



O Bem-Estar Animal

Grupo de Pesquisa e Extensão
em Marketing e Gestão



Se é Bayer, é bom

Este Boletim MarkEsalq apresenta informações sobre o bem-estar animal, abordando questões como a finalidade e a utilização do marketing para informar o consumidor sobre a cadeia do setor alimentício, vestuário e cosmético. O texto está dividido em quatro partes, em que a primeira explica a situação inicial da utilização dos animais. A segunda parte define a corrente de bem-estar animal. A terceira parte aborda sobre a utilização dos animais para fins científicos e os princípios éticos envolvidos. Por fim, os estudos de casos, o qual aborda o turismo no parque *SeaWorld* e o desenvolvimento da Inteligência Artificial que evitará testes laboratoriais em animais.

Sugestões e comentários são bem vindos e podem ser realizados pelo e-mail grupo@markesalq.com.br e pelo blog do boletim [boletim boletimmarkesalq.blogspot.com.br](http://boletimmarkesalq.blogspot.com.br)

Boa leitura!

Nicole dos Santos¹

O Bem-Estar Animal

Introdução

Os animais sempre foram utilizados pelos seres humanos como insumo produtivo; eles são a base para vestuário, alimentação, força motora e outras atividades em praticamente todas as comunidades que se estabeleceram no planeta ao longo das décadas. Há inúmeros estudos mostrando que a cultura de determinadas civilizações era baseada nos seus hábitos alimentares, fazendo com que o sentimento de pertencimento à comunidade fosse intrinsecamente conectado aos animais que eram caçados e/ou criados com a finalidade de abate⁵.

Ao longo dos anos a utilização dos animais deixou de ser apenas para a subsistência e passou a ter finalidade científica, para o progresso da sociedade. Isso fez com que, ao longo dos anos, fossem levantados inúmeros debates sobre a utilização destes animais, que ocorreu por parte de filósofos e pesquisadores, tanto do ponto de vista do resultado para as pesquisas, quanto da seguridade do animal em relação ao estudo; este fato gerou opiniões controversas entre aqueles que acreditavam que o animal deveria ser resguardado de alguns direitos e aqueles que apenas os viam como um recurso bruto⁶.

Nas últimas décadas com o crescimento do denominado "consumidor verde" (o qual busca sustentabilidade em tudo que consome), houve uma crescente pela demanda de produtos que seguem os padrões éticos (em toda a cadeia de custódia), realizem atividades sociais com a comunidade local e mitiguem os seus impactos ambientais, sempre prezando pela retirada ética dos recursos naturais e ambientais³. Neste aspecto o bem-estar animal entra com força, já que os consumidores tem cada vez mais empoderamento sobre a cadeia de custódia e acabam demandando por produtos que estejam dentro dos padrões éticos e morais de produção.

► Definição de bem-estar animal

Não existe uma data fixa para a criação do termo bem-estar animal, uma vez que este sempre esteve em diversas discussões sobre a ética no processo produtivo. A corrente ganha força com a maior conscientização da população sobre os impactos negativos dos processos produtivos, a curto e longo prazo⁵.

A corrente de bem-estar animal acredita que os animais possam ser utilizados para fins antrópicos, seja em testes laboratoriais, vestuário, fins alimentícios e outros usos que acontecem cotidianamente; porém estes devem ser resguardados de maus tratos desde o seu nascimento, desde o seu cativeiro e a chegada da sua morte². Essa corrente de pensamento visa uma seguridade maior ao animal e ao produto final, já que o animal utilizado não está sob altos níveis de estresse.

É importante diferenciar o bem-estar animal de outras teorias, que lutam pelo fim da utilização de animais para qualquer finalidade produtiva; uma vez que este não quer extinguir a utilização de animais para as atividades humanas e sim dar um processo mais humanizado ao animal. As principais correntes do bem-estar animal se pautam nos segmentos de cosméticos, alimentícios e também dentro de todo o segmento científico (considerando, inclusive, a parte acadêmica).

► SEGMENTO CIENTÍFICO

Considerando que inúmeros sociólogos já discorreram sobre a utilização de animais em testes laboratoriais não há como escolher uma época ou data em que este teve início, porém sabe-se que a primeira reivindicação da humanização dos processos científicos com o uso de animais foi no ano de 1846, em Londres, quando alguns pesquisadores começaram a defender a utilização da anestesia cirúrgica nos animais que seriam submetidos a procedimentos com finalidade científica⁹.

Rede AgroServices
Sua rede de
contatos e ideias.

#SOMOSTODOS
PRODUTORES



Aqui você se atualiza, faz conexões
e toma as melhores decisões.

Cadastre-se já: www.redeagroservices.com.br



rede
AgroServices
pelo desenvolvimento do agronegócio

Trinta anos mais tarde foi criada, na Inglaterra, a primeira regulamentação da utilização de animais, com finalidade científica, sendo denominado de "Princípios de ética aplicados em benefício da experimentação animal". A partir desta data foram sendo criados inúmeros outros órgãos reguladores e criadores de princípios éticos para a utilização destes; a primeira comissão de ética com enfoque no tema foi criada em 1979, na Suécia, que foi pioneira, chamando outros países a criarem as suas normas e comissões, o Brasil criou a Comissão de Ética no Uso de Animais (CEUA) em meados da década de 90.

O Brasil, além de criar a comissão também criou o Conselho Nacional do Controle de Experimentação Animal (CONCEA), que tem como finalidade formular as normas relativas à utilização humanitária de animais. Há também um projeto de Lei criado em 1979 que tinha como interesse organizar e dar parâmetros para a utilização de animais, porém este ainda não entrou em vigor; portanto todos aqueles que realizam pesquisas e ensaios que utilizem algum tipo de animal devem seguir os parâmetros estipulados pelo CEUA e, também, pelo CONCEA, uma vez que estes tentam resguardar a integridade do animal, do objeto de estudo e do próprio pesquisador.

▶ SEGMENTO ALIMENTÍCIO

O segmento alimentício se difere dos demais, pois nele quem dita às normas e regras da produção do bem é o próprio mercado através da importação e exportação. Por ser extremamente lucrativo exportar carnes para outros países o produtor se adapta as necessidades e demandas que são dadas para que a transação ocorra efetivamente.

Atualmente o mercado tem sido cada vez mais exigente nas questões fitossanitárias e adição desenfreada de hormônios, fazendo com que o produtor que deseja ter uma nova área de mercado tenha que se adaptar a esta realidade.

Nos últimos anos, uma parcela do mercado consumidor de carne passou a demandar um novo tipo de produto, considerada uma linha *premium*, onde o animal deve ser criado em pasto, não deve ingerir hormônios e deve possuir um abate humanitário; principalmente devido a melhora na qualidade do produto final³. Por mais que esta demanda venha por parte de uma pequena quantidade de pessoas já existem alguns produtores se adaptando e procurando explorar este mercado devido a sua alta rentabilidade.

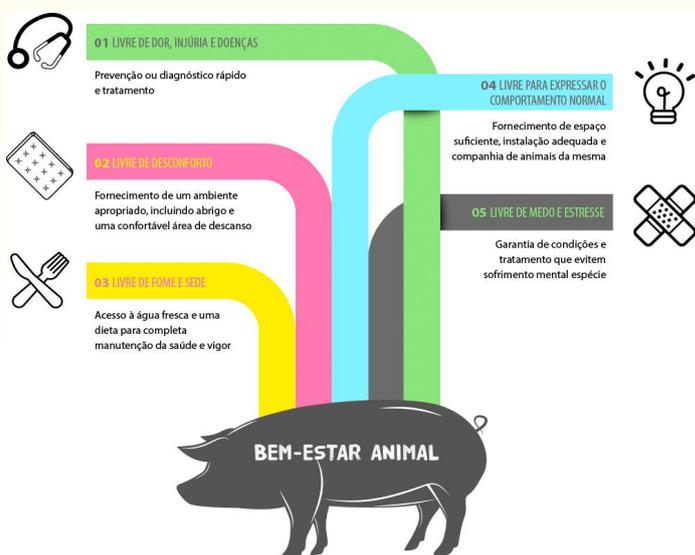


Figura 1: As cinco liberdades.
Fonte: World Animal Protection.

▶ SEGMENTO DE COSMÉTICOS

A produção de cosméticos sempre demandou um número muito grande de animais, que em sua maioria acabaram morrendo ao longo do processo por ele ser extremamente invasivo. O aumento das tecnologias gerou novos métodos de testes, que são inclusive mais eficientes, fazendo com que não fosse mais necessário forçar animais a um método abusivo e invasivo.

Portanto nos últimos anos tem sido criada uma grande demanda mundial pelo fim da utilização dos animais para esta finalidade; porém como a gestão deste tipo de legislação é descentralizada alguns países e estados continuam com a obrigatoriedade deste procedimento. O que não é o caso do estado de São Paulo que promulgou a Lei Estadual 15.316/2014 que proíbe a "utilização de animais para desenvolvimento, experimento e teste de produtos cosméticos e de higiene pessoal, perfumes e seus componentes"⁸, esta lei foi um importante marco, já que todas as empresas que produziam cosméticos, em todo o estado, tiveram que se adaptar a esta nova realidade de mercado.

Como a demanda, neste caso, tem sido pela população civil e também pelo estado, grande parte das empresas nacionais passaram a mudar o seu processo produtivo, para atender essa nova tendência mercadológica.

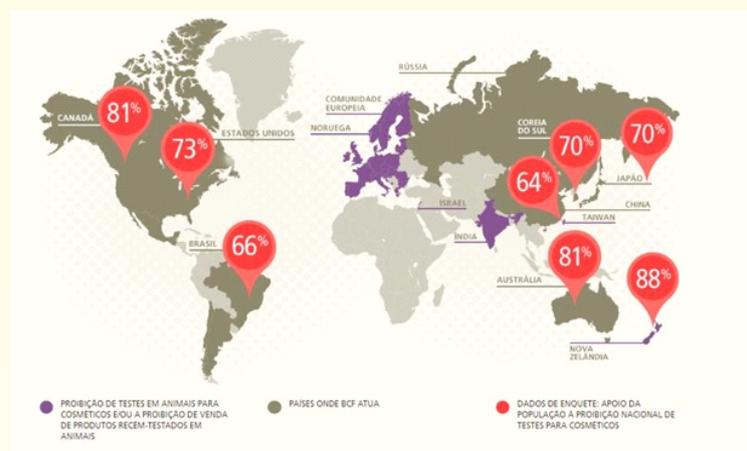


Figura 2: Ganhando força mundialmente.
Fonte: Humane Society Internacional.

▶ SEGMENTO DE VESTUÁRIO

O ser humano sempre utilizou animais para a produção de vestimenta, principalmente devido à proteção térmica que estes proporcionam, porém são necessários vários animais para a produção de um lote destas peças, o que, atualmente, gera uma elevação no preço destas.

Um número considerável de ONG's e de pessoas passou a demandar que o couro dos animais parasse de ser utilizado e que aqueles animais que possuem a sua penugem tosada fossem tratados de forma humanitária, coisa que não acontecia normalmente nas grandes produções. Para a primeira problemática as tecnologias auxiliaram, criando tecidos sintéticos, que são quentes e mais baratos, se produzidos em larga escala, enquanto para a segunda as questões do bem-estar tem tratado, dando uma maior segurança ao consumidor que segue esta vertente.

O Marketing e o Bem-Estar Animal



Um dos papéis essenciais no marketing é identificar as necessidades e desejos do consumidor e impulsionar produtos que combinem com estes dois fatores, fazendo com que não seja necessário um esforço de vendas¹⁰; ele é responsável pelo fracasso ou sucesso de uma companhia, o que o torna de suma importância para as organizações.

Considerando o bem-estar animal como um novo segmento de mercado e como uma demanda de vários consumidores em todos os países, um marketing bem feito deve fazer com que a ideia principal da organização e do produto se torne referência no mercado e para o consumidor.

Como uma parte das empresas tem se atentado a este mercado elas têm usado cada vez mais o seu departamento de marketing, para auxiliar o consumidor a conhecer mais sobre o processo produtivo e dar referências que ele pode precisar na hora da compra; o principal referencial tem sido a utilização e selos e certificações que mostram ao consumidor o diferencial que existe naquele produto e quais os benefícios que poderiam ser adicionados a ele caso ele utilizasse sempre aquela marca.

Os principais segmentos que o marketing tem atuado em relação ao bem-estar animal são nos cosméticos e no segmento alimentício, onde a sua maior participação tem sido com a utilização de selos que comprovam a qualidade e o referencial daquele produto; estes são importantes por informar melhor ao consumidor sobre o produto, tanto no momento de sua pesquisa e quanto durante o momento da compra em si; outro fator importante é que a sua utilização poderá instigar novos consumidores a procurar sobre o assunto e, conseqüentemente, sobre a empresa.

Uma das principais formas que o marketing tem atuado nesta segmentação de mercado é através da propagação dos selos que o produto tem nas mídias sociais, isso gera uma maior informação ao consumidor, que ao pegar o produto nas prateleiras poderá se informar melhor sobre aquilo que ele irá consumir, fazendo com que novos clientes fiquem intrigados ao realizarem suas compras e busquem mais informação sobre o assunto.

Os principais selos distribuídos em relação ao bem-estar animal são o "cruelty free", que representa o segmento de cosméticos e o "certified humane Brasil", representando o segmento alimentício; existem ainda outros selos que demonstram que aquele produto não passou por nenhum processo de maus tratos aos animais.



Figura 2: Selo "cruelty free"
Fonte: Cruelty Free Internacional



*Baseado nas normas do Programa de Certificação Certified Humane Raised & Handled, as quais incluem uma nutrição equilibrada livre de antibióticos ou hormônios, abrigos e áreas de repouso para os animais e espaço adequado para a manifestação natural de cada espécie.

Figura 3: Selo "Certified Humane Brasil" – Bem-Estar Animal
Fonte: Certified Humane Brasil

O caso do Turismo no SeaWorld

Uma grande agência de viagens britânica, a Thomas Cook, observou a preocupação de seus clientes com o bem-estar animal e através de uma pesquisa, obteve resposta positiva em 90% delas¹.

Após ouvir especialistas em bem-estar animal por 18 meses, a empresa resolveu não realizar mais viagens ao parque SeaWorld nos Estados Unidos, por manterem baleias orcas em cativeiro. Pacotes de viagens que eram realizados ao Loro Parque na Espanha, também foram banidos da empresa¹.

O SeaWorld declara não criar mais baleias orcas em cativeiro, mas as que nasceram em cativeiro continuarão no parque acompanhando os visitantes por muitos anos.

O parque afirmou que já recebeu vários visitantes do Reino Unido e que eles conhecem todo o cuidado que oferecem aos seus animais¹.

As críticas ao parque aumentaram após um documentário sobre a manutenção de orcas em cativeiro. No ano passado, a Thomas Cook iniciou uma auditoria de 49 parques que usam animais como atração para verificar o cumprimento de padrões de bem-estar. Isso foi feito com base nos padrões estabelecidos pela ABTA (Associação de Agentes de Viagens Britânicos). Cerca de 30 locais avaliados foram reprovados e a empresa deixou de vender pacotes¹.

A Inteligência Artificial a favor do bem-estar animal

Através de estudos recentes na área de Toxicologia ligada a medicamentos, foi comprovado que é possível prever resultados e as características de novos componentes usando, para isso, os dados disponíveis de testes e experimentos anteriores. Na prática, isso significa projetar efeitos (e efeitos colaterais) de novas drogas sem precisar testá-las em animais⁷.

O estudo recém-publicado na revista Toxicological Sciences, que possuem pesquisadores de instituições como a Johns Hopkins University, em Baltimore nos EUA e a University of Konstanz na Alemanha, treinou um sistema de inteligência artificial para prever quão tóxicas seriam milhares de substâncias químicas desconhecidas. As informações vêm de testes em animais realizados anteriormente⁷.

As conseqüências são animadoras, pois em alguns casos, os resultados são mais confiáveis e precisos que os dos testes em animais. O modelo criado pelos pesquisadores consegue prever o grau de toxicidade para 10 mil produtos químicos em 9 tipos de testes. Vários efeitos negativos podem ser analisados, desde ameaças a ecossistemas aquáticos até danos causados pela inalação das substâncias⁷.

Um dos autores da pesquisa, o toxicologista da Johns Hopkins University, Thomas Hartung, em entrevista ao site The Next Web, afirma que os modelos computacionais poderiam substituir alguns testes padrão que são aplicados a milhões de animais todos os anos. "O poder do big data significa que podemos produzir uma ferramenta mais previsível que vários testes em animais"⁷.

A pesquisa que ele lidera utilizou dados coletados pela Agência Europeia de Produtos Químicos (ECHA) desde 2007. Utilizando uma técnica comum em inteligência artificial, o processamento natural de linguagem (NLP), eles alimentaram o modelo com informações de aproximadamente 10 mil produtos químicos e suas propriedades. Detalhe: esses dados foram obtidos por meio de quase 800 mil testes em animais⁷.

As vantagens de utilizar inteligência artificial para testar efeitos de substâncias químicas não dizem respeito apenas aos animais, pois também tornam o processo mais rápido e menos caro⁷.



A crescente pelo apelo sustentável dos meios produtivos, tanto pelas ONG's, quanto pelo governo e pelo próprio consumidor, tem criado uma nova segmentação de mercado que possui tendência ao crescimento, pois há uma tendência, por parte dos governos e da sociedade, de cobrar uma maior responsabilidade social das empresas, principalmente daquelas que geram externalidades negativas.

O bem-estar animal está dentro da segmentação de sustentabilidade, uma vez que ela faz com que o insumo produtivo passe por uma maior humanidade ao longo de sua vida, o que gera externalidades positivas para a sociedade como um todo. O conceito, em si, já foi discutido por alguns pesquisadores e filósofos, mas tem ganhado uma maior proporção nos últimos anos, principalmente pelo avanço da internet, que faz com que o consumidor tenha um maior acesso as informações da cadeia de custódia do produto que está comprando.

As empresas e organizações que se dispõem a entrar nesta segmentação de mercado necessitam de um bom marketing, que consiga além de trazer os consumidores do segmento, torne a empresa um referencial para o consumidor quando este pensar em bem-estar animal.

ⁱ Graduada em Gestão Ambiental pela Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz" ESALQ/USP

Referências

¹ BBC NEWS. Agência de turismo deixa de vender viagens ao SeaWorld por preocupações com o bem-estar dos animais. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45027460?ocid=socialflow_facebook>. Acesso em: 02 ago. 2018.

² BEM - ESTAR ANIMAL: Conceito e questões relacionadas – Revisão. Disponível em: <<http://unb2.unb.br/posgraduacao/docs/fav/BEMESTARANIMALCONCEITOQUESTOESRELACIONADAS.pdf>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

³ CARDOSO, A. P. O consumidor verde. Disponível em: <<http://www.ibrajus.org.br/revista/artigo.asp?idArtigo=87>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

⁴ CAZELLI, L. O bem-estar animal e o seu efeito na qualidade bovina. Disponível em: <<http://sites.beefpoint.com.br/mypoint/o-bem-estar-animal-e-seu-efeito-na-qualidade-da-carne-bovina/>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

⁵ HODGES, J. Animals and values in society. Disponível em: <<http://www.lrrd.org/lrrd11/3/hod1113.htm>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

⁶ LEVAI, L.F.; RALL, V. Experimentação animal: histórico, implicações éticas e caracterização como crime ambiental. Disponível em: <https://veddasrn.files.wordpress.com/2013/11/experimentac3a7c3a3o-animal_-histc3b3rico-implicac3a7c3b5es-c3a9ticas-e-caracterizac3a7c3a3o-como-crime-ambiental.pdf>. Acesso em: 24 jul. 2018.

⁷ PESSOA, C. Inteligência artificial pode evitar testes de medicamentos em animais. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/software/132687-inteligencia-artificial-evitar-testes-medicamentos-animais.htm>>. Acesso em: 07 ago. 2018.

⁸ SCHNAIDER, T.B.; SOUZA, C. Aspectos éticos na experimentação animal. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-70942003000200014>. Acesso em: 24 jul. 2018.

⁹ São Paulo. Lei nº 15.316, de 23/01/2014. Proíbe a utilização de animais para desenvolvimento, experimento e teste de produtos cosméticos e de higiene pessoal, perfumes e seus componentes e dá outras providências. Diário Oficial do Estado de São Paulo. São Paulo, SP, 24 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.al.sp.gov.br/norma/?id=172282>>. Acesso em: 24 jul. 2018.

¹⁰ KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. Ed. Pearson Education. 12. Ed. São Paulo: Pearson Education.

"O Boletim MarkEsalq é uma publicação periódica do grupo de extensão em Marketing e Gestão, o MarkESALQ. O grupo foi criado em 2011 na ESALQ/USP e tem como missão gerar e disseminar conhecimento sobre marketing e gestão aos seus membros e à sociedade como um todo. O Boletim MarkEsalq tem como jornalista responsável Mariana Vizoto; sendo coordenado pelas acadêmicas Carolina Velloso Prado e Isabella Galdino Ballesterio. É supervisionado pelos coordenadores do grupo, Professores Eduardo Eugênio Spers e Hermes Moretti Ribeiro da Silva. Tem como parceira a empresa Moretti Design. Para mais informações, acesse: www.markesalq.com.br ou www.boletimmarkesalq.blogspot.com.br."