

COSMÉTICOS VEGANOS - ARTIGO DE OPINIÃO



Prof. Fernando Amaral

CEO da World's Natural Fragrances (WNF) Especialista em Óleos Essenciais - Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6948-5374>.

Prof. Dr. Carlos Jorge Rocha Oliveira¹

CEO da Healthsciences Editora de Revistas Científicas - Biólogo - CRBio: 19.428/01D - Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2577-8751>.

Este texto não é um artigo científico, é um artigo de opinião entre dois pesquisadores que resolveram expor suas ideias, insights e visão sobre o mercado verde da cosmética vegana.

COSMÉTICOS VEGANOS - MACROECONOMIA

Consumidores e produtores estão se tornando mais abertos ao uso de cosméticos naturais. Isso pode ser visto neles usando uma variedade de recursos e materiais cosméticos naturais. Esse fato é ainda mais apoiado pela tendência de conscientização ambiental e sanitária. Esses fenômenos podem ser encontrados tanto no comportamento dos produtores quanto dos consumidores.

Atualmente, uma variedade de soluções greentech estão disponíveis na indústria de cosméticos. Usando essas soluções, cosméticos naturais favoráveis ao meio ambiente podem ser produzidos. Há uma infinidade de pesquisas sobre o uso de novas soluções tecnológicas ambientalmente corretas também.

Com o avanço da economia verde sustentada por consumidores mais conscientes, cresce a demanda por produtos do setor HPPC (Higiene Pessoal Perfumaria e Cosméticos) que atendam às necessidades das pessoas, assim como, respeitem as questões ambientais, sendo produzidos de forma a causar o menor impacto possível para o meio ambiente.

Segundo dados de pesquisa da Nielsen Soluções publicados no programa Mundo S/A da Globo News 68% dos consumidores preferem adquirir produtos naturais no mercado brasileiro.

Os impactos ambientais associados aos maus tratos com animais, já não conseguem mais ficar encobertos pelo marketing das empresas, e as novas gerações mais conectadas estão cobrando atitudes severas para que a sociedade de consumo

se transforme rapidamente. Muitos jovens adotam o Veganismo dentro da escola, por influência de um ambiente escolar que aborda as questões ambientais e o impacto de setores industriais, sendo a pecuária alvo de críticas devido a brutalidade de seus processos na produção da proteína animal, muitos jovens adotam o veganismo como protesto para que haja a mudança.

A transformação geracional na classe média inclui todos os anos novos indivíduos à cadeia de consumo, esses indivíduos passam a decidir pela aquisição de produtos de forma dirigida, dando preferência àqueles que tragam os requisitos da sustentabilidade em seus diversos níveis.

A política adotada sobre esses temas, é relevante para a nova sociedade mais esclarecida e é capaz de causar impacto na elegibilidade de autoridades e responsáveis.

O Consumidor exerce seu poder tomando cada vez mais decisões na aquisição de produtos que atendam os requisitos de sustentabilidade e aqui vale dizer que a decisão de compra de cosméticos, cada vez mais será influenciada pelo impacto que este causará no meio ambiente. Uma nova economia verde está surgindo para suprir essa demanda, e com ela nasce uma indústria mais verde e vegana.

CONCEITO VEGANO

Vegano é um termo utilizado para classificar, produtos que não utilizam nada de origem animal e pessoas que não consomem nada de origem animal.

Essa é uma explicação simples e lógica, pode-se dizer também que as pessoas veganas são mais naturalistas, atentam as questões ambientais como um todo e dão preferência à consumir

¹Correspondente: Carlos Jorge Rocha Oliveira - E-mail: profcej52@gmail.com – Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2577-8751>.

de empresas mais conscientes e engajadas com propósitos: de proteção e respeito aos animais, das questões de igualdade social e de conservação e respeito ao meio ambiente.

Sustentabilidade é uma bandeira que o consumidor Vegano carrega, a qual é muitas vezes inapropriadamente utilizada pela indústria convencional, que se aproveita da ingenuidade do consumidor deste nicho oferecendo produtos sim, sem procedência de origem animal, mas utilizam ingredientes químicos sintéticos oriundos do petróleo, os quais embalados por selos e símbolos do veganismo distorcem sua origem insustentável.

COSMÉTICO VEGANO

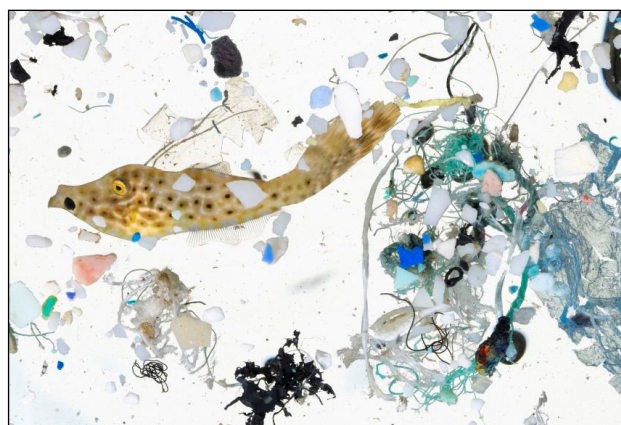
Para que se obtenha um legítimo “**produto Vegano**”, basta que a engenharia por trás deste cosmético não utilize nenhum ingrediente de origem animal.

A frase acima apresenta o posicionamento da **Indústria de alimentação** pois existem apenas duas alternativas em nutrição quanto à ingestão de proteínas, **a proteína vegetal** ou **a proteína animal**, mas no universo dos cosméticos é diferente, pois, além da fonte de proteína animal, a maior parte dos cosméticos disponíveis e já encontrados nas drogarias e nos supermercados brasileiros apresentados como Veganos apresentam ingredientes provenientes do **petróleo**, o que fere imediatamente a questão da proteção animal por causa dos resíduos que este produz, poluindo a água, a terra e o ar para sua obtenção, assim como, aqueles resíduos que serão levados ao meio ambiente por conta da **higiene pessoal e do uso de produtos de beleza**, uma vez que o excesso destes na pele sendo enxaguados do corpo, dos cabelos, dos restinhos dos utensílios de aplicação irão se integrar primeiramente a água e deve-se lembrar que o meio ambiente é a casa dos animais silvestres e selvagens, e que a água é o mais importante elemento na biologia, uma vez que, todas as reações biológicas em vegetais e animais dependem da água.

A poluição invisível da água ocorre pela presença destes resíduos sintéticos, pois estes materiais sintéticos, são semelhantes ao “micro plástico”, estudos recentes já confirmam que o micro plástico presente na água interfere na saúde.

Os micro plásticos são pequenas partículas de plástico que resultam tanto do desenvolvimento de produtos comerciais quanto da quebra de plásticos maiores. Como poluente, os micro plásticos podem ser prejudiciais ao meio ambiente e à saúde animal.

A atividade humana é em todas as suas faces geradora de resíduos, a vida moderna condiciona e fomenta a necessidade de consumo, para atender essa escala de bilhões de indivíduos todos os dias, se faz necessário uma conscientização mais ampla sobre a forma como se deve consumir cosméticos e essa conscientização tem de impactar a Indústria, a qual reage ao consumidor, este tem o poder de decidir e comprar, se o consumidor se tornar consciente de que pode influenciar na forma como as coisas são feitas através do seu poder de compra, se este mesmo consumidor for instruído sobre o que se apresenta no contrarrotulo e de como foi enganado até hoje pelos apelos de marketing, a chance de se iniciar uma **revolução verde** no consumo é enorme.



Micro plásticos: Organismos vivos emaranhados em micro plásticos. Uma amostra de água coletada na costa do Havai mostra como os micro plásticos estão entrelaçados na vida cotidiana dos animais marinhos. “FOTOGRAFIA DE DAVID LIITSCHWAGER”

Os problemas ambientais atuais são estímulos para os consumidores, incentivando-os a comprar produtos verdes. Produtos verdes ou naturais são desenvolvidos ao longo dos padrões ecológicos, e aperfeiçoados como tal. Os produtos verdes têm uma variedade de vantagens, por exemplo: Menos uso de água, material e energia durante a produção, não produzem poluentes para ambientes naturais, e suas embalagens podem ser recicladas. Produtos verdes disponíveis comercialmente também incluem cosméticos verdes. Os consumidores dedicam cada vez mais tempo para entender esses produtos. Cosméticos verdes ou naturais são feitos de recursos naturais, sem o uso de produtos químicos, aditivos para colorir ou outras misturas não naturais. Cosméticos verdes também são frequentemente chamados de cosméticos orgânicos. Cosméticos orgânicos têm uma definição muito mais rigorosa, e vendê-los em sistemas de consumo também pode ser um desafio significativo (armazenamento, expiração etc.).

COMO DEFINIR OS PRODUTOS VEGANOS, NATURAIS, ORGÂNICOS OU CRUELTY FREE

Entre os tipos de cosméticos utilizados no mercado brasileiro, estão os veganos, naturais, orgânicos, cruelty free e os sintéticos. Os veganos são os que não utilizam matérias-primas de origem animal e não são testados em animais. Também possuem um selo de certificação da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB). Não necessariamente são naturais, entretanto, pois podem usar insumos sintéticos. Já os produtos naturais têm 95% de sua matéria-prima natural, e não podem ter em sua composição parabenos, petrolatos, entre outros. Os cosméticos orgânicos são produzidos com ingredientes que possuem certificação orgânica, o que permite ao cliente rastrear a sua cadeia produtiva. Duas de suas principais características são a ausência de organismos geneticamente modificados e o fato de não serem testados em animais. Em relação aos cruelty free, são livres de crueldade, sem

a realização de testes em animais em todo o seu processo de produção.

“Esses testes em animais do setor de cosméticos têm sido banidos e amplamente criticados. Um dos valores do consumo consciente é não apoiar as empresas que ainda os fazem. O interesse dos consumidores por esses produtos amplia a ideia do green beauty, um conceito em que combinamos todas essas abordagens, como a certificação, os ingredientes e o posicionamento ético, com uma formulação que pode ser definida, padronizada e globalmente aceita”.

VANTAGEM DO INGREDIENTE DE ORIGEM VEGETAL

As plantas podem fornecer todo o material necessário para a produção de um cosmético, as plantas capturam o carbono na atmosfera e utilizam na respiração e no seu desenvolvimento mantendo o carbono em sua estrutura física, quando esta planta se converte em ingrediente ela não coloca um novo carbono no mundo e sim devolve aquele que estava armazenado, isso é diferente com a produção animal que respira oxigênio e expira CO² e com o petróleo que libera o Carbono armazenado a milhões de anos.

Os resíduos gerados pelas plantas se integram mais facilmente ao meio ambiente, e transformam-se em humus enriquecendo a Terra e permitindo a sustentabilidade.

O corpo humano reage de forma positiva ao uso de produtos cosméticos naturais, onde os Veganos devem estar enquadrados em primeira linha, esses produtos possuem mais afinidade biológica por serem produtos doadores de nutrientes e ácidos graxos importantes para a manutenção da pele e da microbiota, respeitando a fisiologia e a natureza dela.

Produtos de origem vegetal dependem da terra, quanto melhor for a terra melhor o rendimento e a qualidade da planta, isso gera receita econômica no campo e permite que o agricultor especializado possa se manter no campo, essa atividade tem gerado cada vez mais o desenvolvimento do ecoturismo, turismo rural e também desenvolvido regiões com seus atrativos turísticos enriquecidos pela produção agrícola, veja o caso das cidades que possuem Lavandários, o movimento turístico foi ampliado pelo interesse nas plantações, em especial a cidade de Monte Verde em MG, está crescendo muito rapidamente nestes conceitos e tornando-se um polo do turismo de bem-estar e de preservação.

Quando o produto cosmético é feito com ingredientes naturais, bem estudado, atendendo os preceitos de proteção ambiental e cuidado com a pele do consumidor, ele torna-se aquele produto desejado para o futuro, onde a sustentabilidade como eixo central, condiciona as melhores práticas de produção, criando as engrenagens da cadeia produtiva num ciclo virtuoso de resgate do ambiente, da saúde e da integridade humana.

COSMÉTICO VEGANO

Para definir de forma rápida e simples podemos utilizar uma

terminologia internacional: “plant based” ao lado de “cruelty free” esses dois conceitos tem de estar presente e significam, a base de plantas (plant based), que na prática quer dizer que a maior parte deste produto é de origem vegetal comprovada por rastreabilidade e a parte da crueldade com os animais significa a exclusão completa da participação dos animais em testes ou como fonte de ingredientes, sendo também o ambiente natural dos animais preservado pela sustentabilidade. Um produto Vegano não deve substituir plantas por petróleo e deve aplicar máximo os preceitos da sustentabilidade para proteger o ambiente, sendo a água, a terra e o ar, considerados de forma a gerar o menor impacto possível sobre eles.

Obviamente existem marcas responsáveis que já nasceram veganas e naturalistas e tentam respeitar na medida do possível o exposto neste artigo, mas a realidade é que as grandes marcas não se importam com o meio ambiente, pois se se importassem já teriam substituído seus ingredientes teriam utilizado seu lucro para desenvolver melhores tecnologias para a preservação e bem-estar de todos, principalmente o ambiente e animais.

O termo **produto Vegano** na forma que ele está sendo explorado no mercado de massa, sendo que a formulação destes produtos continua utilizando ingredientes inapropriados para a sustentabilidade, é o que chamamos de **Greenwash**, então muitas empresas aproveitam a onda de interesse e deturpam o conceito gerando desesperança nos jovens e incredibilidade.

Apostar é o que tem sido feito, mas a aposta está sendo feita na ingenuidade do consumidor e como as empresas podem levar vantagem sobre a tendência; vejam só a responsabilidade da indústria diante dos fatos ambientais.

Alerto ainda aos consumidores – Propileno Glicol e Parafinum Liquidum não é vegano, se estiver no contrarrótulo de um produto que pretende se afirmar vegano é puro Greenwash!

Também alerta aos extratos, muitos são extraídos com solventes inapropriados, mas isso não aparece no contrarrótulo, muitos extratos utilizam o que se pode chamar “quantidade mínima detectável” só que no contrarrótulo estará declarado o nome da planta com o adjetivo Extract após o nome da planta.

RELATO PESSOAL

Já participei de reuniões com empresas que levam o VEGAN no nome mas desprezam todas as Boas Práticas em relação ao que se deve apresentar como VEGAN, sendo que o objetivo da utilização de plantas na confecção do produto nem aparece no Briefing dos ingredientes, apenas os possíveis clamores pautados nas quantidades mínimas detectáveis.

A meu ver não se aposta na transformação verdadeira da forma como consumimos e produzimos nossos produtos de consumo, o que seria o maior benefício para todos, mas sim se aposta em como desenvolver produtos que consigam levar o consumidor a comprar baseado nestes conceitos.

A Indústria e as Marcas devem aproveitar essa onda e rever sua filosofia e seus conceitos errados, aproveitar que o consumidor está em busca e pagando, no futuro o consumidor estará tão bem

informado que a indústria não conseguirá vender produtos naturais sem apresentar rastreabilidade.

Aqui cabe um depoimento, pois não estou julgando e desconsiderando a Indústria cosmética em suas práticas, a higiene é necessária e a química ajudou no saneamento e na proteção contra doenças, cada um tem a liberdade, poder de decisão e escolha para consumir o que bem entender, para mim é só falar a Verdade e deixar o consumidor escolher. A gravidade do uso inapropriado das terminologias, NATURAL, VEGANO, ORGÂNICO tem favorecido marcas e empresas comercialmente, mas quando não são verdadeiros roubam a oportunidade de transformação 2 vezes, uma pelo não desenvolvimento correto da cadeia produtiva adequada a sustentabilidade e outra pelo descrédito no setor que acaba banalizando os conceitos naturais e formando a base para o Greenwash, a descrença é tão prejudicial quanto a mentira, e o carbono na atmosfera e o plástico na água continuam seu fluxo normalmente.

COSMÉTICOS VEGANOS SÃO SÓ MARKETING?

Em opinião não é só marketing, os cosméticos VEGANOS são a forma mais sustentável para o consumo de cosméticos. São capazes de resgatar o ciclo virtuoso de manutenção da natureza na cadeia produtiva, quando verdadeiros superam em performance os cosméticos convencionais, **todos os tipos de consumidores podem e devem consumir produtos de base vegetal**, pelo simples fato da captura de Carbono que já é uma enorme vantagem. Não há dúvida que produtos a base de plantas são os melhores produtos a serem consumidos, assim como os alimentos naturais, integrais e orgânicos, são melhores para a manutenção na saúde e mais nutritivos quando comparados com produtos alimentícios industrializados, os cosméticos VEGANOS são melhores em todos os aspectos e seu uso e consumo faz diferença real na qualidade de vida das pessoas e do ambiente.

Os cosméticos VEGANOS vão além da proteção animal e estão no início de uma nova era de consumo onde a VEGETALIZAÇÃO dos cosméticos irá assumir o protagonismo das terapias de beleza e da higiene pessoal por ser só vantagem para todos inclusive para os consumidores não veganos o cosmético não interfere na sua necessidade alimentar, mas é uma vantagem para ele também, por serem superiores em qualidade para a pele e os resultados maravilhosos.

ESSES COSMÉTICOS PODEM SER UTILIZADOS POR GESTANTES?

Sim, as gestantes irão se beneficiar com produtos mais naturais, veganos e orgânicos, pelo simples fato de não causarem dissonância cognitiva que se manifesta como um pesar na consciência ou sensação de arrependimento, aqui se a gestante tiver uma consultoria adequada sobre os procedimentos de higiene e manutenção da pele com produtos desta categoria terá momentos prazerosos e menos preocupantes durante o período

de gestação, normalmente os produtos naturais são suaves e leves, mas o mais importante aqui, é que a Marca deva fornecer segurança para essa aplicação, conhecendo os possíveis efeitos teratogênicos ou mutagênicos de seus ingredientes e excluindo esses ingredientes da formulação, esses produtos podem ser adquiridos com classificação CLEANBEAUTY ou GREENBEAUTY, ambos são ótimos durante a Gestação

PODEM SER UTILIZADO POR PACIENTES ONCOLÓGICOS?

Alguns tipos de tratamentos oncológicos afetam diretamente o manto lipídico, provocando ressecamento, nada melhor para hidratar com água termal vegetal e óleo vegetal, ambos são 100% naturais, possuem biocompatibilidade, não interagem no tratamento e reconstróem rapidamente o manto hidro lipídico. Além de serem classificados como veganos esses produtos são 100% naturais e pertencem a mais alta classificação de pureza em tratamentos GREENBEAUTY.

CONCLUSÃO

Há consumidores que compram cosméticos naturais, mesmo que sejam mais caros que os cosméticos químicos, pois consideram importante a preservação da própria saúde e do meio ambiente. Outros consumidores acreditam nas marcas tradicionais, com garantia de longa data, mas entre elas estão aquelas mais abertas tanto para novos produtos quanto para novas marcas. O comportamento do consumidor em relação aos cosméticos pode ser abordado de várias maneiras.

Conhecimento preciso das características do produto, informações confiáveis para os consumidores e educação deliberada dos consumidores desempenham um papel importante na tomada de decisões. É aconselhável examinar até que ponto a formação educacional, o conhecimento de um estilo de vida saudável e o conhecimento dos efeitos nocivos alteram os hábitos de consumo de cada categoria de produto. Além disso, o mecanismo de interação entre os produtos é desconhecido pela grande maioria dos consumidores.