



UNIFACS

UNIVERSIDADE SALVADOR

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES'

UNIVERSIDADE SALVADOR

CURSO DE DIREITO

SCHEILLA ROCHA ROSA DE BRITO

**PRODUTOS ESTÉTICOS X DANOS À SAÚDE DOS
CONSUMIDORES**

Salvador

2014

Scheilla Rocha Rosa de Brito

PRODUTOS ESTÉTICOS X DANOS À SAÚDE DOS CONSUMIDORES

Trabalho do Curso de Direito apresentado na Universidade
Salvador – Unifacs no 2º semestre de 2014.
Orientado pela Profª Flávia Marimpietri.¹

**Salvador
2014**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 A LUCRATIVIDADE DA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS NA CONTRAMÃO DOS RISCOS À SAÚDE DO CONSUMIDOR.....	7
3 OS DIREITOS BÁSICOS À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR E OS CUIDADOS A SEREM ADOTADOS NA COMPRA E USO DOS PRODUTOS DE ESTÉTICA.....	15
3.1 Cuidados na compra.....	19
3.2 Cuidados no uso.....	21
3.3 Jurisprudência.....	22
4 CONCLUSÃO.....	24
5 REFERÊNCIAS.....	25

RESUMO

A pesquisa sobre os produtos estéticos comercializados hoje em dia é de suma importância para os consumidores, pois lança um alerta sobre o aumento vertiginoso do consumo inconsciente de itens rotulados como “garantidores de saúde e bem-estar plenos”, graças à ascendente “ditadura da beleza”. Sabe-se que a evolução da medicina farmacêutica e das técnicas de desenvolvimento de medicamentos tem proporcionado benefícios inquestionáveis para a sociedade, como a restauração da saúde e o aumento da expectativa de vida. Entretanto, esta realidade também deu ensejo à uma avalanche de ofertas de produtos de beleza e cosméticos que prometem soluções “milagrosas” ao público alvo, o que talvez possa trazer consequências graves para a saúde do consumidor que se ilude por elas. Este trabalho pretende realizar um estudo do consumo de produtos desenvolvidos para uso estético, mas que diversas vezes ocultam em sua fórmula substâncias nocivas à saúde humana. Conclui-se a partir desse estudo que se faz indispensável o fornecimento das informações necessárias pelo fornecedor aos consumidores, para que estes estejam cientes quanto aos riscos presentes no uso indiscriminado de tais substâncias.

Palavras-chave: Produtos estéticos; danos à saúde; publicidade enganosa; ditadura da beleza.

1 INTRODUÇÃO

Diariamente, a sociedade convive com a imposição de um ideal de beleza que está longe de se assemelhar à multiplicidade da natureza humana e suas particularidades. A realidade é que, no geral, a população naturalmente não se encaixa nos atributos físicos reputados como sinônimo do que é belo¹, simétrico e atraente. O conceito de beleza é ditado por uma pequena minoria que destaca as características de juventude, corpos esculturais e sempre em boa forma como uma tendência a ser seguida, enquanto a maioria está fora do padrão considerado belo e faz de tudo para alcançá-lo, afinal, todos sentem necessidade de aceitação e integração na sociedade. (INADA, 2014)

Nessa preocupação com a busca pela aparência perfeita, motivada pelos valores culturais da chamada “ditadura da beleza” disseminada mundo afora, principalmente através da exposição da mídia, cada vez mais mulheres e até mesmo os homens vêm se submetendo a inúmeros tratamentos estéticos com o objetivo exclusivo de alcançar o padrão de beleza apresentado incessantemente nas revistas, programas de TV, *outdoors* pelas ruas, etc. Tais padrões enaltecem uma figura “ideal” de perfeição, induzem o culto pela estética e convencem muitos a submeter-se ao uso de produtos e tratamentos a qualquer custo para obter o visual da moda, muitas vezes negligenciando a própria saúde. (JORGE, 2006)

Toda essa apelação tem uma razão de ser. Não é à toa que as pessoas são “sistematicamente submetidas a um forte apelo pela valorização da estética”. A maciça influência da mídia sobre o público é fortemente motivada pelo poder do mercado e das indústrias de beleza que, visando lucros cada vez maiores, investem alto em publicidade e propaganda, para incutir a necessidade de consumo nas pessoas, estimulando-as a não terem senso crítico e experimentarem tudo na tentativa de elevar sua autoestima. (JORGE, 2006)

¹ A definição de beleza segundo o dicionário: qualidade do que é belo, agradável ou que desperta admiração. A beleza é uma experiência, um processo cognitivo ou mental, ou ainda, espiritual, relacionada à percepção de elementos que agradam de forma singular aquele que a experimenta. A beleza agrada a quem vê, muitas vezes não podemos definir o que achamos belo. Simplesmente nos sentimos bem em admirar certas formas, figuras, paisagens ou pessoas. (INADA, 2014)

Não se pode olvidar os notórios benefícios proporcionados para a sociedade com a evolução da medicina farmacêutica e das técnicas de desenvolvimento de medicamentos, como a restauração da saúde, o aumento da expectativa de vida e o despertar de uma maior conscientização com relação aos cuidados com a saúde. Logicamente, não se pode dizer que o consumo de produtos estéticos por si só seja algo negativo para as pessoas. É evidente que o seu uso pode sim proporcionar uma melhora da sua aparência e bem-estar, desde que haja o respeito ao padrão de qualidade, fidelidade ao resultado prometido e a preservação da saúde do consumidor. (CHAIB, 2005)

Porém, observa-se que diante de uma sociedade altamente consumista que demanda a produção em massa, tais requisitos acabam sendo ignorados pelos fabricantes, que muitas vezes estão mais interessados na lucratividade do que na segurança e saúde do consumidor. O que se tem visto hoje é que o imperativo da saúde e da beleza tem dado ensejo a uma “busca incessante por fórmulas mágicas”, o que desencadeou em uma avalanche de ofertas de produtos de beleza e cosméticos que prometem soluções “milagrosas” ao público alvo, podendo vir a representar graves consequências para a saúde do consumidor que se iludir por elas.

A popularização da busca pelo bem-estar foi analisada pelo psicólogo Élisson Santos, que se manifestou no sentido de que muito embora os benefícios proporcionados pela ciência no que se refere aos cuidados com a beleza e o corpo simbolizarem a aparência de uma boa saúde, deve-se atentar para o fato de que “a indústria da beleza não tem por objetivo cuidar do bem-estar ou da qualidade de vida das pessoas, este padrão de beleza atual visa criar pessoas altamente ansiosas para que elas sejam altamente consumistas”. (MACHADO, 2014)

Notavelmente, o mercado de produtos estéticos adotou uma estratégia certa: numa sociedade estimulada a valorizar o aspecto externo em detrimento de

aspectos internos da personalidade humana como os valores morais, afetivos, intelectuais e espirituais, as pessoas insatisfeitas com a própria aparência se tornam o alvo perfeito para se tornarem consumistas impulsivos de uma série de novidades estéticas, conduzidas por sentimentos de frustração, angústia e rejeição.

O que se vê é que as pessoas têm sido cada vez mais induzidas a consumirem produtos de beleza de toda sorte e a frequentarem mais clínicas de estética, guiadas pelo desejo de alcançar uma aparência perfeita, mas apesar de todos os esforços despendidos, essa busca às vezes acaba por resultar em insatisfação com o resultado, e, contrariamente à expectativa criada, a autoestima despenca por não se alcançar o resultado esperado. (JORGE, 2006)

O presente trabalho não pretende questionar a relevância da vaidade e da estética para a sociedade, mesmo porque não resta dúvidas quanto a sua importância na vida do ser humano. O que se busca é alertar os consumidores para o problema da supervalorização de tais aspectos, quando a preocupação e insegurança com os atributos externos se torna tão excessiva que chega a ponto de levá-los a, inadvertidamente, fazer uso de qualquer produto ou tratamento estético que esteja sendo ofertado, sem se certificar dos possíveis riscos que podem acarretar à sua saúde.

2 A LUCRATIVIDADE DA INDÚSTRIA DE COSMÉTICOS NA CONTRAMÃO DOS RISCOS À SAÚDE DO CONSUMIDOR

Atualmente, venera-se a ostentação de uma aparência jovem, esbelta e atraente, graças à influência dos padrões de beleza disseminados pela indústria cultural na nossa sociedade. A imposição desses atributos, originada pelo culto à imagem culturalmente predominante hoje em dia, de certa forma “obriga” as pessoas a adequarem-se ao perfil estabelecido, pois só assim resgatarão a própria auto-estima e voltarão a sentir-se aceitas socialmente. (MACHADO, 2014)

A referida conjuntura propositalmente tem impulsionado o instinto consumista de

muitos que se sentem insatisfeitos fisicamente consigo mesmos e estão à procura de solução para essas imperfeições, o que, por consequência, aumentou gradativamente os gastos com produtos e clínicas de estética, cosméticos e salões de beleza. Porém, para muitas pessoas o custo despendido nunca é o bastante, pois elas voltam a ficar insatisfeitas, já que estão inseridas num círculo vicioso que as induz a sempre consumir mais, com o objetivo de atingir a “perfeição”. Isso se reflete nas estatísticas² que revelam que a indústria de cosméticos tem registrado nos últimos 14 anos uma altíssima lucratividade no mercado a nível mundial, alcançando o patamar de até 23 bilhões por ano. (MACHADO, 2014)

É importante destacar-se que a entrada das mulheres no mercado de trabalho está diretamente relacionada ao crescimento desse lucro exorbitante, posto que elas fazem parte da parcela da população que mais se preocupa com a estética e que mais consome os produtos de beleza ditos “garantidores da saúde e bem-estar plenos”. (JORGE, 2014)

Milhões de exemplares desses produtos proliferam continuamente no mercado, nas prateleiras das farmácias e lojas de departamento, clínicas especializadas, salões de beleza e afins, desde maquiagens, tratamentos capilares e de pele como alisamentos, escovas progressivas, tinturas, cremes antienvelhecimento, antiestrias, anti-celulite, “botox”, até medicamentos para emagrecer e queima de gordura localizada, enfim, uma infinidade de rótulos que prometem o alcance prático e rápido ao aspecto físico pretendido, disponíveis a todos os gostos e preços a todos os bolsos. (JORGE, 2014)

O problema que surge especialmente nessa modalidade de consumo ocorre quando as criações da indústria de cosméticos, com suas fórmulas indecifráveis e eventualmente com substâncias mais baratas e tóxicas para o ser humano, são mais voltadas a auferir lucro do que a proteger a saúde do consumidor, parte vulnerável³

² Livres ou escravos da beleza? Disponível em: <<http://destrave.cancaonova.com/livres-ou-escravos-da-beleza/>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

³ A noção de vulnerabilidade no direito associa-se à identificação de fraqueza ou debilidade de um dos sujeitos da relação jurídica em razão de determinadas condições ou qualidades que lhe são

da relação de consumo, que pode vir a se submeter ao uso inadequado desses produtos sem a informação⁴ necessária. Nesse contexto, Laila Ferreira Chaib (2005) acertadamente comenta que:

“A ganância dos produtores (fabricantes/ fornecedores), responsáveis por esses produtos, transforma o desenvolvimento dos mesmos em camuflagem para sua real intenção: a busca por um lucro exacerbado. Grandes investimentos, sem grandes obrigações e com poucas penalidades propiciam a esses profissionais o campo livre para um retorno financeiro inescrupuloso. A substituição por matérias-primas mais baratas, a negligência na utilização das mesmas, a imprudência no processo de fabricação e a imperícia com que esses profissionais trabalham, colocam em risco o bem mais precioso do ser humano, a vida. Bem este, protegido pela legislação em sua Carta Magna e o qual deveria ser preservado por todos, já que um dia tais profissionais gananciosos podem cair em uma de suas próprias armadilhas.”

Diante disso, é importante salientar que nas relações de consumo existe a vulnerabilidade do consumidor, parte contratual mais fraca, sobre a qual incide o regramento do CDC (art. 4º, I⁵) com vistas a restabelecer o equilíbrio do contrato, uma vez tendo ocorrido o desequilíbrio em razão da desigualdade na relação com o fornecedor⁶. Vale dizer que o consumidor enquanto pessoa física é presumidamente vulnerável, ainda que de modo relativo, ao ser passível de afastamento quando se consegue comprovar o conhecimento aprofundado em relação ao produto ou serviço adquirido; já o consumidor pessoa jurídica não se presume vulnerável, cabendo comprovação no caso concreto, sob pena de não se aplicar do CDC. (BARROS, 2011, p. 7)

inerentes ou, ainda, de uma posição de força que pode ser identificada no outro sujeito da relação jurídica. (...) A opção do legislador brasileiro foi pelo estabelecimento de uma presunção de vulnerabilidade do consumidor, de modo que todos os consumidores sejam considerados vulneráveis, uma vez que a princípio não possuem o poder de direção da relação de consumo, estando expostos às práticas comerciais dos fornecedores no mercado. (MIRAGEM, 2013, p. 114)

⁴ O direito básico à informação do consumidor é estabelecido no artigo 6º, III, do CDC: “III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”. Constitui-se em uma das bases da proteção normativa do consumidor no direito brasileiro, uma vez que sua garantia tem por finalidade promover o equilíbrio de poder de fato nas relações entre consumidores e fornecedores, ao assegurar a existência de uma equidade informacional das partes. (MIRAGEM, 2013, p. 194)

⁵ “Art. 4º *Caput* (...): I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”.

⁶ O CDC, ao definir fornecedor, refere em seu artigo 3º, caput: “Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

O autor Bruno Miragem (2013, p. 139) confirma a existência de tal presunção para o fornecedor no tocante ao conhecimento especializado sobre o produto ou serviço por ele oferecido, quando, de outro lado, o consumidor geralmente não domina esse tipo de informação sobre o produto ou serviço que adquire ou utiliza, já que não busca lucro através dele, nem o reemprega no mercado de consumo, sendo apenas destinatário final fático e econômico.

Observa-se então que, devido ao fato de os produtos disponíveis no mercado acabarem representando um risco quando são potencialmente lesivos à saúde de quem os utiliza, a sua qualidade⁷ e segurança precisam ser atestadas para que sejam considerados adequados ao consumo. O critério básico a ser obrigatoriamente atendido é a observação às normas técnicas estabelecidas pelas entidades acreditadas, a exemplo da Associação Brasileira de Normas Técnicas, e pelos órgãos estatais competentes pela sua fiscalização, como o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) e do Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (CONMETRO), para então serem comercializados. Quando algum produto ou serviço em oferta não está em conformidade com as normas técnicas, caberá a esses órgãos públicos a sua regulação. (MIRAGEM, 2013, p. 284)

Desse modo, acentua-se a importância do INMETRO, o qual ressalta a necessidade das empresas, diante deste mercado em constante ascensão às custas do íntimo desejo humano de melhorar sua aparência, utilizarem componentes seguros no constante desenvolvimento de novos produtos e processos, de modo a não apresentarem riscos à saúde dos consumidores. Nesse sentido, o INMETRO (2006) alerta:

“Os cosméticos são produtos largamente utilizados pela população, uma vez que se relacionam diretamente com a busca constante da beleza e também

⁷ Com base no princípio do controle de qualidade, o Estado deve estimular o fornecedor na criação de meios eficientes de qualidade e segurança de produtos e serviços. Trata-se de uma postura preventiva da empresa para evitar ou atenuar os conflitos com o consumidor. O Estado cumpre esse princípio ao impor as exigências necessárias à colocação do produto ou serviço no mercado, forçando o fornecedor a realizar testes prévios, rejeitando o produto ou serviço prejudicial à saúde ou segurança do consumidor ou nocivo ao meio ambiente. (BARROS, 2011, p. 23)

no intuito de encobrir as marcas de acidentes e do envelhecimento natural. Como são normalmente aplicados sobre a pele, cabelos e unhas, apresentam risco de produzir efeitos indesejáveis ao usuário. Por este motivo, são produtos submetidos ao controle da Vigilância Sanitária e devem ser adquiridos, armazenados e utilizados com alguns cuidados”.

Além do INMETRO, vale ressaltar que no Brasil há a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa. Trata-se de uma empresa cuja responsabilidade é a de atestar a eficácia, qualidade e segurança dos produtos cosméticos para o consumidor, e declarar os dados que os comprovem, considerando-se que “a avaliação da segurança deve preceder a colocação do cosmético no mercado”⁸. Sendo assim, qualquer produto cosmético necessariamente tem que ser compatível com as condições normais e previsíveis de uso para que possa ser disponibilizado ao livre alcance do consumidor no mercado.

A Anvisa, portanto, é um órgão fiscalizador e regulamentador⁹ de produtos para as empresas fabricantes, encarregado de certificar a segurança de toda e qualquer substância ou alimento que envolva o bem estar e a saúde de seus consumidores, bem como acompanhar o processo de produção, as técnicas e os métodos empregados até o consumo final. Através da concessão de um registro ou notificação, ela concede a autorização de comercialização de artigos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes¹⁰.

Ocorre que, mesmo após a fiscalização, muitos dos produtos analisados podem ainda se revelar inadequados ao uso, sendo um risco à saúde do consumidor a depender do seu manuseio e utilização, conservação, período de vencimento, e até mesmo do modo de transportação, que podem eventualmente alterar a sua composição e provocar reações indesejadas no corpo humano. (CATHARINO;

⁸ Guia para avaliação de segurança de produtos cosméticos (2003, p. 9). Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/cosmeticos/guia/guia_cosmeticos_final_2.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2014.

⁹ Agência Nacional de Vigilância Sanitária. (2010, p. 8) Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/7122b3804745869c8feadf3fbc4c6735/Relatorio_5_anos_DEFINITIVO.pdf?MOD=AJPERES>. Acesso em 29 jul. 2014.

¹⁰ Para garantir ao consumidor a aquisição de produtos seguros e de qualidade, a Anvisa é responsável pela autorização de comercialização de artigos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes, mediante a concessão de registro ou notificação. A Anvisa também fiscaliza e estabelece normas para as empresas fabricantes, verificando o processo de produção, as técnicas e os métodos empregados até o consumo final. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

FERREIRA; OLIVEIRA; SARTOR, 2013)

É o que demonstra uma pesquisa realizada em 2013 na Universidade de Campinas, a qual observou que os produtos de estética podem conter certos componentes químicos capazes de irritar a pele. Os pesquisadores fizeram um estudo de produtos cosméticos como lápis de olho, esmaltes de unha e batons, e obtiveram constatações preocupantes. (CATHARINO; FERREIRA; OLIVEIRA; SARTOR, 2013)

Descobriu-se que, das três amostras de lápis de olho (um novo, um usado e outro com uso vencido) que foram selecionadas para averiguação, todas traziam em sua composição substâncias possivelmente prejudiciais à saúde, derivadas de uma matéria-prima que o fabricante escolheu inadequadamente. Constatou-se também que “o produto vencido mostrou substâncias que, além de irritações e alergias, podem tornar o ambiente ocular propício para proliferação de microrganismos causadores de infecções na região”. (CATHARINO; FERREIRA; OLIVEIRA; SARTOR, 2013)

Quanto aos esmaltes de unha, três das nove marcas investigadas apresentaram em sua composição taxas elevadas do corante SUDAM III, substância de uso autorizado que pode causar câncer. O risco se manifesta quando o produto entra em contato com a cutícula e a pele, bem como na ingestão do produto, diante do hábito que algumas pessoas têm de roer as unhas com o esmalte. Por fim, viu-se que na análise de cinco amostras de batom (duas novas, duas em uso e uma com prazo de validade vencido), “um dos produtos em uso apresentou mudanças significativas em algumas características sensoriais, como odor rançoso, antes mesmo do vencimento do prazo de validade, enquanto outro não tinha um dos componentes hidratantes descritos no rótulo.” (CATHARINO; FERREIRA; OLIVEIRA; SARTOR, 2013)

Ademais, existe a preocupante “escova progressiva”, que virou moda no Brasil por deixar o efeito liso nos cabelos. O que muitas pessoas não sabem é que esse produto é produzido a partir de elevadas concentrações de formol, uma substância

tóxica, cancerígena¹¹ e proibida no país para essa finalidade (desvio do uso), mas que ainda vem sendo utilizada largamente como produto de estética nos salões de beleza, mesmo tendo se demonstrado um dos maiores vilões à saúde do consumidor, provocando desde reações alérgicas e doenças dermatológicas até complicações maiores que podem levar à morte.¹²

A Anvisa recolheu amostras dos produtos que continham formol para realizar uma análise, e verificou que os alisantes não eram fabricados por laboratório algum, mas eram sim de elaboração caseira, em sua maioria. Além disso, os vigilantes sanitários confirmaram através de pesquisa de campo que “nos próprios salões as pessoas estavam misturando formol, queratina e cremes e aplicando nas clientes”. Desde então, a Anvisa tem alertado os frequentadores desavisados dos salões para os riscos de alisantes clandestinos e para a necessidade de se adotar cuidados básicos na escolha e uso desses produtos, já que representam uma grande ameaça para a saúde, apesar de sua promessa tentadora àqueles que desejam estar nos padrões de beleza e conseguir a “solução milagrosa” para obter cabelos lisos.¹³ É o que se conclui do resultado da pesquisa:

“A utilização indevida do formol na composição de alisantes, conforme foi

¹¹ De acordo com a dermatologista Maria Natalia D’Fraia, do ambulatório de cabelo da Unifesp (Universidade Federal de São Paulo), o reagente químico altera o DNA. O formol é um produto químico forte o suficiente para alternar o DNA celular e causar câncer. O risco da doença é proporcional a frequência com que a pessoa entra em contato com o produto. Isso significa que quanto mais vezes o formol for utilizado, maiores são as chances do tumor. Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), o formol está relacionado ao aparecimento de tumores na região das vias aéreas, como nariz, boca, faringe, laringe e traqueia. Neste caso, o aparecimento da doença não é imediato, mas pode surgir após anos de uso do produto. Disponível em: <http://www.ijoma.com.br/noticia_view.php?ID=899>. Acesso em: 05 ago. 2014

¹² O uso do formol como alisante capilar não é permitido pela Anvisa, pois esse desvio de uso pode causar sérios danos ao usuário do produto e ao profissional que aplica o produto, tais como: irritação, coceira, queimadura, inchaço, descamação e vermelhidão do couro cabeludo, queda do cabelo, ardência e lacrimejamento dos olhos, falta de ar, tosse, dor de cabeça, ardência e coceira no nariz, devido ao contato direto com a pele ou com vapor. Várias exposições podem causar também boca amarga, dores de barriga, enjoos, vômitos, desmaios, feridas na boca, narina e olhos, e câncer nas vias aéreas superiores (nariz, faringe, laringe, traqueia e brônquios), podendo até levar a morte. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/Orientacoes+ao+Consumidor/edfbef004fac8bacb390b7c78b70df36>>. Acesso em: 05 ago. 2014

¹³ **Risco de alisantes clandestinos à saúde.** Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/Orientacoes+ao+Consumidor/Risco+de+alisantes+clandestinos+a+saude>>. Acesso em: 05 ago. 2014

detectado pela Vigilância Municipal do Rio de Janeiro nas fórmulas apreendidas e segundo a literatura técnico-científica atual, representa sérios riscos. Os vapores dessa substância são altamente agressivos às mucosas, olhos e aparelho respiratório, podendo provocar asma. Além de irritação e dermatites, o uso tópico - em soluções concentradas - causa branqueamento e endurecimento da pele, originando reações de sensibilização, aumento de rigidez e perda de sensibilidade no local exposto ao contato da fórmula clandestina.”

A proibição do uso do formol veio no ano de 2009 (momento em que os prejuízos à saúde por causa da substância já vinham sendo contabilizados em larga escala) através da publicação da Resolução RDC 36. A partir de então, a comercialização do formol foi vedada nos estabelecimentos como drogarias, farmácias, supermercados, empórios, lojas de conveniências e *drugstores*, com o seguinte objetivo:

“A finalidade dessa Resolução é restringir o acesso da população ao formol, coibindo o desvio de uso do formol como alisante capilar, protegendo a saúde de profissionais cabeleireiros e consumidores. Dados recebidos pela Anvisa mostram que as notificações de danos causados por produtos para alisamento capilar triplicaram no 1º semestre de 2009 em comparação com todo o ano de 2008, sendo que na maioria dos casos há suspeita do uso indevido de formol (e também de glutaraldeído) como substâncias alisantes.”¹⁴

O grande problema hoje em dia é que o uso do formol, desde a sua proibição nos produtos cosméticos¹⁵, vem passando por uma fase de “camuflagem”. Alguns salões de beleza têm prometido a escova sem formol ou a que possui uma quantidade mínima da substância aos seus frequentadores, criando nomes que deixam uma impressão mais inofensiva em relação à escova progressiva, a exemplo de escovas “inteligentes”, de chocolate, de morango, etc., quando na verdade elas permanecem alguma porcentagem de formol em sua formulação, para obter um resultado de alisamento. Os dermatologistas alertam para o uso inadequado dessas progressivas com “pouco formol”, afirmando que “se o cabelo alisou, com certeza tem mais formol

¹⁴ **Formol e Glutaraldeído como alisantes – Diga NÃO ao Uso Indevido.** Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/Orientacoes+ao+Consumidor/edfbcb004fac8bacb390b7c78b70df36>>. Acesso em: 05 ago. 2014

¹⁵ A legislação sanitária permite o uso de formol e glutaraldeído em produtos cosméticos capilares apenas na função de conservantes (com limite máximo de 0,2% e 0,1%, respectivamente), durante a fabricação do produto, somente. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/Orientacoes+ao+Consumidor/edfbcb004fac8bacb390b7c78b70df36>>. Acesso em: 05 ago. 2014

do que a Anvisa permite" ¹⁶:

“Para preservar a saúde e afastar o risco de câncer, os dermatologistas são enfáticos: mulheres que querem ter o cabelo liso devem buscar outras alternativas de alisamento sem o formol. A mensagem também deve ficar clara para o cabeleireiro que, muitas vezes, insiste para a realização da escova progressiva 'fraquinha'.”

Sendo assim, o consumidor não pode se deixar enganar por essas novas “apresentações” e precisa buscar informações sobre o registro do produto. O desvio do uso do formol ou de qualquer outra substância a um produto acabado, ou seja, pronto para uso, é considerado uma infração sanitária, e, desse modo, as sanções administrativas¹⁷, cíveis e penais aplicáveis à essa prática serão devidamente aplicadas ao estabelecimento que dela lançar mão.¹⁸

3 OS DIREITOS BÁSICOS À SAÚDE E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR E OS CUIDADOS A SEREM ADOTADOS NA COMPRA E USO DOS PRODUTOS DE ESTÉTICA

A compra e o uso de produtos estéticos demandam uma atenção redobrada do consumidor para as potenciais lesões que eles poderão acarretar em sua integridade física. Os fabricantes e fornecedores¹⁹ devem sempre seguir estritamente as regras estabelecidas pelo CDC²⁰ no que diz respeito à transparência

¹⁶ A Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) permite apenas 0,2% de formol em produtos de beleza, mas não para fim de alisamento. Esta dose de formol é apenas para conservar o produto e evitar bactérias. Disponível em: <http://www.ijoma.com.br/noticia_view.php?ID=899>. Acesso em: 05 ago. 2014

¹⁷ A par das sanções administrativas cabíveis pela violação das normas em questão, a previsão da violação destas normas técnicas como práticas abusivas permite a atuação dos órgãos de defesa do consumidor e demais legitimados para a tutela coletiva prevista no CDC, para promoverem a defesa dos interesses dos consumidores nos termos previstos nesse diploma legal. Da mesma maneira, caracterizada a prática como abusiva, e portanto ilícita, surge para os consumidores prejudicados a possibilidade de demandar o fornecedor que a promova, em acordo com o regime de responsabilidade civil previsto no CDC. (MIRAGEM, 2013, p. 284)

¹⁸ A legislação sanitária permite o uso de formol e glutaraldeído em produtos cosméticos capilares apenas na função de conservantes (com limite máximo de 0,2% e 0,1%, respectivamente), durante a fabricação do produto, somente. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/Orientacoes+ao+Consumidor/edfbeb004fac8bacb390b7c78b70df36>>. Acesso em: 05 ago. 2014

¹⁹ A garantia de segurança constituirá dever do fornecedor relativamente aos produtos e serviços oferecidos no mercado (arts. 8º a 10), na proibição da publicidade abusiva (art. 37, § 2º), e fundamentar a imposição de sanções administrativas (art. 58) e penais (arts. 63 a 66, e 68). (MIRAGEM, 2013, p.190)

²⁰ No sistema do CDC, leis imperativas irão proteger a confiança que o consumidor depositou no

de informações sobre os produtos direcionados ao consumidor, principalmente no tocante às consequências ruins do seu uso para a sua saúde e segurança, direitos básicos devidamente estabelecidos no artigo 6º, I²¹, do mencionado diploma legal. É evidente que a garantia de proteção desses direitos tem sua origem no art. 5º da Constituição Federal, mas o legislador ainda assim também decidiu por estabelecê-los na tutela das relações de consumo, para pôr em destaque “a proibição de se colocar no mercado de consumo os produtos e serviços que acarretam riscos à vida, à saúde ou à segurança dos consumidores”. (BARROS, 2011, p. 29)

O autor Bruno Miragem (2013, p.190) comenta que o direito à proteção da saúde e segurança está intimamente vinculado com a tutela do direito à vida, explicando que:

“Por direito à saúde podemos considerar o direito a que se seja assegurado ao consumidor no oferecimento de produtos e serviços, assim como no consumo e utilização dos mesmos, todas as condições adequadas à preservação de sua integridade física e psíquica. Já no que diz respeito ao direito à segurança, consiste basicamente em direito que assegura proteção contra riscos decorrentes do mercado de consumo. Por direito básico à segurança do consumidor, podemos entender como o que assegura a proteção do consumidor contra riscos decorrentes do oferecimento do produto ou do serviço, desde o momento de sua introdução no mercado de consumo, abrangendo o efetivo consumo, até a fase de descarte de sobras, embalagens e demais resíduos do mesmo.”

Caso o fornecedor viole o dever de segurança, será responsabilizado pelo pagamento de indenização ao consumidor, seja por fato do produto ou do serviço²². São considerados produtos impróprios para o consumo aqueles “nocivos à vida e à saúde”, que põem em risco a proteção da integridade física do consumidor, bem jurídico tutelado pelas regras da responsabilidade pelo vício do produto (art. 18, §6, II²³), e que até mesmo provocam eventuais danos também à sua integridade moral, haja visto que os danos indenizáveis não se restringem à ofensa física. (MIRAGEM, 2013, p. 191 e 192)

produto, na marca, na informação que o acompanha, na sua segurança ao uso e riscos normais ou que razoavelmente dele se espera, irão proteger, em resumo, a confiança que o consumidor deposita na segurança do produto ou do serviço colocado no mercado. (MARQUES, 2013, p. 405)

²¹ CDC “Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;”

²² CDC Artigos 12 a 14.

²³ CDC Art. 18 *Caput*: “§ 6º São impróprios ao uso e consumo: II - os produtos (...) nocivos à vida ou à saúde (...)”.

Assim, o CDC reserva um de seus capítulos para tratar especialmente “da Proteção à Saúde e Segurança”. O art. 8º inicia dispondo que “os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.” Em suma, ele impõe um dever geral de segurança contra riscos à saúde e segurança dos consumidores aos fornecedores de produtos, bem como o dever de oferecer apenas produtos que acarretem os riscos normais que dele se esperam. (MARQUES, 2013, p. 410)

O surgimento da massificação e multiplicação das relações contratuais e pré-contratuais de consumo em que os consumidores e usuários não são identificados individualmente, bem como a crescente produção e comercialização de produtos estéticos, trouxe a necessidade de se estabelecer um paradigma mais objetivo, capaz de transcender a subjetividade da boa ou má-fé do fornecedor e assegurar a qualidade e segurança esperada por todos os contratantes, usuários atuais e futuros. Desse modo, criou-se um critério de medida de confiança do consumidor chamado de “periculosidade normal ou esperada²⁴”, que, com base no princípio da precaução, previne²⁵ a ocorrência de danos ao proibir a introdução de produtos e serviços que representem riscos à saúde e segurança do consumidor, quando não for devidamente comprovada a sua inexistência. (MARQUES, 2013, p. 405)

Adiante, o art. 9º do CDC regulamenta que “o fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.” Vê-se que quando se trata de produtos e serviços “perigosos” ou potencialmente “perigosos”, o

²⁴ Periculosidade inerente: é a que está dentro da normalidade e previsibilidade apresentada pela própria natureza do produto ou serviço. Nesse caso, o dano sofrido pelo consumidor não é indenizado pelo fornecedor. (BARROS, 2011, p. 30)

²⁵ O dever de prevenção de danos é a proibição de introduzir no mercado produtos e serviços que apresentem (hoje e no futuro) alto grau de nocividade e periculosidade à saúde e segurança dos consumidores como base da responsabilidade própria sem culpa dos fornecedores de produtos e serviços no microsistema do CDC. (MARQUES, 2013, p. 422)

CDC impõe expressamente o dever do fornecedor de informar o consumidor de modo exaustivo sobre esse risco por meio de mensagens claras, alertas e manuais de instrução expostos de modo compreensível também para leigos, que abusem de cores e sinais de perigo²⁶. Além disso, de acordo com o mesmo dispositivo, ainda que o fornecedor disponibilize a informação nesses termos, ele não estará isento “da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto”, a exemplo da retirada do produto ou da cessação do serviço, voluntária ou administrativa. (MARQUES, 2013, p. 414)

O art. 10º do CDC, por sua vez, completa a ideia trazida pelo art. 8º ao proibir a colocação no mercado de consumo de produtos e serviços que tragam riscos à saúde ou segurança dos consumidores, mandando informar, e através do *recall* administrativo retirar aqueles produtos e serviços que violem os padrões normais de segurança:

“Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.”

O artigo prevê uma proibição geral, ou seja, institui um “dever de vigilância” pós-contratual no qual, saiba o fornecedor ou não do fato da nocividade ou

²⁶ O CDC, em seu art. 6º, incisos II e III, determina que: “São direitos básicos do consumidor a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações e a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como os riscos que apresentem”. Estabelece ainda o CDC, em seu art. 31, o regramento quanto às informações apresentadas na oferta e na apresentação de produtos ou serviços, que devem ser “corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos, de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.”

periculosidade do produto que foi introduzido no mercado, ele sempre estará sujeito a informar o consumidor a respeito. (MARQUES, 2013, p. 422)

Quanto aos possíveis riscos que os produtos de estética podem apresentar em sua formulação, existe uma divisão em duas categorias: os de GRAU DE RISCO I²⁷, ou menor potencial de risco, a exemplo de batons, cremes hidratantes, pós faciais e xampus, que devem ser apenas notificados à Anvisa; e os de GRAU DE RISCO II²⁸, ou maior potencial de risco, que não são dispensados do registro junto ao Ministério da Saúde, tais como alisantes, tinturas e ondulantes de cabelo. (INMETRO, 2006)

Vê-se então que é necessário que se façam algumas observações sobre os cuidados que o consumidor precisa ter no momento em que compra e utiliza produtos de estética para que ele não ponha em risco a sua saúde.

3.1 Cuidados na compra

O consumidor que estiver em busca de adquirir produtos de estética deve sempre se preocupar em ler cuidadosamente a embalagem do produto que pretende adquirir, e verificar se nela possuem as informações básicas, tais como composição, modo de usar, contra-indicações, forma de armazenamento, lote, datas de fabricação e validade, além da identificação completa do fabricante.²⁹

²⁷ São produtos de higiene pessoal cosméticos e perfumes cuja formulação cumpre com a definição adotada no item 1 do Anexo I da RDC 211/05 e que se caracterizam por possuírem propriedades básicas ou elementares, cuja comprovação não seja inicialmente necessária e não requeiram informações detalhadas quanto ao seu modo de usar e suas restrições de uso, devido às características intrínsecas do produto, conforme mencionado na lista indicativa "LISTA DE TIPOS DE PRODUTOS DE GRAU 1" estabelecida no item "I" deste Anexo. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/O+que+e+cosmetico/Classificacao+de+Produtos+de+Higiene+Pessoal+%2C+Cosmeticos+e+Perfumes>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

²⁸ São produtos de higiene pessoal cosméticos e perfumes cuja formulação cumpre com a definição adotada no item 1 do Anexo I da RDC 211/05 e que possuem indicações específicas, cujas características exigem comprovação de segurança e/ou eficácia, bem como informações e cuidados, modo e restrições de uso, conforme mencionado na lista indicativa "LISTA DE TIPOS DE PRODUTOS DE GRAU 2" estabelecida no item "II" deste Anexo. Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/O+que+e+cosmetico/Classificacao+de+Produtos+de+Higiene+Pessoal+%2C+Cosmeticos+e+Perfumes>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

²⁹ PROCON. SEDSDH (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos). Disponível em: <<http://www.procon.pe.gov.br/faq/index.php?tipo=%20Sa%C3%BAde>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

O INMETRO (2006) especifica em detalhes o que deve conter na embalagem dos cosméticos: nome de Marca; componentes presentes; finalidade, cuidados especiais, precauções e instruções de uso; número de registro dos cosméticos de grau de risco II, junto ao Ministério da Saúde; nome do responsável técnico e respectivo número de registro junto ao Conselho Regional de Farmácia (CRF) ou de Química (CRQ).

A Lei 6.360/76, que trata da vigilância a que os cosméticos devem ser submetidos, dispõe que o usuário do produto deve primeiramente se certificar de que ele é registrado na Anvisa/Ministério da Saúde. Para garantir a segurança e a eficácia do produto, o fabricante/fornecedor deve obter o seu registro na Anvisa, apresentando perante a mesma uma todos os documentos e informações técnicas referentes à sua composição e formulação, a serem analisadas pela Gerência-Geral de Cosméticos da Anvisa, com base em regulamentação específica e nas exigências estabelecidas na legislação sanitária. Deve-se comprovar que o uso correto do produto, em geral, não ocasiona danos à saúde.³⁰ Quanto a essa necessidade de registro, esclarece a gerente-geral de Cosméticos da Anvisa, Josineire Sallum que:

"quando o produto não está registrado, sua composição não foi avaliada e o produto pode conter substâncias proibidas ou de uso restrito, em condições e concentrações inadequadas ou não permitidas acarretando riscos à saúde da população. Nesse caso, o consumidor não deve utilizar o produto e deve acionar o órgão de Vigilância Sanitária de sua cidade".

As compras de cosméticos em feiras ou camelôs não são aquisições recomendadas, tanto pela inexistência de registro junto ao Ministério da Saúde (na Agência Nacional de Vigilância Sanitária), pelas precárias condições de armazenagem que podem levar à deterioração e perda da qualidade do produto, quanto pela ausência de garantia e de nota fiscal.³¹

³⁰ **Risco de alisantes clandestinos à saúde.** Disponível em: <<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/Anvisa+Portal/Anvisa/Inicio/Cosmeticos/Assuntos+de+Interesse/Orientacoes+ao+Consumidor/Risco+de+alisantes+clandestinos+a+saude>>. Acesso em: 05 ago. 2014

³¹ PROCON. SEDSDH (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos). Pernambuco, Governo do Estado. Disponível em: <<http://www.procon.pe.gov.br/faq/index.php?tipo=%20Sa>>

3.2 Cuidados no uso

Após a compra, o consumidor deve observar o modo de uso dos produtos de estética com bastante cautela. O PROCON³² determina que as instruções contidas no rótulo devem ser sempre seguidas, devendo-se dar especial atenção às frases de precauções, como "Cuidado com a área dos olhos", "Mantenha fora do alcance das crianças", "O uso indevido pode causar sérios acidentes", "o contato manual pode provocar a contaminação do produto causando problemas à saúde", etc., porque algumas formulações cosméticas contêm componentes químicos que podem causar irritações, alergias e até queimaduras graves.

Ainda há aqueles produtos que demandam um cuidado especial após o uso, a exemplo de "alguns cremes para a pele, utilizados para amenizar rugas e manchas são elaborados à base de ácidos que apresentam ação esfoliante, ou seja, descamação da pele não sendo recomendável exposição ao sol." As tinturas e alisantes também precisam desse cuidado, pois o usuário deve certificar-se de que o prazo necessário para a reaplicação já se passou desde a última aplicação, pois o seu uso antes do tempo recomendado pode gerar danos como a quebra e a queda dos cabelos.³³ São muitas as advertências para o uso dos produtos para cabelos, a exemplo do que se vê a seguir:

"Cuidado com tinturas capilares e clareadores. A aplicação direta em sobrancelhas ou cílios pode causar irritação nos olhos e cegueira. Não se recomenda o uso deste produto em gestantes. Caso haja contato de produtos com os olhos, lave imediatamente com água corrente e, assim como no caso de ingestão, procure socorro médico; não utilize alisantes, tinturas e ondulantes caso tenha feridas no couro cabeludo; não faça aplicações consecutivas de tinturas, alisantes e ondulantes em curto espaço de tempo pois, isso danifica e provoca queda de cabelo; quando sentir qualquer alteração durante a utilização do produto, interrompa o seu uso e lave imediatamente com água corrente o local de aplicação. Sentindo-se mal ou com irritação persistente, procure socorro médico; não deixe

[%C3%BAde>](#). Acesso em: 02 ago. 2014.

³² PROCON. SEDSDH (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos). Pernambuco, Governo do Estado. Disponível em: <<http://www.procon.pe.gov.br/faq/index.php?tipo=%20Sa%C3%BAde>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

³³ PROCON. SEDSDH (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos). Pernambuco, Governo do Estado. Disponível em: <<http://www.procon.pe.gov.br/faq/index.php?tipo=%20Sa%C3%BAde>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

produtos como tintura, alisantes, ondulantes, clareadores, depilatórios e outros sobre a pele e couro cabeludo por tempo superior ao indicado nas instruções.”

Além disso, antes de se iniciar o uso efetivo do cosmético, para que problemas de reações indesejadas sejam evitados, é indispensável que se faça uma prova de toque segundo as instruções de uso, pois pode ser que surja alguma reação alérgica ao produto. A frase: "CUIDADO. Contém substâncias passíveis de causar irritação na pele de determinadas pessoas. Antes de usar, faça a prova de toque", deve sempre estar na embalagem de produtos que apresentarem essas características, por determinação da Resolução 79/2000. (INMETRO, 2006).

Não se deve utilizar cosméticos com o prazo de validade vencido, visto que eles podem não fazer efeito desejado ou prejudicar sua saúde. Observe-se o disposto no art. 18, § 6º, II do Código de Defesa do Consumidor:

"são impróprios ao uso e consumo os produtos deteriorados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação".

O uso de cosméticos infantis exigem testes mais rigorosos que buscam a diminuição do risco de alergias e/ou irritações, mas apesar disso não podem ser poupados todos os tipos de cuidados com o uso desses produtos em crianças. O PROCON³⁴ adverte no sentido de que: “utilize somente as linhas infantis, destinadas exclusivamente a elas”, “em caso de dúvida na aplicação de produtos cosméticos em crianças, consulte antes o pediatra”.

3.3 Jurisprudência

Finalmente, faz-se necessária uma breve observação de alguns dos precedentes jurisprudenciais sobre danos à saúde dos consumidores, que vêm a ilustrar o que foi

³⁴ PROCON. SEDSDH (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos). Pernambuco, Governo do Estado. Disponível em: <<http://www.procon.pe.gov.br/faq/index.php?tipo=%20Sa%C3%BAde>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

abordado ao longo do presente trabalho:

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. ACIDENTE DE CONSUMO. INFORMAÇÕES INSUFICIENTES QUANTO AOS RISCOS DA UTILIZAÇÃO DE PRODUTO COSMÉTICO. REAÇÃO ALÉRGICA. CONFIGURAÇÃO DO DEVER DE INDENIZAR.

Caso dos autos em que a autora sofreu forte reação alérgica pela utilização de dois esmaltes fabricados pela ré. À luz das disposições do CDC, é objetiva a responsabilidade do fabricante por dano decorrente de fato do produto, bem como é dever do fabricante informar acerca dos riscos do produto à saúde e segurança dos consumidores, especialmente quando o seu uso do pode causar graves danos. Prova dos autos que demonstra a falta de informações adequadas quanto aos riscos do produto, notadamente com relação à existência de componente que podem causar reação alérgica. Configuração do dever de indenizar. (Apelação Cível Nº 70057545832, Nona Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Tasso Caubi Soares Delabary, Julgado em 18/12/2013)

A jurisprudência acima evidencia a responsabilidade objetiva por parte do fabricante, em virtude da reação alérgica que causou dano à saúde da autora ter decorrido do uso do produto estético. O fabricante não cumpriu com o seu dever de informar “acerca dos riscos do produto à saúde e segurança dos consumidores”, ou seja, não advertiu o consumidor sobre a existência de um componente no esmalte que poderia causar reações alérgicas, caracterizando assim o dever de indenizar a autora.

APELAÇÃO CIVIL. RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. COSMÉTICO. REAÇÃO QUÍMICA LESIVA À SAÚDE. FALHA NO DEVER DE INFORMAÇÃO. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. DANOS MORAIS. QUANTUM INDENIZATÓRIO.

Restou demonstrada a aquisição e aplicação do produto conforme as orientações da embalagem, bem como a reação experimentada pela autora após o uso do produto, através das fotografias inseridas nos autos. Oportuno destacar que não é possível exigir do consumidor prova mais robusta quanto ao nexos de causalidade, pois não há dúvidas quanto ao fato da autora ter utilizado o creme e esta apresentar reação aos componentes da fórmula, os quais vieram a ocasionar os danos descritos na inicial. De qualquer modo, devem ser informados ao consumidor, na embalagem do produto, todos os eventuais efeitos colaterais e danos que por ventura possam ocorrer com a utilização do cosmético. Conduta ilícita da demandada que faz presumir os prejuízos alegados pela parte autora, é o denominado dano moral puro. Afastada a preliminar suscitada e dado provimento ao apelo. (Apelação Cível Nº 70056132301, Quinta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Jorge Luiz Lopes do Canto, Julgado em 27/11/2013)

O exemplo acima trata de outra falha do fornecedor no tocante ao seu dever de informar. O juiz fundamentou apropriadamente a sua decisão ao dar provimento ao

pedido de danos morais em face da ausência de informação na própria embalagem do produto cosmético sobre todos os possíveis efeitos colaterais e danos, o que deu ensejo a uma reação química lesiva à saúde da autora, após a sua utilização.

RESPONSABILIDADE CIVIL. AÇÃO DE REPARAÇÃO DE DANOS MATERIAIS E MORAIS. TRATAMENTO DE CABELO QUE RESULTOU NA QUEDA DO MESMO. PROVA COLIGIDA AOS AUTOS QUE DÁ AMPARO À PRETENSÃO DA AUTORA. MANUTENÇÃO DA SENTENÇA.

Caso em que a autora, que costumeiramente realizava tratamento de cabelo no salão de beleza da ré, depois de efetuar o tratamento de cabelo, este com utilização de produto diverso daquele que sempre utilizou, veio a ter queda de cabelos. Prova coligida aos autos que dá conforto à pretensão indenizatória. Indenização não deve ser em valor ínfimo, nem tão elevada que torne desinteressante a própria inexistência do fato. Atenção às particularidades das circunstâncias fáticas à fixação da indenização que, no caso, fica mantida, nos termos do que consta na parte dispositiva da sentença. Apelação desprovida. Decisão unânime. (Apelação Cível Nº 70048938260, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Jorge Alberto Schreiner Pestana, Julgado em 27/09/2012)

APELAÇÃO CÍVEL. RESPONSABILIDADE CIVIL. DANOS MATERIAIS E MORAIS. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. ESTÉTICA DE BELEZA. APLICAÇÃO DO [CDC](#). RELAXAMENTO CAPILAR. REAÇÃO QUÍMICA ADVERSA. QUEDA DE CABELO. NEGLIGÊNCIA NO ATENDIMENTO. DANOS CONFIGURADOS. MANUTENÇÃO DO QUANTUM INDENIZATÓRIO. SENTENÇA MANTIDA. CONCEDIDA AJG À PARTE DEMANDADA. REJEITARAM AS PRELIMINARES, NEGARAM PROVIMENTO AO APELO DA DEMANDANTE E DERAM PARCIAL PROVIMENTO AO APELO DA DEMANDADA. UNÂNIME. (Apelação Cível Nº 70027712330, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Luís Augusto Coelho Braga, Julgado em 10/12/2009).

E, enfim, nos últimos casos demonstrados verifica-se o exemplo prático de um problema que tem se tornado cada vez mais frequente para muitas pessoas que frequentam salões de beleza e centros de estética. Elas acabam sendo ludibriadas e convencidas a fazerem tratamentos capilares que estão em desconformidade com as normas técnicas dos órgãos públicos fiscalizadores, e terminam sofrendo lesões à sua saúde que são passíveis de indenização.

4 CONCLUSÃO

Por fim, o que se depreende a partir do presente estudo é que a sociedade está sob a mira do poder de manipulação do mercado capitalista, que criou um cenário de vulnerabilidade para os consumidores diante da pressão midiática pelo culto ao

corpo e à boa aparência, e da cultura do consumo originada pela produção em massa.

Conclui-se, portanto, que tal conjuntura demanda uma indispensável proteção ao consumidor através do fornecimento obrigatório das informações necessárias pelo fornecedor, servindo de alerta para que as pessoas estejam cientes quanto aos riscos presentes no uso indiscriminado de produtos estéticos que contenham substâncias que possam provocar reações indesejadas à sua saúde e segurança.

5 REFERÊNCIAS

CATHARINO, Rodrigo Ramos; FERREIRA, Mônica Siqueira; OLIVEIRA, Diogo Noin de; SARTOR, Sabrina de Bona. Metodologia detecta riscos à saúde em produtos de beleza. **Jornal da Unicamp**, Campinas, mai. 2013. Disponível em: <<http://www.unicamp.br/unicamp/ju/560/metodologia-detecta-riscosa-saude-em-produtos-de-beleza>>. Acesso em: 01 ago. 2014

CHAIB, Laila Ferreira. [A responsabilidade civil dos fabricantes e fornecedores de produtos farmacêuticos](#). **Jus Navigandi**, Teresina, ano 10, n. 566, 24 jan. 2005. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/6207>>. Acesso em: 29 jul. 2014.

BARROS, Flávio Monteiro de. **Manual de direito do consumidor**. 1. ed. São Paulo: Rideel, 2011.

BRASIL. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (Lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990). **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 set. 1990.

INADA, Marcelo Norio. A ditadura da beleza. **Oficina da comunicação**. Disponível em: <<http://www.oficinadacomunicacao.inf.br/new/index.php/contato/27-marcelo-inada/27-artigo-a-ditadura-da-beleza>>. Acesso em: 30 jul. 2014

INMETRO. Informações ao consumidor (Tinturas de cabelo). 24 dez. de 2006. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/consumidor/produtos/tintura_cabelo.asp>. Acesso em: 02 ago. 2014.

JORGE, Sâmara. Ditadura da beleza – uma visão subjetiva. 2006. Disponível em: <http://www.psicologia.pt/artigos/imprimir_o.php?codigo=AOP0068>. Acesso em: 01 ago. 2014.

LEI 6.360, de 23/09/76, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - **Dispõe sobre a vigilância a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos e dá outras providências**.

MACHADO, Daniel. Livres ou escravos da beleza? Disponível em: <<http://destrave.cancaonova.com/livres-ou-escravos-da-beleza/>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

MARQUES, Cláudia Lima. In: MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio

Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 4. ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.

PROCON. SEDSDH (Secretaria de Desenvolvimento Social e Direitos Humanos). Pernambuco, Governo do Estado. Disponível em: <<http://www.procon.pe.gov.br/faq/index.php?tipo=%20Sa%C3%BAde>>. Acesso em: 02 ago. 2014.

RESOLUÇÃO RDC Nº 36, de 25/07/13, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Institui ações para a segurança do paciente em serviços de saúde e dá outras providências.

RESOLUÇÃO n.º 79, de 28/08/00, Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Adota a definição de produtos cosméticos e estabelece normas e procedimentos para registro de produtos de higiene pessoal, perfumaria, cosméticos e perfumes (para produtos introduzidos no mercado até 14/07/2005).

RESOLUÇÃO RDC nº 211, de 14/07/05, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, Estabelece a Definição e a Classificação de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, conforme Anexos I e II desta Resolução e dá outras providências.