENTE: RESULTADO DA ENQUETE

Utilizando analogicamente as pesquisas realizadas na Austrália e no Brasil como parâmetro, este trabalho propôs a criação de questionário⁶⁴, a fim de observar se os resultados e fenômenos encontrados seriam também notados. No entanto, ao inverso do que fora implementado nos estudos mencionados, criou-se um questionário com doze perguntas objetivas – envolvendo algumas dissertativas, se fosse o caso de alguma explicação mais aprofundada - que abordaram diversos fatores, desde a utilização de animais como fonte de experiências e

métodos alternativos, até a questão da informação qualificada nos rótulos dos produtos – que é o foco do trabalho - destinado às empresas/indústrias cosméticas/farmacêuticas.

Inicialmente, foram realizadas pesquisas exploratórias e bibliográficas, a fim de se obter maiores dados sobre o tema, inclusive para dar subsídio no desenvolvimento das perguntas do questionário. De um modo geral, o levantamento buscava saber se, para as empresas, o selo *cruelty-free* representaria um diferencial, no sentido de agregar valor ao produto, e se o fato deste ser introduzido de forma voluntária e não compulsória possuía alguma relevância para sua adoção, afinal depende única e exclusivamente da boa-vontade e dos valores sociais prezados pela empresa.

Escolheu-se trabalhar com 16 (dezesesseis) empresas, levando-se em consideração a sua representatividade no mercado brasileiro, adequação com as áreas foco do presente estudo e variedade de produtos comercializados. Ademais, buscou-se mesclar companhias brasileiras e estrangeiras para cotejar as respostas ao final, de modo que metade destas são nacionais e a outra metade internacionais. O número de entrevistados foi restrito, embora as empresas consultadas representem uma parte significativa do mercado brasileiro. Também, a metodologia empregada foi a pesquisa qualitativa, já que a quantitativa exigiria análise de dados por estatística, o que fugiria do intuito do trabalho, pois, justamente, a análise minuciosa e objetiva de cada empresa é o que seria diferencial.

As empresas escolhidas e os números adotados para referência nesta pesquisa são: *Avon* (1), *Bayer* (2), *Embelleze* (3), *Granado* (4), *Jequití* (5), *Johnson & Johnson* (6), *L’Oreal* (7), *M.A.C Cosmetics* (8), *Mary Kay* (9), *Natura* (10), *O Boticário* (11), *Pfizer* (12), *Phytoervas* (13), *Sephora* (14), *Tracta* (15) e *Vult* (16).

Após a criação do questionário e a escolha das empresas, o próximo passo foi a busca pelos contatos e o envio de

documento com as perguntas. A grande maioria das averiguações foram realizadas diretamente nos sites das companhias, já que, atualmente, este é o meio mais eficiente de se obter contato rápido. A coleta de dados foi feita entre março e abril de 2015. No entanto, embora tenham sido feitas diversas tentativas, a pesquisa restou inexitosa no seu propósito inicial, considerando que quase nenhuma das entrevistadas respondeu ao questionário.

QUADRO I - Relação das respostas dadas pelas empresas entrevistadas

| Sem Resposta | Com resposta | Não houve forma de obter contato | Não há disponibilidade |
|---|---------------------------------|-------------------------------------|---|
| Bayer (2), Embelleze (3), Jequití (5), L'Oreal (7), Mary Kay (9), Natura (10), O Boticário (11), Pfizer (12). | Granado (4) e Phythoervas (13). | M.A.C Cosmetics (8) e Sephora (14). | Avon (1), Johnson & Johnson (6), Tracta (15) e Vult (16). |

Fonte: dados coletados pela autora

Conforme pode ser verificado no quadro abaixo, dividiram-se as empresas com os seguintes resultados: sem resposta, quando não houve qualquer resposta ao contato feito; sem disponibilidade, quando a empresa contatada informou que não teria disponibilidade para responder ao questionário; não há forma de entrar em contato, de maneira que, embora tenham sido feitas pesquisas e investigações, não há como se obter contato com a empresa; e, por fim, com resposta, para aquelas que se propuseram a responder aos questionamentos.

Por meio da pesquisa, constatou-se que a maioria das empresas não possui um veículo de contato simplificado para elucidar dúvidas gerais dos consumidores, não sendo possível, na maioria dos casos, o envio do questionário no primeiro momento, por exemplo.

Ainda, muito embora as empresas 15 e 16 tenham respondido aos contatos de forma rápida, informaram que não possuem disponibilidade para analisar trabalhos acadêmicos no corrente ano. Já a empresa 1 limitou-se a dizer que qualquer informação pertinente à empresa já consta no seu site, não se disponibilizando a passar outras informações.

No mais, as empresas 8 e 14 não possuem canal para contato do gênero, sendo que têm somente conexões pré-determinadas, como os de informações relacionadas a compras realizadas, trocas, devoluções, etc. Já as empresas 2, 3, 5, 7, 9, 10, 11 e 12 se mantiveram silentes quantos aos contatos realizados.

Nas empresas 5 e 13, por meio do próprio site, fica claro que buscam ser sustentáveis, entretanto, para o consumidor leigo, provavelmente será difícil identificar que não realizam testes em animais. Inclusive, salienta-se que para obter a informação deverá fazer suas próprias pesquisas, disponibilizando-se a entrar nos sites das marcas e pesquisar na página institucional – o que nem sempre é viável, se levarmos em consideração o cidadão brasileiro médio. Inclusive, a companhia 13 retornou ao e-mail enviado prontamente, inclinando-se a responder ao questionário proposto.

Já a empresa 4 possui em seu site informações sobre sua responsabilidade social, além de destacar os selos ambientais que seus produtos possuem⁶⁵. Insta salientar que a empresa explicou o que significa cada um daqueles rótulos ecológicos e por quais razões eles foram obtidos, o que facilita muito o entendimento do consumidor, visto que a informação está à sua disposição diretamente, sem a necessidade de pesquisas

complementares. Também mostrou interesse em responder a pesquisa acadêmica.

Por fim, a empresa 6 apresentou comportamento análogo às demais. Primeiramente, para conseguir entrar em contato com a marca foi necessário efetuar cadastro no site, informando dados pessoais como endereço, cadastro de pessoas físicas – CPF, números de telefones, etc. Após responder apenas os dados básicos considerados obrigatórios, a empresa respondeu que não pode passar maiores dados que não digam respeito ao histórico de alguns medicamentos ou da companhia em si, em face da política de privacidade adotada pela empresa.

Embora não tenha havido respostas explícitas ao questionário formulado, foi possibilitada a formulação de algumas conclusões e hipóteses. Considerando que o selo “Brasil sem maus-tratos” vai ser uma forma de certificação ambiental voluntária, questiona-se se haverá alguma influência no plano fático, eis que um grupo significativo de empresas sequer se interessou em responder a um questionário acadêmico voltado à esfera ambiental.

Também, por outro lado, se discute se, pelo contrário, haverá interesse, mas até que ponto este interesse não estará eivado, unicamente, pela vantagem econômica e o vislumbre de diferencial no mercado, ao agregar valor ao produto por se tratar de mercadoria criada por processamento sustentável.

Ademais, em razão dos dados coletados, é válido expor a lista divulgada pela organização Peta das companhias que promovem testes em animais: *Avon*, *M.A.C Cosmetics (Estee Lauder)*, *Johnson & Johnson* e *Mary Kay*, ou seja, todas estrangeiras.⁶⁶

Já em relação às empresas brasileiras escolhidas para responderem ao questionário, segundo informações divulgadas pela Projeto Esperança Animal (PEA)⁶⁷, as marcas *Vult*, *Jequiti*, *Embeleze*, *O Boticário*, *Natura* e *Phytoervas (Nasha Cosméticos)* não

realizam testes em animais.

Compulsando os dados apresentados, avalia-se que as empresas brasileiras do ramo cosmético/farmacêutico possuem interesse na produção de produtos sustentáveis. Em fluxo oposto, as empresas estrangeiras, em sua maioria, realizam testes de segurança com animais.

Todavia, em que pese o empenho das companhias nacionais, no sentido de buscarem meios sustentáveis na criação de suas mercadorias, não se vislumbra a mesma dedicação na área do *marketing verde*, ou seja, não se constata efetivos mecanismos de publicidade que noticiem a responsabilidade social destas, como poderia ser feito, por exemplo, por meio do selo *cruelty-free*. Logo, a inexistência de ações positivas neste sentido, faz com que percam “pontos” no mercado - inclusive em relação às empresas estrangeiras que fazem experimentos em animais -, pois a maioria da população não conhecerá os benefícios e posturas positivas que a indústria adotou.

7. CONCLUSÃO

O acesso à informação qualificada e o desenvolvimento sustentável são temas que afetam diretamente a vida de todos, e mais: são pressupostos para viabilizar o direito fundamental ao meio ambiente ecologicamente equilibrado.

Nesse sentido, com o crescimento desenfreado do consumo e da sociedade em si, sem medidas efetivas de redução, reciclagem e economia de recursos, é de suma importância refletir sobre formas que evitem a degradação da natureza, como a certificação ambiental. Ademais, conforme defendido por Goleman, a transparência radical por meio das rotulagens ambientais é elemento essencial para iniciar o movimento de mudanças ambientais, eis que afetará desde a concepção do produto até o destinatário final. Inclusive, é fundamental essa

abertura para a introdução de novos paradigmas, considerando que muitas vezes a sociedade fica atrelada à conceitos ultrapassados, embuída pela cegueira inconsciente que leva à ignorância.

Ocorre que a certificação ambiental só será eficiente se houver devido respeito ao Direito à Informação qualificada, demonstrando ao consumidor que determinado produto tem procedência sustentável, de modo que organismos governamentais, pessoas jurídicas de direito privado e cidadãos deveriam unir-se para a realização de mudanças conjuntas.

Não obstante, a valorização da transparência de informações e a quebra de padrões de conduta impulsivos e automáticos fará com que os consumidores passem a ser cidadãos-consumidores, sendo influenciados pela moral e pela ética, e não menos importante, passando a olhar para o outro (ser humano ou não) com maior sensibilidade, pois as informações não serão mais ocultadas.

Assim, com o presente trabalho, ficou evidenciada a fragilidade da legislação brasileira, tanto no que tange à proteção dos animais quanto à regulamentação de selos ambientais que demonstrem a ausência de utilização destes no processo de criação de produtos. Afinal, ainda que haja lei que defenda os animais, muitas delas institucionalizam a sua utilização em pesquisas, e o Projeto de Lei “Brasil sem maus-tratos”, que proporcionaria uma mudança considerável no mercado brasileiro - por possibilitar ao consumidor identificar as empresas socialmente responsáveis - ao ser, inicialmente, voluntário, é provável que não resulte em alteração fática significativa, pois dependerá exclusivamente do cadastramento das empresas que se interessarem - o que, na realidade, nem sempre é quisto por estas, já que ficarão sensíveis à fiscalizações periódicas e burocráticas do Governo.

Ademais, constatou-se a carência de órgãos

regulamentadores das certificações ambientais no país, de forma que os selos e certificações acabam sendo elementos prejudiciais ao consumidor, considerando que são em grande número instituídos pela própria empresa, ou seja, tendo índices de confiabilidade muito baixos, dado que, obviamente, as empresas/indústrias sempre estarão fazendo propagandas positivas acerca de suas mercadorias. Todavia, entende-se que deveria ser feita uma profunda reestruturação neste sentido, a fim de informar e educar mais o brasileiro acerca dos temas ambientais, incluindo-se a certificação ecológica neste rol, e não a estirpação de um Direito previsto, ou seja, de informação.

Finalmente, espera-se que as certificações ambientais já existentes sirvam como catalisadores de adoção e disseminação de medidas sustentáveis, e que o Estado, de uma maneira geral, comece a se preocupar mais e criar ações no sentido de regulamentar a existência e criar outras certificações que beneficiem a natureza e ao consumidor-cidadão.

8. APÊDICE A – QUESTIONÁRIO ENVIADO ÀS EMPRESAS

QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA.

NOME DA EMPRESA:

1. Os produtos desenvolvidos na empresa passam por testes de segurança feitos em animais? Sim () - Não (). Se sim, qual porcentagem de produtos, aproximadamente?
2. Há algum selo específico presente na embalagem dos produtos que ciente o consumidor acerca da utilização de animais ou não? Sim () Não (). Se sim, qual tipo?
3. Há utilização de animais para a criação e/ou desenvolvimento de produtos, isto é discriminado de alguma maneira na embalagem/rótulo da mercadoria? Sim () Não ().
4. Se há uso de animais em testes de segurança, estes representam

algum tipo de economia para a empresa? Sim () Não ()
Não utiliza animais ().

5. O consumidor, ao ter acesso ao produto desenvolvido pela empresa no mercado, possui condições de entender, completamente, o processo de criação e dos testes pelos quais o produto passou? Sim () Não ().

6. A empresa acha relevante a criação de selos do tipo *cruelty-free* (sem-crueldade), como os presentes nos Estados Unidos e Europa, e introdução destes no Brasil? Sim () Não ().

7. Se não há realização de testes de segurança em animais, quais são os métodos alternativos utilizados para sua substituição?

8. Com a criação do Projeto de Lei “Brasil sem Maus Tratos”, fica prevista a concessão de selo que dá conta acerca da não utilização de animais no desenvolvimento de produtos, somente para empresas que se cadastrarem voluntariamente. Considerando que não haverá obrigatoriedade para o cadastramento, a presente empresa consideraria se voluntariar? Quais benefícios ou malefícios entende serem criados a partir desta Lei? Explicar.

10. No entendimento da presente empresa, as indústrias/empresas ecologicamente responsáveis, atualmente, possuem diferencial significativo em detrimento das que não são, no que diz respeito ao mercado de consumidores? Sim () Não ().

11. A empresa acha que a postura ecológica e a abstenção de utilização de animais valoriza o produto? Sim () Não ().

12. E o selo de não-crueldade animal, seria um diferencial e forma de agregar valor ao produto? Sim () Não ().

9. NOTAS DE REFERENCIAS

- 1 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. Panorama do setor 2014. 28 abr. 2014. Disponível em: <<http://www.>

- abihpec.org.br/2014/04/panorama-do-setor-2014-2/>. Acesso em: 19 nov. 2016
- 2 ASSOCIAÇÃO PROTETORA DE ANIMAIS SÃO FRANCISCO DE ASSIS. Declaração Universal dos Direitos dos Animais. Disponível em: <<http://www.apasfa.org/leis/declaracao.shtml>>. Acesso em> 19 nov. 2016.
 - 3 LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.
 - 4 BRASIL. Decreto nº 24.645, de 10 de julho de 1934. Disponível em: <<http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaPublicacoes.action?id=39567>>. Acesso em: 19 nov. 2016.
 - 5 LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.
 - 6 Por meio da Lei nº 11.794/08 é que foram criadas as Comissões de Ética para o Uso de Animais (Ceua) e o Conselho Nacional de Controle de
 - 7 REZENDE et al. Experimentação animal: ética e legislação brasileira. **Revista de Nutrição**. Campinas, SP, v.21, n.2, p. 237-242, mar./abr. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732008000200010&script=sci_arttext>. Acesso em: 14 de setembro de 2016.
 - 8 BOUABCI, Luiz. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. **Revista Ideia Socioambiental**. Jun., 2010. p. 56.
 - 9 O número apontado pelo autor corresponde ao ano de 2006, de modo que em 2009 a União Europeia já havia promulgado lei proibindo a utilização de animais em testes científicos ou de segurança.
 - 10 MATHENY, Gaverick. **Utilitarianism and Animals**. In: SINGER, Peter (ed.) *Defense of Animals The Second Wave*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.

- 11 É válido ressaltar que o Brasil é o país pioneiro na utilização de serpentes para os testes científicos, sendo que o Instituto Butantan em São Paulo/SP é o mais famoso por tais práticas. GIMÉNEZ, Aníbal R. Melgarejo. **Criação e Manejo de Serpentes**. In: ANDRADE, Antenor (org.) Animais de Laboratório. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002. p. 175.
- 12 Os operadores das experimentações em animais tem predileção quanto à utilização de coelhos, em razão da sua hipersensibilidade, para testes de irritantes cutâneos. COUTO, Sebastião E. Res. **Criação e Manejo de Coelhos**. In.: ANDRADE, Antenor (org.) Animais de Laboratório. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002. p. 93.
- 13 SANTOS, Belmira Ferreira. **Criação e Manejo de Camundongos**. In: ANDRADE, Antenor (org.) Animais de Laboratório. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002. p. 115.
- 14 A raça de cães que é mais utilizada para fins de experiência é a Beagle, considerando o seu porte médio, docilidade e padronização. SÁ, Paulo Guilherme da Silva. **Criação e Manejo de Cães**. In: ANDRADE, Antenor (org.) Animais de Laboratório. Rio de Janeiro: Fio cruz, 2002. p. 161.
- 15 COUTO, Sebastião E. Reis, Instalações e Barreiras Barreiras Sanitárias. In: ANDRADE, Antenor (org.) Animais de Laboratório. Rio de Janeiro: Fio cruz, 2002. p. 34
- 16 PEOPLE FOR THE ETHICAL TREATMENT OF ANIMAL. Product testing: toxic and tragic. Animals used for experimentation. Disponível em: < <http://www.peta.org/issues/animals-used-for-experimentation/animals-used-experimentation-factsheets/product-testing-toxic-tragic/>>. Acesso em: 13 dez. 2016.
- 17 “LD” trata-se de uma abreviatura do termo inglês “Letal Dose”, o qual significa, em tradução livre, “dose letal”, de maneira que o 50 é abreviatura de 50%, pois as substâncias são ingeridas nos animais até que metade das cobaias morra.

- 18 PEA. Testes em animais. Disponível em: <<http://www.pea.org.br/crueldade/testes/>>. Acesso em: 19 nov. 2016.
- 19 DAVIS, William L. **The Hidden Costs of Sexier Lipstick: Animal Testing in the Cosmetic Industry**. Disponível em: <<http://dash.harvard.edu/handle/1/8846794>>. Acesso em: 19 nov. 2016.
- 20 BRIGHAM, Kenneth L. **The Use of Animals on Reseach**. Disponível em: <<http://www.princeton.edu/~ota/disk2/1986/8601/860107.PDF>>. Acesso em: 19 nov. 2016.
- 21 DAWKINS, Marion Stamp. **The Scientific Basis for Assessing Suffering in Animals**. In: SINGER, Peter (ed), *Defense of Animals. The Second Wave*. Oxford: Blackwell Publishing, 2006. p. 26-40.
- 22 RIVERA, Ekaterina Akimovna B. Analgesia em Animais de Experimentação. In: ANDRADE, Antenor (org.) *Animais de Laboratório*. Rio de Janeiro: Fio cruz, 2002. p. 247
- 23 LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.
- 24 GARCIA, Camila Nicastro. **Publicidade e Direito à Informação no Código de Direito do Consumidor**. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/publicidade-e-direito-à-informação-no-código-de-defesa-do-consumidor>>. Acesso em: 19 nov. 2016.
ELIAS, Gustavo Campolina S. **Princípio da transparência e a publicidade nas relações de consumo**. Disponível em: <http://www.mpggo.mp.br/portalweb/hp/4/docs/principio_transparencia_publicidade_relacoes_consumo.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2016.
- 25 ELIAS, Gustavo Campolina S. **Princípio da transparência e a publicidade nas relações de consumo**. Disponível em: <http://www.mpggo.mp.br/portalweb/hp/4/docs/principio_transparencia_publicidade_relacoes_consumo.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2016.

- 26 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**, 2010. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/pdf/IS20%20-%20Dossie%20v3.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2015.
- 27 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**, 2010. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/pdf/IS20%20-%20Dossie%20v3.pdf>>. Acesso em: 04 abr. 2015.
- 28 GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Ecológica: o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta**. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. p.05.
- 29 GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Ecológica: o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta**. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. p. 20.
- 30 GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Ecológica: o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta**. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: ed. Elsevier, 2009. p. 20.
- 31 GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Ecológica: o impacto do que consumimos e as mudanças que podem melhorar o planeta**. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. p. 20.
- 32 BOUABCI, Luiz. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. **Revista Ideia Socioambiental**. Junho, 2010. p. 56.
- 33 BOUABCI, Luiz. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. **Revista Ideia Socioambiental**. Junho, 2010. p. 56.
- 34 BOUABCI, Luiz. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. **Revista Ideia Socioambiental**. Junho, 2010. p. 56.
- 35 BOUABCI, Luiz. Reflexões sobre os selos verdes e seus

- desafios. **Revista Ideia Socioambiental**. Junho, 2010. p. 56.
- 36 *In casu*, o selo Qualidade Ambiental, que é uma certificação voluntária, possui logomarca de um beija-flor verde e branco sobre o globo terrestre.
- 37 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. jun., 2010. p. 47.
- 38 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. jun., 2010. p. 52.
- 39 COSTA, Marconi Freitas da. et al. **Produtos verdes: estudo do comportamento socialmente responsável do consumidor maduro**. In: XIV Seminário em Administração, 2011.
- 40 GIMÉNEZ, Teresa Vicente et al., **Justicia ecológica y protección el medio ambiente**. Madrid: Trotta, 2002. p. 42.
- 41 Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).
- 42 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. jun., 2010. p.
- 43 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. jun., 2010. p. 49.
- 44 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. jun., 2010. p. 49.
- 45 “Sem crueldade”, tradução livre.
- 46 “Pessoas pelo Tratamento Ético dos Animais” - tradução livre. VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. Jun., 2010. p. p. 49.
- 47 VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental**. Jun., 2010.

p. p. 49.

- 48 BAEDER, Fernando M., PADOVANI, Maria Cristina R. Lima et al. **Percepção histórica da Bioética na pesquisa com animais: possibilidades.** Revista Bioethikos. Centro Universitário São Camilo, 2012.
- 49 PACHECO, et. al.. **Aspectos éticos no uso de animais de produção em experimentação científica.** Acta Veterinaria Brasilica, v. 6, n. 4, p. 260-266, 2012.
- 50 PACHECO et al, 2012, apud PAIXÃO, R.L. 2008. **Os desafios das Comissões de Ética no uso de animais.** Ciência Veterinária dos Trópicos, v. 11, p. 84-87.
- 51 PACHECO, et. al.. **Aspectos éticos no uso de animais de produção em experimentação científica.** Acta Veterinaria Brasilica, v. 6, n. 4, p. 260-266, 2012.
- 52 “Quantos outros coelhos a Revlon irá cegar em prol da beleza?” - tradução livre.
- 53 A informação sobre a abstenção de realização com testes em animais é referente ao ano de 1986, eis que há notícia das referidas empresas continuarem utilizando testes de segurança em cobaias.
- 54 GOLDIM, José Roberto. **Caso coelho-cosméticos.** Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/bioetica/coelho.htm>>. Acesso em: 30 set. 2014.
- 55 DAQUINO, Fernando. **Polêmica: por que é preciso utilizar testes em animais?** Disponível em: <<http://www.megacurioso.com.br/animais/39676-polemica-por-que-e-preciso-realizar-testes-em-animais-.htm>> Acesso em: 10 mai. 2015.
- 56 GRUPO de luxo LVMH compra portal Sack’s. **Veja.** 02 jul. 2010. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/economia/grupo-de-luxo-lvmh-compra-portal-sacks/>>. Acesso em: 19

nov. 2016.

- 57 INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA (IBOPE). Investimento publicitário. Disponível em: <<http://www.ibopec.com/pt-br/noticias/Documents/tabelas.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2016
- 58 FREY, Luisa. **UE amplia rejeição a cosméticos testados em animais**. Disponível em: <<http://www.dw.de/pesquisa-usa-115-milhoes-de-animais-por-ano-no-mundo-diz-ativista/a-17174134>> Acesso em: 15 mar. 2015.
- 59 LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.
- 60 LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.
- 61 LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.
- 62 APÓS denúncia de maus-tratos, grupo invade laboratório e leva cães beagle. **G1**. 18 out. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/sorocaba-jundiai/noticia/2013/10/ativistas-invadem-e-levam-caes-de-laboratorio-suspeito-de-maus-tratos.html>>. Acesso em: 19 nov. 2016.
- UNIÃO Europeia restringe o uso de animais em testes científicos. **BBC**. 08 set. 2010. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2010/09/100908_uniaoeuropeia_animais_mdb.shtml>. Acesso em: 20 nov. 2016.
- 63 Anexo A.
- 64 Anexo A.
- 65 PEOPLE FOR THE ETHICAL TREATMENT OF ANIMAL. These companies test on animals, never buy these brands. Companion Animals. Disponível em: <<http://www.peta.org/living/beauty/companies-test-on-animals/>>. Acesso em:

13 dez. 2016.

- 66 PROJETO ESPERANÇA ANIMAL. Testes em animais. Disponível em: <<http://www.pea.org.br/crueldade/testes/>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

9. REFERÊNCIAS

ABOGLIO, Ana María. **Esclarecimentos para aprofundar a compreensão das diferenças substanciais com relação à Teoria dos Animais.** Disponível em: <<http://www.anima.org.ar/libertacao/abordagens/utilitarismo-e-bem-estarismo.pdf>> Acesso em: 02 mar. 2015.

ANDERS, Gunther. **L'obsolescence de l'homme. Sur l'âme à époque de la deuxième révolution industrielle.** Ed. Inrea, 2001, p. 30 e 32.

ANDRADE, Antenor (org.). **Animais de Laboratório.** Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002.

BAEDER, Fernando M.; PADOVANI, Maria Cristina R. Lima et al. **Percepção histórica da Bioética na pesquisa com animais: possibilidades.** Revista Bioethikos. Centro Universitário São Camilo, ano 2012. Disponível em: <<http://www.saocamilo-sp.br/pdf/bioethikos/96/7.pdf>> Acesso em: 02 mar. 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo.** A transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008.

BOUABCI, Luiz. Reflexões sobre os selos verdes e seus desafios. **Revista Ideia Socioambiental.** Jun., 2010.

CARVALHO, André; MONZONI, Mario. Sustentabilidade: Só um Modismo? **Revista GV-executivo**, vol. 9. n. 1. jan-jun, 2010.

CARVALHO, Luiz Gustavo G. Castanho de. **Direito à Informação e Liberdade de expressão.** Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

CEPIK, Marco. **Direito à Informação: situação legal e desafios.** Disponível em: <<http://biblioteca.planejamento.gov.br/biblioteca-tematica-1/textos/importancia-do-conhecimento-e-producao-intelectual/texto-11-2013-direito-a-informacao.pdf>> Acesso em: 10 abr. 2015.

CHAVES, Waldeli Franco. **A defesa da expansão do círculo da moralidade para todos os animais humanos e não humanos.** Disponível em: <http://pensataanimal.net/arquivos-da-pensata/121-autores-diversos/159-a-defesa-da-expansao>>. Acesso em: 02 mar. 2015.

COSTA, Alberto Neves. **Bioética versus bem-estar animal: mudanças de paradigma na produção animal.** Disponível em: <<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/894700/1/AACBioetica.pdf>> Acesso em: 20 mar. 2015.

COUTO, Sebastião E. Reis, Instalações e Barreiras Barreiras Sanitárias. In: ANDRADE, Antenor (org.) *Animais de Laboratório.* Rio de Janeiro: Fiocruz, 2002. p. 34.

COSTA, Marconi Freitas da. et al. **Produtos verdes: estudo do comportamento socialmente responsável do consumidor maduro.** Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/14semead/resultado/trabalhosPDF/804.pdf>>. Acesso em: 5 mai. 2015.

FELIPE, Sônia T. **Da igualdade: Peter Singer e a Defesa Ética dos Animais contra o Especismo.** Disponível em <www.centrodefilosofia.com/uploads/pdfs/philosophica/17_18/3.pdf>. Acesso em 16 mar. 2015.

_____. **Fundamentação Ética dos Direitos Animais. Revista de Direitos dos Animais.** vol. 1. n. 1. 2006.

FRANCIONE, Gary L. **Animals as property.** Disponível em: <<http://www.colorado.edu/economics/morey/4999Ethics/Francione1996.pdf>> Acesso em: 20 mar. 2015.

_____. **Reflections on Animals Property, and the Law and Rain without thunder.** Disponível em: <<http://scholarship.law.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=>

4971&context=mulr >. Acesso em: 20 mar. 2015.

FRAVE, David. **Living property**. A new status for animals within the legal system. Disponível em: <<http://scholarship.law.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4971&context=mulr>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

FREY, Luisa. **UE amplia rejeição a cosméticos testados em animais**. Disponível em: <<http://www.dw.de/pesquisa-usa-115-milhoes-de-animais-por-ano-no-mundo-diz-ativista/a-17174134>> Acesso em: 15 mar. 2015.

GAZUREK, Marie-Océane. **E a Classe C invadiu a sala VIP do consumo**. Disponível em: <<http://www.amanha.com.br/marketing-internas/54-marketing-1/4856-e-a-classe-c-invadiu-a-sala-vip-do-consumo>>. Acesso em: 23 set. 2013.

GIMÉNEZ, Teresa Vicente, et al. **Justicia ecológica y protección el medio ambiente**. Madrid: Trotta, 2002.

HAAS, Samantha J. **How We Mistreat the Animals We Eat**. Disponível em: <<http://dash.harvard.edu/handle/1/8889477>>. Acesso em: 9 mai. 2105.

HANS, Jonas. **O Princípio Responsabilidade**: ensaio de uma ética para uma civilização tecnológica. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPINIÃO PÚBLICA E ESTATÍSTICA (IBOPE). **Investimento publicitário**. Disponível em: <<http://www.ibope.com/pt-br/noticias/Documents/tabelas.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

JUNIOR, Isnard Marshall. Certificação ambiental em empresas industriais: o caso Bayer e os reflexos na conscientização de seus funcionários e famílias. **Revista de Administração Pública**. maio/junho 2001. Disponível em: [http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/ rap/article/viewFile/6384/4969](http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/viewFile/6384/4969)>. Acesso em: 02 mar. 2015.

KORSGAAR, Christine M. **Kantian Ethics, Animals and the Law**. Oxford Journal of Legal Studies, 2013, pp. 1-20. Disponível

em: <<http://www.people.fas.harvard.edu/~korsgaar/Hart.Lecture.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

LEVAI, Laerte Fernando. **Direito dos animais**. São Paulo: Mantiqueira, 2004.

_____. **O Direito à escusa de consciência na experimentação animal**. Disponível em: <http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/cao_urbanismo_e_meio_ambiente/biblioteca_virtual/bv_teses_congressos/Dr%20Laerte%20Fernando%20Levai.htm>. Acesso em: 24 set. 2013.

_____. Crueldade Consentida – crítica à razão antropocêntrica. *Revista Brasileira de Direito Animal*. vol. 1. n. 1. 2006.

_____. A condição animal em Kaspar Hauser: crítica à ética racionalista: o bom selvagem e a esterilidade da razão. *Revista Brasileira de Direito Animal*. vol. 2. n. 3. 2007.

LIMA, Fernanda da Silva. **Publicidade e consumismo precoce**: um ensaio sobre a violação aos direitos fundamentais de crianças e adolescentes no Brasil. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8847>. Acesso em: 12 set. 2013.

LIMA, João Epifânio Regis. **Cultura Científica: Ideologia e Alienação no Discurso sobre Vivissecção**. Vozes do Silêncio. 1ª ed. São Paulo: Instituto Nina Rosa, 2008.

LEITE, José Rubens Morato; AYALA, Patryck de Araújo. **Direito Ambiental na Sociedade de Risco**. 2ª ed. Revista Editora Forense Universitária. Rio de Janeiro: 2004.
MACHADO, Paulo Affonso Leme. **Direito à Informação e Meio Ambiente**. São Paulo: Malheiros, 2006.

MARTINS, Cláudio. **O desafio de comunicar a sustentabilidade**. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/o-desafio-de-comunicar-a-sustentabilidade>>. Acesso em: 22 set. 2013.

MENEZES, Honório Sampaio. **Ética e Pesquisa em Animais**. Disponível em: <<http://www.amrigs.com.br/revista/46->

03/%C3%89tica%20e%20pesquisa%20em%20animais.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2015.

MILARÉ, Édís. **Direito do Ambiente**: doutrina – jurisprudência – glossário. 3ª ed. rev., atual. eamp. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

MOLINARO, Carlos Alberto. **Direito Ambiental**: proibição de retrocesso. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2007.

_____. **Racionalidade Ecológica e Estado Socioambiental e Democrático de Direito**. 2006. Dissertação (Mestrado em Direito). Faculdade de Direito. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tde_arquivos/8/TDE-2007-01-02T095019Z-251/Publico/381018.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2012.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. São Paulo: Atlas S.A., 2003.

MORAES, Antonio Carlos Flores de. **Acesso à informação**: um direito fundamental. Revista Legis Augustus. v. 3. n.2. p. 1-32. Rio de Janeiro: 2012.

NEHER, Clarissa. **São Paulo é pioneiro no Brasil na proibição de testes em animais**. Disponível em: <<http://www.dw.de/são-paulo-é-pioneiro-no-brasil-na-proibição-de-teste-em-animais/a-17386034>>. Acesso em 02 mar. 2015.

OLIVEIRA, Jelson Roberto. **A heurística do temor e o despertar da responsabilidade**. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4035&secao=371> . Acesso em: 29 jun. 2013.

OST, François. **A natureza à margem da lei**. A ecologia à prova do direito. Rio de Janeiro: Instituto Paget, 1995.

PAIXÃO, Rita Leal. **Os desafios das Comissões de Ética no uso de animais**. Disponível em: <http://paginas.uepa.br/ccbs/ceua/images/stories/documentos/DesafiosCEUAs_RPaixao84-87.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2015.

PEATTIE, K.; CHARTER. **Green Marketing**. The Marketing Book. 5. ed. 28. Oxford: Elsevier. 2003.

PEOPLE FOR THE ETHICAL TREATMENT OF ANIMAL. Product testing: toxic and tragic. **Animals used for experimentation**. Disponível em: <<http://www.peta.org/issues/animals-used-for-experimentation/animals-used-experimentation-factsheets/product-testing-toxic-tragic/>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

PRIMATT, Humphry. **A Dissertation of the Duty of Mercy and the Sinn of Cruelty Against Brute Animals**. Disponível em: <<https://ia902305.us.archive.org/0/items/adissertationon00primgoog/adissertationon00primgoog.pdf> >. Acesso em: 21 mar. 2015.

PROJETO ESPERANÇA ANIMAL. Testes em animais. Disponível em: <<http://www.pea.org.br/crueldade/testes/>>. Acesso em: 13 dez. 2016.

REZENDE, A.H.; PELUZIO, M.C.G; SABARENSE, C.M. Experimentação animal: ética e legislação brasileira. **Revista de Nutrição**. Campinas, SP, v.21. n.2. p. 237-242. mar./abr. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-52732008000200010&script=sci_arttext>. Acesso em: 14 set. 2013.

ROCKOFF, Jonathan D. **Chips substituem os ratos do laboratório**. The Wall Street Journal, 2013 Disponível em : <http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323393804578556090965206854.html?mod=WSJP_inicio_MiddleTop&linkSource=valor >. Acesso em: 14 set. 2013.

SALOMÃO, Paulo César. **O confronto entre o Direito à Intimidade e o Direito à Informação**. Trabalho de Pós Graduação apresentado na Universidade de Coimbra, Portugal. Disponível em: < http://www.tjrj.jus.br/c/document_library/get_file?uuid=3ad735ca-1573-4ce5-b536-a1e11fb4de5b&groupId=10136 >. Acesso em: 8 mai. 2015.

SINGER, Peter. **Ética Prática**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo. Martins Fontes, 2006.

_____. **In Defense of Animals.** The Second Wave. Oxford: Blackwell Publishing, 2006.

_____. **Animal Liberation Movement.** Disponível em: <https://nwveg.org/files/Singer_The_Animal_Liberation_Movement.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2015.

TINOCO, Isis Alexandra Pincella. **Lei Arouca:** Avanço ou Retrocesso? Disponível em: <<http://www.abolicionismoanimal.org.br/artigos/leiaroucaavanoouretrocesso.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2013.

VERBEKE, Wim A. J., VIAENE, Jacques. Ethical Challenges for Livestock Production: Meeting Consumer Concerns about Meat Safety and Animal Welfare. **Journal of Agricultural and Environmental Ethics.** 2000. Disponível em: <http://www.researchgate.net/profile/Wim_Verbeke2/publication/227201060_Ethical_Challenges_for_Livestock_Production_Meeting_Consumer_Concerns_about_Meat_Safety_and_Animal_Welfare/links/02e7e525c006758960000000.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2015.

VOLTOLINI, Ricardo. Rótulos, selos e certificações ambientais. **Revista Ideia Socioambiental,** 2010. Disponível em: <<http://www.ideiasustentavel.com.br/pdf/IS20%20-%20Dossie%20v3.pdf>>. Acesso em: 4 abr. 2015.