

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA

**NATÁLIA ABRAHÃO ZANCAN**

**A PELE VORAZ:  
A COMIDA COMO COSMÉTICO**

Porto Alegre  
2018

**NATÁLIA ABRAHÃO ZANCAN**

**A PELE VORAZ:  
A COMIDA COMO COSMÉTICO**

Projeto de Pesquisa apresentado ao Curso de Bacharelado em Ciências Sociais, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a ser utilizado como diretrizes para manufatura do Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientador: Prof. Dr. Arlei Sander Damo

Porto Alegre  
2018

NATÁLIA ABRAHÃO ZANCAN

**A PELE VORAZ:  
A COMIDA COMO COSMÉTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
como requisito parcial para a obtenção do título  
de Bacharel em Ciências Sociais.

Aprovado em 26 de Abril de 2018

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Arlei Sander Damo – UFRGS (Orientador)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr. Ceres Gomes Victora – UFRGS

---

Doutoranda Aline Lopes Rochedo –PPGAS/ UFRGS

"Dedicado a todas mulheres e as suas formas de  
belezas que lhe são próprias".

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família e amigos que me apoiaram, à Universidade por esta oportunidade e ao meu professor orientador Arlei Damo pela paciência e atenção durante a elaboração deste trabalho.

## RESUMO

O presente trabalho aborda os usos e significados do consumo de cosméticos considerados orgânicos e/ou naturais entre um grupo de mulheres na cidade de Porto Alegre, no qual o conceito de fitocosmético artesanal é apresentado como uma categoria de cosmético constituído apenas por ingredientes naturais e/ou orgânicos de origem vegetal ou animal específicos, sendo a maioria desses ingredientes comestíveis, ou seja, a comida. Através do uso de fitocosméticos artesanais as mulheres do grupo estudado experimentam maneiras peculiares de cuidar do corpo, racionalidades e valores distintos daquelas observadas entre usuárias de cosméticos industrializados. A ideia que perpassa o consumo desses cosméticos é de que eles seriam comestíveis e, portanto, constituem uma “comida para a pele”. Verifica-se, pois, uma ressignificação da noção de comida e da própria pele tratada como uma entidade própria – dotada de certas demandas, por exemplo, como a alimentação. O trabalho contextualiza esse debate, no qual a pele e o corpo são tratados como capitais essenciais, requerendo um investimento e um cuidado constantes. É através dos cuidados especiais da pele que as mulheres do grupo estudado cultuam o corpo e a beleza, ao mesmo tempo em que criticam determinados padrões de comportamento identificados com a moda e os hábitos de consumo sugeridos pela indústria capitalista.

Palavras-chave: Fitocosméticos Artesanais; Corpo; Beleza; Saúde; Mulheres, Consumo.

## **ABSTRACT**

The present study deals with the uses and meanings of the consumption of cosmetics considered organic and / or natural among a group of women in the city of Porto Alegre, in which the concept of hand-made phytocosmetics is presented as a category of cosmetics constituted only of natural and / or organic ingredients of specific vegetable or animal origin, the majority of these ingredients edible, that is, the food. Through the use of hand-made phytocosmetics, the women in the studied group experience peculiar ways of taking care of their body, rationalities and values different from those observed among users of industrialized cosmetics. The idea behind the consumption of these cosmetics is that they would be edible and therefore constitute a "food for the skin". There is a re-signification of the notion of food and of the treated skin itself as an entity itself - endowed with certain demands, for example, as food. The study contextualizes this debate, in which the skin and the body are treated as essential capital, requiring constant investment and care. It is through special skin care that the women of the studied group worship the body and the beauty, while criticizing certain patterns of behavior identified with the fashion and habits of consumption suggested by capitalist industry.

**Keywords:** Hand-made Phytocosmetics; Body; Beauty; Health; Women, Consumption.

## ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1: <i>Lucy AitkenRead</i> .....	39
Imagem 2: Receitas do Cabelo Feliz .....	41
Imagem 3: Receita de Desodorante “Natural” da Bela Gil .....	43
Imagem 4: Receita de Pasta de Dentes “Natural” da Bela Gil .....	44
Imagem 5: <i>Hair Food - The Beauty Box</i> .....	55
Imagem 6: Máscara Capilar de Abacate sendo aplicada. ....	56
Imagem 7: Máscara de Aveia, Mel e Leite.....	56
Imagem 8: Máscara Facial de Aveia e Iogurte.....	57
Imagem 9: Cosméticos Naturais da <i>Lush</i> Decorados .....	61
Imagem 10: Cosméticos Naturais da <i>Lush</i> . ....	61
Imagem 11: Camomila vendida na FAE - feira ecológica de Porto Alegre .....	63
Imagem 12: Ervas e chás naturais e orgânicos da FAE - feria ecológica.....	63

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>1 A PELE QUE HABITO: O CORPO NA CONTEMPORANEIDADE.....</b>	<b>13</b>
<b>2 FITOCOSMÉTICOS: UMA NOVA ABORDAGEM SOBRE CUIDADOS COM A PELE.....</b>	<b>22</b>
2.1 O SURGIMENTO E A CONSOLIDAÇÃO DOS FITOCOSMÉTICOS NO BRASIL .....	22
2.2 FITOCOSMÉTICOS INDUSTRIALIZADOS OU ARTESANAIS? .....	24
2.3 FITOCOSMÉTICOS ARTESANAIS - UM CONSUMO MORAL E SUSTENTÁVEL.....	28
<b>3 O UNIVERSO DE PESQUISA .....</b>	<b>34</b>
3.1 O GRUPO DE MULHERES ESTUDADO E OS ESTILOS DE VIDA .....	34
3.2 OS MOVIMENTOS, AS TÉCNICAS, AS METODOLOGIAS ENVOLVENDO FITOCOSMÉTICOS .....	39
3.3 A PRODUÇÃO E O USO DE FITOCOSMÉTICOS FEITOS À MÃO.....	44
<b>4 A PELE VORAZ: A COMIDA COMO COSMÉTICO NA CONTEMPORÂNEIDADE.....</b>	<b>50</b>
4.1 É COMIDA OU COSMÉTICO.....	57
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>64</b>
<b><u>REFERÊNCIAS.....</u></b>	<b>Erro! Indicador não definido.75</b>

## INTRODUÇÃO

Talvez a pele jamais tenha sido tão requisitada como ao longo das últimas décadas. Em voga, a pele exprime sua relevância no culto ao corpo, ocupando um espaço de destaque entre as brasileiras. Dificilmente existe alguma que não cuide de sua pele ou que não utilize cosméticos em seu cotidiano, pois do contrário possivelmente seria questionada e estigmatizada. Sobre a pele evidencia-se conceitos socioculturais, econômicos e políticos, e o mesmo se pode dizer sobre o uso e o consumo de cosméticos, estabelecidos e legitimados na contemporaneidade.

Na sociedade ocidental contemporânea, o consumo também interfere na elaboração simbólica do corpo, e o Brasil se destaca no consumo de produtos da indústria cosmética (LIPOVETSKY, 2000). O mercado de cosméticos dispõe de diversos tratamentos e serviços avançados voltados para o embelezamento, modelagem e modificação dos corpos humanos. Na busca pela adequação ao padrão de beleza vigente, o consumo diário e contínuo de vários produtos cosméticos faz parte da rotina de cuidados com o corpo e embelezamento de muitas mulheres, sendo utilizados também pelo apelo comercial da mídia que difundem e veiculam cosméticos industrializados. São diversos tipos de cosméticos consumidos no dia-dia pelas brasileiras, destinados aos cuidados e embelezamento do corpo, pele, dentes, cabelos e unhas.

O século XXI provavelmente será marcado pelo debate em torno do envelhecimento da população brasileira. Muitas mulheres buscam manter ou recuperar a juventude através de cosméticos, tratamentos estéticos, plásticas, exercícios e terapias que visam o embelezamento e o rejuvenescimento do corpo. Segundo Debert (1999) a conservação dos corpos através de dietas, exercícios, procedimentos e outros cuidados demandam e encorajam a autovigilância da saúde corporal e da boa aparência de cada indivíduo, na qual a juventude perde conexão com um grupo etário específico, deixa de ser uma fase da vida para se transformar em um valor, um bem a ser conquistado em qualquer idade, através da adoção de estilos de vida e formas de consumo adequadas.

Assim, este estudo trata dos usos e significados do consumo de cosméticos considerados orgânicos e/ou naturais entre um grupo de mulheres na cidade de Porto Alegre, no qual o conceito de fitocosmético artesanal é apresentado como uma categoria de cosmético constituído apenas por ingredientes naturais e/ou orgânicos de origem vegetal ou animal específicos, sendo que a maioria desses ingredientes podem ser comestíveis, ou seja, a própria comida. Através do uso de fitocosméticos artesanais as mulheres do grupo estudado experimentam maneiras

peculiares de cuidar do corpo, racionalidades e valores distintos daquelas observadas entre usuárias de cosméticos industrializados. A ideia que perpassa o consumo desses cosméticos comestíveis é de que eles seriam, portanto, uma “comida para a pele”.

Como metodologia optei pela etnografia, em que realizei entrevistas abertas com 7 mulheres de idades entre 26 a 38 anos, da cidade de Porto Alegre, que usam e consomem fitocosméticos produzidos artesanalmente por elas próprias. Esse grupo de 7 mulheres é decorrente de atividades do Projeto de Extensão “Alternativas Cosméticas Orgânicas e Naturais” da UFRGS, que realizou eventos sobre fitocosméticos artesanais em Porto Alegre entre os anos de 2014 e 2016, período em que atuei como bolsista neste projeto. A observação participante ocorreu nos espaços do projeto, estendendo-se também às casas das entrevistadas em que foram realizadas as entrevistas.

No capítulo I realizo uma revisão bibliográfica sobre o debate envolvendo o corpo feminino na contemporaneidade, em que abordo teorias importantes e necessárias para o presente estudo, e autores que contribuíram para o tema proposto. Assim, neste trabalho apresento o corpo contemporâneo feminino na cidade de Porto Alegre a partir dos conceitos de Goldenberg (2006), Merleau-Ponty (1992) e Le Breton (2008). Estes autores ajudam a pensar as formas de colocação do corpo em evidência e, no caso desta monografia em particular, as formas de valorização da pele. A utilização de cosméticos cumpre a este respeito um papel importante para a conquista de uma pele moldada conforme os padrões de beleza regidos socialmente, os quais acentuam a pele mais jovem, alva, uniforme, cuidada e sem marcas indesejáveis (rugos, estrias, celulites, manchas, flacidez).

Friso que neste trabalho abordo apenas o padrão de beleza vigente em nossa sociedade em detrimento da pele, para estudar como essas concepções atuam e influenciam nos cuidados com a mesma e seu embelezamento, em que se evidenciou que essa pele contemporânea feminina necessita de um abuso de práticas, procedimentos e cosméticos para estar de acordo com os padrões vigentes de beleza, para de fato ser considerada uma pele bela, em que concebo a pele como a roupa mais capitalizada e estimada socialmente na contemporaneidade. Assim, a pele contemporânea feminina é uma construção do corpo na sociedade, em um processo político, ideológico, social, moral, de ordem simbólica.

Assim, os cuidados com o corpo, especialmente com a pele, tornam-se centrais não só pela importância que ela possui para o conceito de belo socialmente construído, mas porque é a partir destes cuidados que o corpo é percebido pelo indivíduo e compreendido em sociedade, desde a tenra infância até a velhice. A percepção consiste nos sentidos, noções de sensação, a

forma de se experimentar o eu através desta, encerrando-se no objeto, o corpo. Este, depois de constituído, torna-se a razão para as experiências que o indivíduo já teve e poderá ter um ponto de vista individual de um objeto do mundo (MERLEAU-PONTY, 2002).

No capítulo II “Fitocosméticos: uma nova abordagem sobre cuidados com a pele” apresento o conceito de fitocosmético artesanal como uma categoria de cosmético constituído apenas por ingredientes naturais e/ou orgânicos de origem vegetal ou animal específicos, ou minerais, em que podem ser constituídos por um único ingrediente, e em diferentes estados físicos, como cru, cozido, torrado, em pó, seco, etc. Porém, observa-se que esses ingredientes direcionados para a confecção de cosméticos, combinados entre si ou não, são a maioria ingredientes comestíveis, como iogurte, mel, leite, ovos, açúcar, frutas, cereais como aveia, arroz, feijão. Assim, os fitocosméticos podem ser considerados comestíveis, a própria comida. Verifica-se uma apropriação da comida, uma ressignificação, e a maneira como isso é marcada no uso dos fitocosméticos que vislumbra este trabalho.

No capítulo III “O universo de pesquisa” apresento o grupo de mulheres estudado e os seus respectivos estilos de vida. No contexto urbano da cidade de Porto Alegre observa-se relações sociais, econômicas e políticas que são estabelecidas, organizadas e estruturadas em torno do uso e o consumo diário de fitocosméticos artesanais por indivíduos e grupos restritos, como o grupo de mulheres estudado no presente trabalho, em que o mesmo é decorrente das atividades do Projeto de Extensão “*Alternativas Cosméticas Naturais e Orgânicas*” da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em que atuei como bolsista ao longo de dois anos. É através da pele que mulheres do grupo estudado demonstram a preocupação com a adequação aos padrões de beleza, a partir dos seus cuidados com a mesma. Banhos, uso de maquiagem, protetores solares, cremes, cuidados e embelezamento de unhas dos pés e mãos, lavagens de cabelos, escovações de dentes, e outros refletem o culto à pele, sendo que a exclusão desses cosméticos também podem ser uma forma de culto à pele e de cuidados com o corpo.

Assim, o trabalho se dedica estudar mulheres no contexto urbano que produzem e utilizam seus próprios fitocosméticos artesanais, que não comercializam esses cosméticos para terceiros. Também, houve a preocupação em estudar como ocorre o processo longo e cuidadoso envolvendo a confecção e produção destes cosméticos, pois ele necessita de etapas e fases estabelecidas para sua produção manual: o selecionamento de ingredientes, lavagem e higienização de ingredientes, instrumentos e ferramentas utilizadas, produção de extratos vegetais e tinturas, maceração de plantas medicinais, moagem de grãos e flores, etc., exigindo assim, horas de dedicação.

O grupo estudado foi formado por mulheres de classe média e que possuem capital simbólico, referentes as suas histórias de vida e a trajetória pessoal de cada uma. Também essas mulheres compartilham estilos de vida e de consumo similares, assim como as motivações para o uso de fitocosméticos artesanais.

No capítulo IV, “A pele voraz: a comida como cosmético na contemporaneidade” a comida se apresenta como central no conceito de fitocosméticos artesanais, sendo que ela se torna o próprio cosmético. É na própria cozinha que mulheres do grupo estudado elaboram e fazem sua própria comida e seu próprio cosmético. Nenhum ingrediente que não possa ser utilizado internamente deve ser usado externamente no corpo. Aqui o cosmético se torna comida para a pele, considerando a composição dos fitocosméticos artesanais apenas ingredientes “naturais” de origem vegetal ou animal comestíveis, como frutas, folhas, legumes, verduras, sementes, especiarias, óleos vegetais, manteigas vegetais, cereais como aveia, arroz, feijão, linhaça, leites de origem animal e vegetal, ovos, mel, açúcar, cacau em pó, etc.

Em evidência neste corpo contemporâneo superestimado está a pele, por sua vez não menos importante do que o próprio corpo, uma pele como Capital, em que existe um investimento e um constante cuidado e embelezamento da mesma, com a utilização de cosméticos. Assim, concebo a pele é como a roupa mais capitalizada e estimada socialmente na contemporaneidade.

## 1 A PELE QUE HABITO: O CORPO NA CONTEMPORANEIDADE

O corpo no mundo contemporâneo encontra-se em um contexto de individualização e de mercantilização, no qual o mesmo tornou-se um acessório. O consumismo em que estão mergulhadas as sociedades fez do corpo um objeto de investimento pessoal. Agora, o design não é mais exclusividade dos objetos (LE BRETON, 2008, p. 28). A condição humana tornou-se corporal, e o corpo não é apenas um suporte, ele é a identificação do homem ou da mulher, o vetor de toda a relação com o mundo, não só pelo que o corpo decifra através das percepções sensoriais ou da sua afetividade, mas também, pela maneira como os outros nos interpretam diante dos diferentes significados que lhes enviamos: sexo, idade, aparência, etc. Por meio do corpo o indivíduo assimila informações sobre o si próprio e sobre o mundo, e a traduz para os outros por meio de sistemas simbólicos compartilhados com os membros de sua comunidade.

O corpo da contemporaneidade é encarado como um em si mesmo, desprendido do sujeito, de sua individualidade, personalidade. *Alter ego*, sócio, rascunho, objeto que pode ser manipulado, retocado, alterado, sem limitações (LE BRETON, 2008, p. 17). O indivíduo está reduzido ao corpo físico e convertido em um instrumento, sem faltas e reprimido, sem liberdade para o mesmo. Na dualidade corpo-sujeito, os indivíduos percebem seus corpos como um palco onde todas as possibilidades de seu imaginário tornam-se possíveis. A aparência corporal depende mais das alterações feitas individualmente e pelo estilo de vida do que pela genética. A possibilidade de transformar o corpo em uma consequência do trabalho sobre seu próprio corpo desencadeia uma fantasia no imaginário social, que mobiliza os indivíduos a investirem em dietas, cirurgias, uso de cosméticos, entre muitas outras opções disponibilizadas comercialmente, no qual acreditam que estes possam modificar a existência do sujeito, como vida social e econômica.

Segundo Merleau-Ponty, o corpo é pleno de subjetividade. O autor reconhece a intersubjetividade marcada numa “condição corpórea” que se dá entre ações individuais e coletivas. As percepções e as apreensões do mundo estão fundamentadas num corpo biológico, e são definidas pela sociedade e pela cultura específica de cada grupo. O corpo é o local da experiência com o outro e com o mundo, no qual pode ser visto como uma realidade ontológica, que possibilita e inaugura a existência e a presença do ser no mundo. Ele define o corpo como uma realidade ontológica, e enfatiza a experiência subjetiva encarnada que, “*passando pela consciência do ser permite a compreensão das inúmeras significações que organizam o esquema corporal*” (MERLEAU-PONTY, 1992, p. 114).

*O corpo contemporâneo é reconhecido, no limite, como o substrato onde a cultura e os símbolos e valores culturais irão se inscrever; como receptáculo da produção simbólica ou das representações sociais geradas na e pela "cultura" (cuja especificidade e autonomia em relação à "natureza" seria garantida por sua radical exterioridade em relação a essa). (MALUF, 2011, p. 01).*

Goldenberg e Ramos (2002) em sua obra “Nu & Vestido” afirmam que “o corpo natural” é, na verdade, naturalmente construído, em que o culto à “boa forma” é feito sobre o corpo “natural” para torná-lo eternamente jovem e socialmente aceito”. Na coletânea, a autora reflete sobre o uso do corpo como expressão de identidades, no qual o próprio indivíduo realiza a sua apropriação do corpo, que se submete a modificações corporais, práticas como cirurgias plásticas, sessões de musculação, tatuagens, *piercings*, modificações (*body modification*) e até mesmo ferro quente (*branding*), entre outras. Assim, essas práticas refletem à necessidade imposta na sociedade dos indivíduos possuírem um significado e valor próprio, que se revela através de seus corpos. Segundo a autora: “A cultura da malhação, a cirurgia plástica, o consumo de cosméticos e de estilos de vida são reflexos dos indivíduos às forças sociais, entre elas a mídia e a publicidade, que transformam a gordura em doença, o ser gordo em desleixo, o fora de forma em indecência” (GOLDENBERG; RAMOS, 2002, p. 36). As camadas médias urbanas contribuem para a construção das representações sobre a categoria corpo: não mais natural, mas “coberto de signos distintivos”. Aquele que individualiza e, ao mesmo tempo, coletiviza. O corpo é “*insígnia*”, “*griffe*” e “prêmio”. O corpo é, portanto, valor. O corpo ao mesmo tempo que individualiza, coletiviza.

Goldenberg (2006) em sua obra “O Corpo como Capital” se propõe a compreender a cultura do corpo e a relacioná-la com a construção de identidades, com o espaço urbano e com as relações sociais que se estabelecem entre gêneros e camadas sociais, na qual a cidade do Rio de Janeiro foi seu campo de observação e análise. O corpo carioca seria construído culturalmente, no qual está inserido no espaço urbano como “roupa, máscara, veículo de comunicação carregado de signos que posicionam os indivíduos na sociedade” (GOLDENBERG, 2002, p. 10). O corpo natural seria naturalmente construído, no qual ele não seria mais “natural”, mas coberto de signos distintivos em um culto à “boa forma” e ao trabalho que é feito sobre o corpo para torna-lo mais jovem, belo e socialmente inserido.

Segundo Goldenberg e Ramos (2002) nas últimas décadas, a mulher brasileira preocupou-se com a manutenção de um corpo jovem, magro e belo, tomando como modelos femininos e de padrões de beleza mulheres altas, alvas, loiras e com cabelos lisos, como Vera

Fischer, Xuxa e, posteriormente, Giselle Bündchen. “*Para Mauss, o conjunto de hábitos, costumes, crenças e tradições que caracterizam uma cultura também se refere ao corpo*” (GOLDENBERG, 2006, p. 116). Segundo a autora, existe uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, no qual há um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo, pode variar de acordo com o contexto histórico e cultural, e é adquirido pelos membros da sociedade por meio da “imitação prestigiosa”. “*Os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que viram ser bem-sucedidos*” (GOLDENBERG, 2006, p. 117).

No Brasil, e mais particularmente no espaço urbano da cidade do Rio de Janeiro, o corpo malhado, cuidado, sem marcas indesejáveis (rugas, estrias, celulites, manchas) e sem excessos (gordura, flacidez) é o único que, mesmo sem roupas, está decentemente vestido (GOLDENBERG; RAMOS, 2002). Assim, além do corpo ser muito mais importante do que a roupa, ele é a verdadeira roupa: é o corpo que deve ser exibido, moldado, manipulado, trabalhado, costurado, enfeitado, escolhido, construído, produzido, imitado. É o corpo que entra e sai da moda. A roupa, neste caso, é apenas um acessório para a valorização e exposição deste corpo da moda (GOLDENBERG, 2006, p. 117).

Douglas (1976), por sua vez, reconhece que os sistemas classificatórios também são usados para legitimar hierarquias, diferenças e exclusões, em que pessoa e corpo não são prisioneiros de uma determinação social absoluta. Douglas também aponta que o corpo pode ser o transmissor e receptor de informações, uma função do posicionamento do indivíduo na sociedade que teria a ver com a dificuldade de as pessoas simultaneamente terem e serem corpos. O corpo recebe inscrições e ordenações particulares que são dadas pela cultura. Assim, as concepções do corpo são indissociáveis das estruturas simbólicas das sociedades nas quais ele está inserido.

No entanto, Mauss (1974), bem antes de Douglas já tinha demonstrado anteriormente que as técnicas do corpo correspondem a estruturas socioculturais do tempo e do espaço. Mauss argumentou que o corpo é ao mesmo tempo a ferramenta com que os humanos moldam a sua realidade, e também, a matéria a partir da qual o mundo humano é moldado. O seu famoso ensaio sobre “*As Técnicas Corporais*” de 1974 abordava os modos como o corpo é a matéria-prima que a cultura molda e cria nele diferenças sociais. Isto é, o corpo humano nunca pode ser encontrado num qualquer suposto “estado natural”.

Segundo Mauss (1974) cada sociedade e cada época faz uso do corpo segundo seus conceitos e valores socioculturais sobre o conceito de belo e feio, e utiliza métodos e

mecanismos de tratar o corpo que são passados para os indivíduos de forma tradicional e eficaz, levando em consideração os elementos biológicos, sociais e psicológicos dos mesmos. O corpo para o autor é um artefato cultural em todas as sociedades, no qual elas impõem ao indivíduo um uso rigoroso de seu corpo, e é por meio da educação das necessidades e das atividades corporais que a estrutura social impõe sua marca sobre o mesmo.

Adestram-se crianças a dominar reflexos (...) inibem-se medos (...) selecionam-se pausas e movimento (...). A educação da criança está cheia do que chamamos de detalhes, mas que são essências. Quantidades de detalhes, inobservados e dos quais é necessário fazer a observação, compõem a educação física de todas as idades e dos sexos”. ( MAUSS, 1974, p. 03).

Nesse sentido, são impostas pelas estruturas sociais técnicas corporais aos seus indivíduos. As técnicas corporais são atos tradicionais e eficazes que combinam elementos biológicos, psicológicos e socioculturais, sem que os próprios agentes e objetos tenham sempre consciência disto. Mauss (1974) propôs a classificação das técnicas corporais a partir do gênero, idade, rendimento ou habilidade, e segundo as formas de transmissão, que ocorrem através da educação, da “imitação prestigiosa”, disposição nada trivial a copiar atos que alcançaram êxito no comportamento daqueles que são referência para a criança, o indivíduo. Assim, as técnicas corporais definem os modos em que os homens em diferentes culturas encontraram para servir-se de seus corpos, primeiro e mais natural instrumento do homem, elas se dão por meio de gestos codificados que visam obter uma eficácia tanto prática quanto simbólica. Para Mauss o principal instrumento do homem está preso a ele, seu próprio corpo. Ele observou modalidades esportivas como natação e a corrida, no qual afirmou a que as técnicas corporais estavam fundadas na relação do indivíduo com o *habitus* cultural que tornava essas práticas além de tradicionais, eficazes.

O corpo para Mauss (1974) é necessariamente uma construção simbólica e cultural, no qual toda a sociedade se utiliza de formas para marcar o corpo de seus membros. Ele deu importância intrínseca ao corpo, a ponto de alertar a premente necessidade de se fazer o inventário e a descrição de todos os usos que os homens, no curso da história e no mundo, fizeram e continuam a fazer de seus corpos. Os limites da dor, da excitabilidade e da resistência são diferentes em cada cultura. O esforço “irrealizável”, a dor “insuportável”, o prazer “indizível” são mais critérios sancionados pela aprovação ou desaprovação coletiva do que função de particularidades individuais. O homem soube fazer de seu corpo um produto de suas

técnicas, práticas e representações. A sociedade produz corpos de acordo com épocas, lugares, estereótipos e modelos de comportamento que se inscrevem no corpo (MAUSS, 1974).

O corpo, nesta perspectiva antropológica, é social e culturalmente construído, e tem sido objeto de estudos nas últimas décadas, no intuito de compreender como ocorre a complexa construção e a representação do corpo na sociedade. O contexto histórico, cultural e social também é responsável por moldar e submeter o corpo a alterações, que por sua vez, são processos legitimados pela sociedade em que o corpo está inserido. Segundo Le Breton (2008) o corpo seria uma matéria modulável, e pode ser concebido como acessório da pessoa, que o modifica de acordo com significado que faz dele.

Le Breton (2008, p. 32) insere um conceito definido como “*alter ego*”, e afirma que o corpo da modernidade se trata de um “*alter ego*”, uma personalidade diferente do eu, viável e disponível para qualquer alteração, maleável de acordo com o interesse do indivíduo. O dualismo que permanece é entre o indivíduo e seu corpo, o que encontra neste uma possibilidade de salvação, papel que antes da modernidade era conferido à alma. Na psicologia esse “*alter ego*” encontra-se no mais profundo do ser do indivíduo, a parte confiável da pessoa. Pensando o corpo dessa forma, podemos afirmar que o corpo físico é a parte confiável do indivíduo, a essência, cujo representante limita-se a sua carne, e é o responsável por definir o sujeito. O corpo pode mudar o status de uma pessoa, o qual toma o seu lugar. Frequentemente, a palavra corpo funciona como um sinônimo de sujeito e de pessoa. O corpo é ao mesmo tempo, corpo objeto e corpo sujeito, responsável pelo destino do indivíduo. Através das intervenções no corpo físico, às vezes, excessivamente, o indivíduo espera ter seu destino e sua essência transformados, em busca da perfeição estética no qual o corpo natural é o vilão. Nesse sentido, o indivíduo é coagido a estar no comando do próprio corpo e não faltam orientações para que este se adeque às demandas da sociedade e aos padrões sociais de beleza (LE BRETON, 2008, p. 12).

Csordas (1994) propõe o conceito de *embodiment* como um novo paradigma nos estudos da cultura, no qual o corpo é pensado como "sujeito da cultura", como a "base existencial da cultura". Csordas inspira-se duplamente na fenomenologia de Merleau-Ponty e seu conceito de pré-objetivo, e no que denomina estruturalismo dialético de Pierre Bourdieu e seu conceito de habitus, interpretando essas duas abordagens como tendo em comum a ruptura das dualidades (entre sujeito e objeto, para Merleau-Ponty, e entre estrutura e prática, para Bourdieu). O conceito de *embodiment* problematiza uma série de dualidades conceituais, como o pré-objetivo; corpo-mente; biológico-cultural; mental material. “A antropologia ao reproduzir

*esses dualismos, tomando o corpo "como a matéria crua biológica na qual a cultura opera", tem o efeito de "excluir o corpo de uma participação primordial no domínio da cultura" (MALUF, 2011, p. 31).*

Segundo Maluf (2011), o *embodiment* como um novo paradigma teórico e metodológico para a antropologia possui alguns pontos importantes: 1) o corpo não é mais um fato bruto da natureza nem um fato dado — nem para nós mesmos; 2) a objetificação do corpo é um processo construído histórica e culturalmente — e um segundo momento da experiência da percepção; 3) o corpo é sujeito e agente da/na cultura; 4) a cultura é corporificada (*embodied*) e não dada exteriormente à experiência do sujeito; 5) o outro também não é percebido como objeto, e sim como um "outro eu mesmo"; e por fim 6) a "objetividade não é a visão de nenhum lugar, mas uma visão de qualquer lugar onde o corpo possa tomar posição" e se colocar em relação às perspectivas de outros "eu mesmos".

A preocupação de Csordas foca-se na ideia da experiência cultural como corporificada. Na análise de uma experiência de exorcismo em rituais de cristãos carismáticos, ele propõe pautar nas experiências individuais e subjetivas dos sujeitos envolvidos nesses rituais, ao invés de centrar a análise em uma discussão sobre os significados do demônio em diferentes culturas. Segundo Maluf (2011):

De certa forma, ao falar de experiência, Csordas está chamando a atenção para os saberes e valores locais — ou seja, apontando para uma perspectiva etnográfica radical no sentido de valorização do ponto de vista do "nativo". A discussão de Csordas pode ser colocada em diálogo com todo um conjunto de reflexões e críticas em diferentes campos disciplinares e teóricos que têm colocado em questão a abordagem do corpo como simples objeto da cultura e das representações sociais. A crítica no campo dos estudos feministas e de gênero tem sido trazido uma contribuição especial a essa discussão, a partir do O questionamento dos dualismos ontologizados — e sobretudo da correspondência que fixa conteúdos a priori entre os termos de diferentes dualismos. Essa ontologização mostra como um modelo heurístico pode frequentemente provocar o efeito exatamente inverso ao de proporcionar elementos para a imaginação antropológica, ou seja, funcionando como redutor que obscurece a complexidade da experiência subjetiva e suas dimensões sociais. Cabe aqui uma observação de que essa crítica não está negando a existência do corpo também como dado biológico. No entanto, esse corpo, construído pela biologia ou pelas ciências biológicas ou médicas, não é dado para a antropologia. Ele só passa a interessá-la na medida em que for para pensar o discurso científico e a forma como as diferentes ciências constituem seus objetos — também construções sociais e culturais e produzidos no interior de um sistema de cultura. (MALUF, 2011, p. 32).

Na sociedade ocidental contemporânea, o consumo também interfere na elaboração simbólica do corpo, em que o Brasil se destaca no consumo de produtos da indústria cosmética

(LIPOVETSKY, 2000). O uso de cosméticos na contemporaneidade encontra-se associado ao consumismo, e o mercado cosmético dispõe de diversos tratamentos e serviços avançados voltados para o embelezamento, modelagem e modificação dos corpos humanos.

Na busca pela adequação ao padrão de beleza vigente, o consumo diário e contínuo de vários produtos cosméticos faz parte da rotina de cuidados com o corpo e embelezamento de muitas mulheres brasileiras, em que o apelo comercial da mídia e meios de comunicação difundem e vinculam produtos cosméticos industriais à beleza. São diversos cosméticos consumidos no dia-dia destinados aos cuidados e embelezamento do corpo. Com a entrada do século XXI, ficaram cada vez mais claros os benefícios dos cosméticos sobre a pele, cabelos e unhas. O conceito “cosmecêutico”, que remete a um produto de tecnologia mais avançada e consequente ação fisiológica comprovada, demonstra a preocupação da sociedade contemporânea com o envelhecimento, no qual as pesquisas avançam na direção da descoberta de matérias-primas cada vez mais eficazes atuando na qualidade celular e no rejuvenescimento sem intervenção cirúrgica, e no combate do envelhecimento (GALEMBECK; CSORDAS, 2009).

O Brasil é na atualidade o quarto mercado mundial de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, conforme dados do Ibope de 2016 da ABIHPEC (Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos). O mercado da beleza pessoal fechou 2016 com faturamento *ex-factory* (líquido de imposto sobre vendas), de R\$ 45 bilhões e queda real de 6% com relação ao ano anterior (ABIHPEC, 2016).

Nesse sentido, a indústria farmacêutica do país é responsável pela produção e distribuição de diversos tipos de produtos cosméticos, que por sua vez, são disponibilizados em farmácias, supermercados, lojas de cosméticos, entre outros, com acesso fácil da população. Os cosméticos hoje são utilizados por todas as pessoas diariamente, e fazem parte de práticas, costumes e hábitos relacionados aos cuidados com o corpo e de embelezamento, principalmente para as mulheres brasileiras, na qual o uso de cosméticos é uma prática necessária e desejável na contemporaneidade.

O século XXI é marcado pelo conceito de envelhecimento da população brasileira. Muitas mulheres buscam manter ou recuperar a juventude através de cosméticos, fórmulas, tratamentos estéticos, plásticas, exercícios, terapias que visam o embelezamento do corpo. Com isso, cosméticos específicos como os cremes anti-idade ganham popularidade, assim como a utilização de outros cremes com a mesma proposta à pele, contendo substâncias inovadoras mais eficazes. Logo, os cosméticos contemporâneos estão diretamente ligados à busca pelo rejuvenescimento do corpo, especialmente da pele.

Segundo Debert (1999, p. 21) a conservação dos corpos através de dietas, exercícios, procedimentos e outros cuidados demandam e encorajam a autovigilância da saúde corporal e da boa aparência de cada indivíduo, na qual a juventude perde conexão com um grupo etário específico, deixa de ser uma fase da vida para se transformar em um valor, um bem a ser conquistado em qualquer idade, através da adoção de estilos de vida e formas de consumo adequadas.

Evidencia-se um consumo excessivo e contínuo de cosméticos em busca da permanência da juventude da pele, demonstrando a preocupação da sociedade contemporânea com o envelhecimento. Pesquisas se dedicam a desenvolverem cosméticos cada vez mais eficazes para o rejuvenescimento da pele sem intervenção cirúrgica, e no combate dos sinais na pele provocados pelo tempo e pela vivência da mesma.

São diversos tipos de cosméticos utilizados pelas mulheres, desenvolvidos pela indústria cosmética, que vão desde cremes, sabonetes, loções para todas as partes específicas do corpo (rosto, pescoço, olhos, lábios, seios, pernas, nádegas, axilas, cotovelos, pés, mãos, unhas, cutículas, etc), de perfumes, maquiagens, filtros solares, esmaltes, além dos ditos produtos de higiene como desodorantes, cremes dentais, enxaguante bucal, shampoos, condicionadores, tônicos capilares entre outros. Há pelo um leque de tipos de cosmético para cada função (hidratar, esfoliar, limpar, perfumar, depilar), sendo que cada um para uma parte específica do corpo, e todos são visados e utilizados em busca pela beleza de uma pele perfeita.

Assim, abordo neste trabalho o corpo contemporâneo feminino na cidade de Porto Alegre a partir dos conceitos de Goldenberg (2006), Merleau-Ponty (1992) e Le Breton (2008), que em evidência neste corpo superestimado e valorizado está a pele, por sua vez não menos importante do que o próprio corpo, uma pele como Capital, um investimento e objeto de um constante cuidado e embelezamento com a utilização de cosméticos, para a conquista de uma pele moldada conforme os padrões de beleza regidos socialmente, que seria uma pele jovem, alva, uniforme, cuidada, bronzeada, sem marcas ou sinais indesejáveis (rugos, estrias, celulites, manchas, flacidez). Assim, os cosméticos seriam utilizados com certa frequência, rigor e disciplina pelas mulheres do grupo estudado, afim de apresentarem uma pele mais jovem e bonita.

Friso que neste trabalho abordo o padrão de beleza vigente em nossa sociedade em detrimento somente da pele, para estudar como essas concepções atuam e influenciam nos cuidados com a mesma e em seu embelezamento, tendo em vista que essa pele contemporânea feminina necessita de um abuso de práticas, procedimentos e cosméticos para estar de acordo

com os padrões vigentes de beleza. Assim, concebo a pele como a roupa mais capitalizada e estimada socialmente na atualidade.

Em suma, me concentro sobre a pele feminina na contemporaneidade, mais precisamente a pele no contexto urbano da cidade de Porto Alegre, especificamente dentro do grupo de mulheres estudado neste estudo, em que a mesma está imersa em valores e ideais de beleza e saúde que contemplam uma pele com características bem definidas, impostas e cobradas socialmente, uma pele bela independente de sua etnia, pois neste trabalho não abordo questões de raça ou etnia, e entendo que atualmente no centro urbano desta cidade existe um padrão de beleza envolvendo saúde que permeia diferentes etnias e contempla a maioria das peles femininas e urbanas na cidade de Porto Alegre.

Segundo Alves (2007), os padrões de beleza e modelos corporais são construções corporais e históricas, em que a beleza é abordada a partir de uma perspectiva construtivista, em detrimento a várias tendências antropológicas, o que indica que um modelo de beleza não se apresenta para todos segmentos sociais. Assim, o presente trabalho se detém em estudar os padrões e modelos de beleza de pele de um grupo de mulheres das camadas médias, em que a conjunção de classe social, de gênero e idade são relevantes para escolhas estéticas e trajetória social.

É através da pele que mulheres do grupo estudado demonstram a preocupação com a adequação aos padrões de beleza, a partir dos seus cuidados com a mesma. Banhos, uso de maquiagem, protetores solares, cremes, tratamentos, lavagens de cabelos, bronzamentos, entre outros refletem o culto à pele, sendo que a exclusão desses cuidados também pode ser uma forma de embelezamento da pele e de cuidados com o corpo, conforme abordo mais aprofundadamente no próximo capítulo IV, o universo de pesquisa.

## **2 FITOCOSMÉTICOS: UMA NOVA ABORDAGEM SOBRE CUIDADOS COM A PELE**

### **2.1 O SURGIMENTO E A CONSOLIDAÇÃO DOS FITOCOSMÉTICOS NO BRASIL**

O Século XX foi considerado como um período importante para toda a história da Indústria cosmética, no qual os cosméticos passaram a ser utilizados diariamente, e não mais como artigos de luxo, sendo consumidos por todas as classes sociais, graças a fatores como os progressos científicos, os métodos industriais e a elevação do nível de renda (PALÁCIOS, 2004). Cremes, sabonetes, loções, perfumes, maquiagem e outros cosméticos se tornam populares, e não são mais utilizados somente pelas camadas mais favorecidas economicamente e socialmente.

Entretanto, ao longo das últimas décadas, muitas substâncias e ingredientes sintéticos e químicos utilizados na fabricação de cosméticos pelas indústrias foram questionados e banidos das formulações destes produtos em todo o mundo. Além do hexaclorofeno, compostos de mercúrio e halogenados, propelente, cloro-fluorcarbono e substâncias geradoras de nitrosaminas foram proibidos de serem utilizados em cosméticos na década de 1970. Isso devido a inúmeros problemas relacionados aos cosméticos industrializados contendo essas substâncias que foram comercializados, no qual o uso ocasionou alergias, intoxicações, eczemas na pele, câncer e até mesmo mortes. O primeiro registro de acidente grave envolvendo o uso indevido de produto cosmético ocorreu na França, na década de 1950, com o uso de talco infantil contendo o anti-séptico hexaclorofeno, cuja concentração era dez vezes superior ao valor normal, por erro na fabricação em determinado lote, e que resultou na morte de dezenas de crianças (SANTOS, 2008).

Durante muitos anos, a produção de cosméticos era feita de forma indiscriminada pelas indústrias, sem regulamentação e cuidados com suas formulações. Com o crescimento retomado após a Segunda Grande Guerra, grandes movimentos se organizaram contra estas indústrias, pois não havia normas de produção a nível industrial, em que não existiam restrições de uso, principalmente pelas mulheres. Ao longo dos anos agências reguladoras foram criadas no Brasil, como a FDA e a ANVISA, para certificarem a qualidade, formulação, processo industrial dos cosméticos produzidos nas empresas, como suas composições e aplicações. A globalização trouxe maior informação aos consumidores, principalmente com o desenvolvimento da indústria cosmética em países da Europa, como a França. A indústria

cosmética brasileira passa então a desenvolver os cosméticos com composições não sintéticas que oferecem menor risco à saúde dos consumidores (MORAIS; CANUTO, 2011).

No entanto, pesquisas atuais como de Pupo (2011) apontam que muitas substâncias sintéticas e químicas potencialmente perigosas ainda são encontradas em cosméticos, e que possuem alto risco toxicológico. O chumbo, hidróxidos, amônia, uréia, conservantes como parabenos, BHT, BHA, Triclosan, derivados do petróleo são relacionados a inúmeros casos de problemas de saúde, como alergias, eczemas, e o câncer.

Afim de controlar o uso dessas substâncias apontadas como supostamente tóxicas, a ANVISA (Agência de Nacional de Vigilância Sanitária) revisou suas normas e determinou concentrações menores e limitadas de muitas substâncias sintéticas em cosméticos, como por exemplo a ureia, em que um produto que conter em sua composição a ureia em dosagens maiores que 3%, o mesmo deve ter no rótulo um alerta: "Não Utilizar Durante a Gravidez". A ANVISA ainda resolveu proibir a fabricação de cosméticos que contenham em sua composição mais de 10% de ureia, sendo um perigo a todas as pessoas (ANVISA, 2000).

Outras substâncias sintéticas, como os derivados do petróleo foram indicadas como perigosas à saúde, e estariam relacionadas a diversos tipos de câncer, como aponta estudos (LYRIO et al., 2011). Estas substâncias estão presentes na maioria dos produtos cosméticos, devido sua propriedade emoliente, ou seja, hidratante para a pele. Entretanto, estudos recentes vêm associando esses componentes ao aumento da mortalidade por diversos tipos de câncer, como o de pulmão, esôfago, estômago, linfoma e leucemia. Isso se deve devido à presença de um composto chamado 1,4-dioxano, uma substância cancerígena.

No entanto, essa exposição do corpo a essas substâncias químicas denominadas "tóxicas" começaram a preocupar os consumidores e sociedade, e surgem questionamentos sobre a credibilidade dos cosméticos e da indústria farmacêutica, que antes eram vistos como seguros e confiáveis. Assim, as empresas intensificaram as pesquisas para garantir a legitimidade de seus produtos perante a sociedade que exigia mudanças relativas à segurança, a qualidade e a eficácia dos cosméticos, através de diversas técnicas e métodos que foram utilizados para esta finalidade, como o controle da toxicidade do produto final e dos seus ingredientes, conforme vários autores relatam na literatura (ROMANOWSKI; SCHUELLER, 1996).

Com isso, as empresas cosméticas foram reduzindo e limitando as substâncias químicas denominadas como perigosas à saúde humana, em que as composições sintéticas passam a ser gradativamente substituídas por compostos de origem natural, e inclusive orgânicos, como

insumos vegetais de plantas medicinais. Possivelmente, essas substâncias de origem vegetal e animal seriam consideradas mais seguras do que aquelas de origem sintética. No Brasil, as indústrias cosméticas se beneficiam da Amazônia na extração de recursos naturais, como plantas e minérios para inserir em seus produtos, como é o caso dos óleos e manteigas vegetais (PANDOLFO, 2012).

Somente nos anos 90 ocorreu o fortalecimento de linhas de produtos feitos com ingredientes naturais. Ingredientes provenientes da Amazônia, como o urucum, a castanha do Pará, o guaraná e a andiroba ganham espaço na preferência dos consumidores em produtos como sabonetes, cremes, perfumes e loções. Marcas como a Natura se tornaram precursoras desta tendência no Brasil (MORAIS; CANUTO, 2011).

Assim, intensificou o interesse e a busca pelos produtos com tecnologia verde e produzidos a partir de ingredientes de origem natural e orgânica, e tem sido tema de debate, e de estudos tecnológicos e científicos. Com o aprimoramento dos cosméticos e de pesquisas sobre a possível problemática envolvendo muitas substâncias químicas contidas em fórmulas cosméticas relacionadas à saúde humana, houve a necessidade de se criar cosméticos livres dessas substâncias consideradas nocivas e tóxicas. Assim surgem os denominados fitocosméticos.

## 2.2. FITOCOSMÉTICOS INDUSTRIALIZADOS OU ARTESANAIS?

Os fitocosméticos seriam considerados produtos mais seguros para a pele porque seriam elaborados a partir de ingredientes naturais de origem vegetal, como plantas medicinais, evitando o uso de substâncias sintéticas e químicas que seriam apontadas como prejudiciais à saúde. O conceito de fitocosméticos estaria supostamente relacionado a sua possível capacidade natural de tratar a pele, cabelos e unhas, por conterem ingredientes orgânicos e naturais, e livres de substâncias artificiais consideradas nocivas e perigosas à saúde, ou as de origem animal (LYRIO et al., 2011).

A questão ambiental e os cuidados ecológicos relacionados à sustentabilidade do planeta também motivaram as pessoas a consumirem e buscarem por estes cosméticos, no qual ocasionou um aumento na demanda pelos mesmos. Neste trabalho abordo os conceitos de sustentabilidade e consumo sustentável de Portilho (2005) e Silva Jr. (2013), no qual *“as ações individuais conscientes, bem informadas e preocupadas com questões ambientais aparecem como uma nova estratégia para a solução dos problemas ligados ao meio ambiente e para as*

*mudanças em direção à sociedade sustentável”* (PORTILHO, 2005, apud ELKINGTON; HAILES, 1991; DURNING, 1992; EDEN, 1993; ANDREWS, 1997; STERN, 1997; WESTRA e WERHANE, 1998; HALKIER, 1999; PAAVOLA, 2001a e 2001b).

Assim, não somente a questão da saúde se torna central no estudo de fitocosméticos, mas também o consumo pautado nas questões ambientais de sustentabilidade e ecologia. Assim, a preocupação ambiental somada aos possíveis efeitos das substâncias tóxicas à saúde impulsionou o uso e o consumo de fitocosméticos sustentáveis e ecológicos, ocasionado um novo perfil de consumidores que buscam esses novos cosméticos para substituírem outros apontados como potencialmente perigosos, em um processo que envolve consumo, paradigmas socioculturais, símbolos, relações sociais e racionalidades com o corpo. Rótulos e propagandas de fitocosméticos exibem o possível potencial terapêutico destes produtos, no qual as pessoas idealizam que eles sejam mais delicados com a pele e cabelos, até mesmo mais eficazes, com propriedades naturais para tratar o corpo sem representar uma agressão ao frágil equilíbrio da epiderme (SOLOMON, 2008). Assim, fitocosméticos seriam produtos elaborados com plantas medicinais, especialmente orgânicas, e livres de substâncias químicas denominadas como prejudiciais à saúde.

Inspirados em cosméticos europeus, marcas brasileiras como a Natura, já na década de 70 “inovavam” seus cosméticos com ingredientes naturais provenientes da Amazônia, como os óleos vegetais utilizados até hoje em seus produtos, como os de castanhas e andiroba. A precursora lançou sabonetes corporais com extratos e partes de frutas e de sementes, com concentrações baixas, chegando a menos de 1%, mas o apelo de publicidade e marketing buscavam a associação da Natura com marcas estrangeiras consagradas de cosméticos naturais na Europa, e foi a primeira marca no Brasil a investir nesse tipo de cosmético. Assim, atualmente os ingredientes naturais são valorizados em cosméticos, no qual são encontrados na maioria deles, mesmo que em pequenas quantidades, como 1% da formulação. Muitas marcas disponíveis no mercado exploram rótulos e propagandas de cosméticos ditos naturais e orgânicos que exibem o potencial terapêutico destes produtos, com supostas propriedades de ingredientes naturais que utilizam na composição dos cosméticos, mesmo que sejam em baixíssimas quantidades, sendo elas, muitas vezes, sintetizadas em laboratório.

Nesse panorama, houve um aumento na demanda de produtos cosméticos brasileiros contendo ingredientes naturais, mesmo que em baixíssimas concentrações e com propostas de preservação ambiental dúbias. Cito a empresa Natura, que teve vários processos ambientais relacionados à exploração indevida de recursos da floresta amazônica. Um dos processos

judiciais ocorreu em 2001, por biopirataria, em que a Natura foi multada à respeito da exploração comercial indevida do mururu, um fruto do Acre usado a produção de seus cosméticos, sem pagar as devidas compensações por conhecimento tradicional à etnia indígena *ashaninka* (MENDES; BALAZINA, 2010). Ambiguidades à parte, as indústrias cosméticas lucravam em cima de rótulos e etiquetas contendo referências de plantas medicinais populares brasileiras e indicações superficiais de sustentabilidade. Eram cada vez mais comuns e disponíveis esses produtos insustentáveis nas prateleiras dos supermercados vendidos como opção de um consumo mais consciente.

Atualmente no Brasil não existe legislação específica sobre fitocosméticos industrializados que os defina. Existem, no entanto, as empresas privadas certificadoras IBD e ECOCERT que possuem o seu próprio referencial e exigência para essa certificação, com conceitos rigorosos e rígidos de cosméticos orgânicos e naturais. Elas exigem um controle de qualidade específico em toda a produção, desde a colheita dos ingredientes naturais até o consumo sustentável e o uso de embalagens ecológicas. A procedência e tipos de ingredientes utilizados também é cuidadosamente normatizado, em que somente 5% dos ingredientes podem ser de sintéticos, sendo que poucos são aceitos como seguros e confiáveis por essas certificadoras. No entanto, partimos do pressuposto do referencial privado de cosméticos naturais e orgânicos determinados pela ECOCERT: cosméticos orgânicos devem possuir na composição o mínimo de 95% de ingredientes naturais ou de origem vegetal (sobre o total de ingredientes) e o mínimo de 95% de ingredientes vegetais certificados orgânicos sobre o total de ingredientes vegetais. Já os cosméticos só naturais devem possuir no mínimo 95% de ingredientes naturais e no mínimo 50% de ingredientes vegetais certificados orgânicos sobre o total de ingredientes vegetais. Somente 5% da composição deve ser de ingredientes sintéticos, em ambos os casos, sendo que a lista de sintéticos também é limitada e devem estar contidas na lista de substâncias permitidas pela empresa como seguras à saúde humana (ECOCERT, 2017). As normas de certificação para cosméticos da IBD e ECOCERT e a lista de ingredientes sintéticos permitidos se encontra disponível em: [http://brazil.ecocert.com/sites/brazil.ecocert.com/files/referencial\\_cosm\\_ticos\\_org\\_nicos\\_e\\_naturais.pdf](http://brazil.ecocert.com/sites/brazil.ecocert.com/files/referencial_cosm_ticos_org_nicos_e_naturais.pdf)

No que diz respeito ao aumento no consumo e uso de fitocosméticos industrializados oriundos de empresas certificadas, essa é uma tendência consolidada na Europa, que vem crescendo no Brasil a partir dos anos 70 (ABIHPEC, 2017). Essa tendência ao consumo de fitocosméticos pode estar associada aos referentes estilos de vidas de grupos sociais que

consomem este produto. Pessoas engajadas em grupos e movimentos ambientalistas, protetores dos animais, veganismo, entre outros, possuem estilos de vida que valorizam e primam pela sustentabilidade, alimentação saudável e visam a utilização e consumo de fitocosméticos como uma alternativa mais ecológica, saudável e natural de cuidar do corpo. Por sua vez, são grupos que pressionam as empresas que produzem esse tipo de cosmético e exigem destas o emprego de ingredientes naturais ativos na formulação dos mesmos, que devem ser de origem vegetal, orgânicos e sem testes em animais. Boa parte da parcela dos consumidores de fitocosméticos certificados são exigentes e buscam ingredientes específicos, certificados e com qualidade reconhecida por empresas que não fazem testes em animais e que primam pela preservação do planeta dentro de várias exigências pautadas, legitimadas e decididas pelos grupos. Assim, trata-se de um grupo específico de consumidores de fitocosméticos industrializados.

Rótulos e propagandas de fitocosméticos industrializados exibem o potencial terapêutico destes produtos, que seriam “propriedades naturais” para tratar o corpo. Muitas vezes, o apelo comercial destes produtos exhibe na rotulagem selos de sustentabilidade e de produção ecologicamente correta, regidos por um sistema de certificação e de distinção de produto muitas vezes contraditório, definidos por regras e normas estabelecidas, na qual muitas vezes, a prática não condiz com a teoria. Como por exemplo, as indústrias de cosméticos ecológicos com selos de certificação renomados, mas que garantem salários baixos e poucos benefícios aos seus funcionários, apropriados e referentes ao sistema de produção em escala industrial, ou que utilizam recursos naturais em alta demanda, ou mesmo utilizam ingredientes naturais de reservas ecológicas, como no caso da floresta Amazônica, que exporta anualmente toneladas de matéria prima a indústrias de cosméticos naturais, entre eles óleos vegetais de plantas ameaçadas de extinção, como o caso do Pau-rosa (*Aniba rosaeodora*). Em 2010, o Pau-rosa entrou na lista de produtos controlados pela Convenção sobre Comércio Internacional de Espécies Ameaçadas de Fauna e Flora - Cites (MANHÃES, et al., 2013).

Assim, paralelamente ao processo de desenvolvimento e consolidação dos fitocosméticos pela indústria cosmética, em alta escala, havia a discussão em voga sobre a sustentabilidade e preservação dos recursos naturais demandados em sua produção industrial em massa, envolvendo consumo de água, energia, poluição, testes em animais, desmatamento, extração imprópria de ingredientes naturais, etc. Assim, os fitocosméticos industrializados, mesmo os certificados e orgânicos, passaram a serem questionados pela sua forma de produção em alta escala, que por ser oriundo do industrial geraria problemas ambientais. Grupos sociais começaram a buscar alternativas cosméticas que consideravam mais apropriadas e

denominadas mais “naturais” para os cuidados com o corpo, como cosméticos não industrializados, que não fossem produzidos em alta escala por grandes indústrias. Assim, buscou-se o uso e consumo de produtos cosméticos feitos à mão, e um processo totalmente artesanal, que não envolvessem uma produção industrializada, mas que também fossem orgânicos, naturais e mais sustentáveis que os industrializados.

Ou seja, os fitocosméticos artesanais seriam uma aprimoração dos industrializados em termos de prováveis benefícios à saúde e ao meio ambiente, que teriam mais qualidades em diferentes contextos, seja para pele ou para o meio ambiente, por apresentar maior sustentabilidade, segurança toxicológica, propriedades terapêuticas e cosméticas, e ainda seriam uma maneira de questionar o consumo de produtos industrializados e incentivar o artesanal, o comércio e o consumo sustentável proveniente dos mesmos.

### 2.3 FITOCOSMÉTICOS ARTESANAIS - UM CONSUMO MORAL E SUSTENTÁVEL

Fitocosméticos artesanais seriam provenientes de ingredientes considerados naturais, muitas vezes orgânicos e sustentáveis. Assim, abordo o conceito de fitocosmético artesanal como uma categoria de cosmético constituído apenas por ingredientes naturais e/ou orgânicos de origem vegetal ou animal específicos, ou minerais, em que podem ser constituídos por um único ingrediente, e em diferentes estados físicos, como cru, cozido, torrado, em pó, seco, etc. São feitos artesanalmente, com ingredientes, processos e qualidade de manufatura específicas e muitas vezes rígidas, conforme especificidades e racionalidades envolvendo fitocosméticos.

Os fitocosméticos artesanais podem ser produzidos pelo próprio usuário ou por artesãos que trabalhavam e comercializam fitocosméticos, provenientes de uma produção caseira ou de comunidades sustentáveis, e podem ser encontrados especialmente pela internet, em que muitas marcas e coletivos comercializam seus produtos, como é o caso da *Fefa Pimenta*, a *NU Cosméticos*, *Sal do Beija-Flor*, *Lá do Mato Saboaria*, *Duna*, entre outras. Porém, este trabalho não se dedica a estudar a comercialização de fitocosméticos artesanais, nem as redes ou relações formadas e provenientes destes, mas sim a pesquisa se pauta nas formas de uso, consumo e produção de fitocosméticos realizadas pelas próprias usuárias, em que apenas menciono este mercado envolvendo comercialização de fitocosméticos artesanais, oriundos de uma proposta sustentável que existe, e possui uma demanda para tal.

Além do comércio envolvendo os fitocosméticos artesanais, em que os consumidores dos mesmos estimulam e visam o consumo sustentável e a economia de pequenos produtores e

artesãos, muitos também produzem seus próprios fitocosméticos feitos em laboratórios improvisados em cozinhas e quintais, de maneira artesanal e sem muitos equipamentos, resultando em cosméticos simples e básicos, direcionados à higiene pessoal e à cuidados com o corpo do dia-dia, como pasta de dentes feita com pós vegetais e especiarias (canela, cravo, raspa de juá e gengibre), desodorantes e cremes caseiros feitos com extratos vegetais, óleos vegetais e essenciais.

Na cidade de Porto Alegre, ingredientes e matérias primas para a produção de fitocosméticos são facilmente encontrados, como em feiras livres e eventos locais de produtos naturais, ecológicos e artesanais, que mobilizam a sociedade e estimulam o consumo destes produtos, produzidos e vendidos por pequenos artesãos e produtores locais. É o caso da Feira de Agricultores Ecologistas (FAE), também conhecida como a “feirinha ecológica do Bom Fim”, ou “feira orgânica da Redenção”, pois é próxima ao Parque da Redenção, que ocorre aos sábados pelas manhãs, na Avenida José Bonifácio, 675, no bairro Bom Fim em Porto Alegre. Verifica-se uma grande procura por estes produtos oferecidos e comercializados por estes pequenos produtores locais, por sua vez orgânicos, ecológicos e frescos. São bastante frequentadas, possuindo um público assíduo que consome seus produtos artesanais, naturais e orgânicos, as quais possuem uma boa demanda comercial, verificando uma legitimidade destes nos discursos do público frequentador, que consideram como produtos mais naturais, sustentáveis, ecológicos, em que o artesanal é valorizado e exaltado frente aos industrializados.

É possível encontrar nessa feira a comercialização de muitos produtos naturais e orgânicos, desde frutas, hortaliças, verduras, grãos e cereais, comidas artesanais, ervas medicinais, e outros para a produção de fitocosméticos. Outro lugar comum para a aquisição de produtos naturais, ecológicos e artesanais é o Mercado Público de Porto Alegre, em que é possível encontrar uma diversidade de plantas medicinais desidratadas, especiarias, temperos, comidas artesanais, frutas, cereais, sementes, e uma infinidade de ingredientes para a produção de fitocosméticos. Localizado no Centro Histórico de Porto Alegre, o Mercado Público integra o Patrimônio Histórico e Cultural da cidade.

Assim, as feiras livres e o Mercado Público de também são muito frequentadas para a aquisição de ingredientes naturais e orgânicos para a produção caseira de fitocosméticos artesanais, assim como os destinados à alimentação, além dos outros tipos de produtos comercializados nestas feiras, como equipamentos e acessórios para a produção manual de extratos vegetais, macerações e outros insumos utilizados em fitocosméticos. Importante destacar a seleção realizadas nesses ingredientes que são cuidadosamente selecionados e

escolhidos pelas pessoas, que exigem e preferem matérias-primas de qualidade e provenientes de um cultivo orgânico, extraídas de forma sustentável da natureza e não transgênicos.

No entanto, friso que neste consumo sustentável envolvendo a escolha e seleção de ingredientes para a produção de fitocosméticos artesanais pelo próprio usuário, adquiridos por comércio justo, há peculiaridades que permeiam essas relações de consumo, na qual a sustentabilidade constitui a terceira motivação para seu uso, em que a primeira seria a beleza e a segunda a saúde. Segundo Sassatelli (2003), *“discursos sobre consumo são importantes objetos de estudo, uma vez que podem nos informar sobre as formas práticas pelas quais as pessoas extraem sentido do mundo, o qualificam e a suas próprias práticas, e neste todo baseiam suas ações”*.

Nesse sentido, busca-se o consumo de produtos menos prejudiciais ao meio ambiente e também consumir muito menos esses produtos, e estes produtos em menor quantidade. Há uma forte tendência ao minimalismo, onde o menos é mais. Assim, a redução do consumo, em todos os seus sentidos, especialmente de produtos industrializados é encarada como necessária para a sustentabilidade. Aqui, no consumo de fitocosméticos artesanais observa-se um movimento contra o consumo de industrializados, no intuito de evitar empresas e produtos considerados antiéticos, observando um consumo moral de industrializados X artesanais. Para Sassatelli (2003), o consumo é uma questão social e moral, e que os hábitos dos consumidores seriam parte de um processo em curso de negociação de classificações sociais e hierarquias.

Segundo Cooper (2002), o consumo de produtos industrializados deve ser minimizado para evitar a degradação ambiental. Possivelmente, produzir e/ou comprar fitocosméticos artesanais pautados no comércio justo são formas e estratégias eficazes de práticas para a sustentabilidade. A própria construção de padrões de produção e consumo destes produtos sustentáveis inseridos em uma economia de mercado, que seleciona produtos e processos com base no critério ambiental, e não na lucratividade define o que conceituo como o consumo moral e sustentável.

No entanto, o consumo sustentável também é moral, em que o consumo sustentável enfatiza cada vez mais ações coletivas, mudanças políticas e institucionais, mais do que tecnológicas, econômicas e comportamentais. Observa-se padrões de consumo, estilo de vida e valores sociais que envolvem este consumo moral e sustentável, no qual a restrição ao consumo de produtos industrializados e a redução de produtos artesanais seriam práticas ambientalmente corretas, em que a contribuição pessoal de cada um seria enfatizada, transferindo a responsabilidade pela proteção ambiental somente para o indivíduo. Assim, “a alternativa para

as ações individuais seria estabelecer um compromisso com a moralidade pública, através de ações coletivas, e implementar políticas multilaterais de regulação, tanto da produção quanto do consumo” (PORTILHO, 2005).

Assim, priorizando as ações do consumidor, individuais ou coletivas, como práticas políticas, Halkier (1999) insere o conceito de que as pessoas seriam estimuladas e cobradas a incorporarem o aspecto ambiental em suas preocupações e experiências o cotidiano, em que o consumo sustentável se tornaria uma exigência e uma moral absoluta. Nesse caso, esse dia-a-dia poderia se transformar em controle social, levando talvez a contrarreações de rejeição da responsabilidade ambiental. No entanto, esse processo também poderia contribuir para ampliar as experiências da vida diária e o sentimento de pertencimento na sociedade, através de discussões e trocas dentro da sua rede social, na participação da esfera pública, em que os consumidores podem reconhecer e perceber o significado de suas próprias ações em relação aos seus efeitos no meio ambiente, e em outros grupos sociais. Para Halkier (1999), “esse processo pode produzir sentimentos de cidadania mais fortes, uma vez que os consumidores passariam a ver suas próprias práticas como parte de uma comunidade política mais ampla”.

Abordo o uso e o consumo de fitocosméticos artesanais envolve experiências coletivas, seja comprando fitocosméticos artesanais na feira orgânica e de outros produtores, seja na busca e na seleção e compra de ingredientes específicos para a produção caseira e individual dos cosméticos, seja nas trocas sociais realizadas nos grupos sociais entre as pessoas, seja na resistência estabelecida frente a produtos cosméticos industrializados ou na participação na esfera pública, pois frequentam lugares simbólicos que expressão e representam o consumo sustentável, como é o caso das feiras, em que nelas discutem a sustentabilidade, trocam informações, vivências, experiências nos seus grupos ou redes sociais, expondo a importância da esfera pública.

No entanto, entendo que esses consumidores experimentam estratégias próprias de sustentabilidade em suas atividades no dia-dia, que vão além da esfera pública, seja em suas casas, na vida cotidiana, nos hábitos, nas formas e maneiras de cuidar do corpo, de abordarem conceitos de saúde, beleza e higiene. Assim, a escolha e utilização por fitocosméticos artesanais se tornam centrais no estudo desta problemática, em que este trabalho se propõem pesquisar. As pessoas inseridas em grupos sociais e estilos de vida priorizam alternativas mais sustentáveis, seja de consumo, as formas de utilização dos produtos, escolha das marcas e modos de produção, utilização de recursos naturais, meios de transporte, alimentação, e outros setores da vida e de suas rotinas silenciosas.

Claro, não deixo de entender a importância e o impacto causado pela a esfera pública na formação de opiniões de consumo e moldar a consciência sustentável coletiva dos grupos e estilos de vida, mas gostaria de pôr em evidência neste trabalho os hábitos e as práticas cotidianas envolvendo o uso e o consumo de fitocosméticos artesanais, no âmbito individual, além das coletividades. Aqui abordo estratégias de consumo sustentável que vão além da compra de bens de consumo (seja o consumo realizado na feira orgânica ou em outros setores similares), que são as formas de produção artesanal de cosméticos naturais e orgânicos e seus usos e consumos por indivíduos, que assumiriam perspectivas de conscientização ambiental de grupos sociais e estilos de vida que detêm um conjunto de valores, padrões de consumo, dietas alimentares, modos de vida, e práticas consideradas ambientalmente corretas. Abordarei esse assunto com mais profundidade no capítulo IV, em que desenvolvo o estudo do universo de pesquisa e seus estilos de vida.

Em suma, as estratégias individuais e práticas realizadas no dia-dia reforçariam a noção de responsabilidade social e ambiental dos atores sociais, em que através dessas estratégias e estilos de vida envolvendo consumo consciente estariam resolvendo problemas ambientais, contribuindo para a preservação do planeta, e desenvolvendo seu papel de cidadão em relação aos efeitos políticos de sua participação individual, e assim, expandindo o sentimento de comunidade e coletividade. Segundo Portilho (2005), a "*ética da responsabilidade*" (em oposição à ética da conformidade) os indivíduos sentem-se diretamente responsáveis por melhorar o meio ambiente e essas práticas também poderiam conter uma reflexividade que vai além das rotinas silenciosas, abrangendo novos valores e comportamentos das redes sociais às quais cada um pertence, à esfera micro pública onde as demandas e as ações são discutidas e negociadas.

Segundo Sassatelli (2003), novos padrões de consumo alternativo são baseados em produção própria, e a separação entre produção e consumo é exposta e são incentivadas diversas maneiras de reintegrar práticas deste no ambiente natural local, em relações comuno-sociais e no processo produtivo:

Os consumidores são convidados a agirem, ao levarem em consideração combinações e recombinações alternativas entre estas duas etapas. Contrariando a retórica clássica do livre mercado, somente formas mais integradas de vida econômica – localizadas e provenientes da comunidade – podem dar aos consumidores mais controle sobre suas escolhas. Ainda seguindo esta lógica, temos a ideia de que a rotulagem de produtos, como feita tradicionalmente por campanhas consumistas, não basta, e que “consumidores éticos” precisam saber o “custo em sustentabilidade” de suas escolhas – quanta poluição foi gerada e quantos recursos não renováveis foram gastos na

produção e distribuição de qualquer bem. A soberania do consumidor se torna algo distinto das escolhas de consumo previstas nas variáveis selecionadas pela economia neoclássica e pelas ideologias do livre mercado (como preço e quantidade). A lógica de custo/benefício perde a validade quando o alvo é tanto a satisfação individual quanto uma série de benefícios públicos. A soberania do consumidor em si deixa de seguir premissas hedonistas e passa a se basear em responsabilidade. (SASSATELLI; SCOTT, 2001, p.26).

Atualmente muitos grupos, coletivos, projetos e pessoas em Porto Alegre estudam, produzem, utilizam e consomem fitocósméticos artesanais, seja para consumo próprio ou comercialização dentro do consumo consciente, como é o caso do Projeto *Um Ano sem Lixo*, *Wild Cosmetics*, *Coletivo 828*, *Aldeia*, *AREA 51*, entre outros. Essas pessoas e coletividades se mobilizam por novas formas e apresentações de cosméticos naturais, cada vez mais simples e frescos. Neste próximo capítulo lhes apresento o universo de pesquisa e o grupo de mulheres estudado.

### 3 O UNIVERSO DE PESQUISA

#### 3.1 O GRUPO DE MULHERES ESTUDADO E OS ESTILOS DE VIDA

No Brasil, observa-se uma elevada variedade e quantidade de cosméticos industriais disponibilizados para os cuidados com o corpo, direcionados especialmente para o público feminino (SOLOMON, 2008). Eles estão em todos lugares, nos supermercados, lojas de cosméticos físicas e online, no cotidiano e na rotina das mulheres brasileiras. As prateleiras das lojas e dos banheiros residenciais são abarrotadas de diversos cosméticos cada vez mais específicos, em que cada semana um novo é lançado no mercado. As opções são ilimitadas de produtos, como shampoos e condicionadores diferentes para cada tipo de fio, tratamentos desejados, cor de cabelo, hidratantes corporais destinados a todas partes do corpo, sabonetes, desodorantes, cremes dentais, cremes depilatórios, tintas de cabelo, esmaltes, maquiagens, entre outros.

Em meio a tantas opções de cosméticos disponíveis no mercado e inovações realizadas pela indústria farmacêutica, inclusive de fitocosméticos orgânicos industrializados, o que leva mulheres a optarem por produzir seus próprios cosméticos? Sendo que estes cosméticos não condizem com os padrões físico-químicos dos industrializados, em que possuem diferentes características, na qual os shampoos e sabonetes fazem pouca ou nenhuma espuma, o creme dental é salgado e o condicionador deve ser armazenado na geladeira. Também, estes demandam tempo para suas confecções, que pode ser um processo demorado, pois envolve o selecionamento de ingredientes, lavagem e higienização de ingredientes, instrumentos e ferramentas utilizadas, produção de extratos vegetais e tinturas, maceração de plantas medicinais, moagem de grãos e flores, etc., assim, exigindo horas de dedicação.

Como vimos nos capítulos anteriores, frisei que o consumo e o uso de fitocosméticos artesanais envolve questões relativas à preocupação com a saúde e beleza, preservação do meio ambiente, consumo sustentável, estilos de vida, gênero e classe social. Mais especificamente, o trabalho se dedica estudar mulheres no contexto urbano da cidade de Porto Alegre, que produzem e utilizam seus próprios fitocosméticos artesanais, e que não comercializam esses cosméticos para terceiros.

Como metodologia optei pela etnografia, em que realizei entrevistas abertas com 7 mulheres de idades entre 26 a 38 anos, da cidade de Porto Alegre, que usam e consomem fitocosméticos produzidos artesanalmente, por elas próprias. Esse grupo de 7 mulheres é

decorrente de atividades do Projeto de Extensão “Alternativas Cosméticas Orgânicas e Naturais” da UFRGS, que realizou eventos sobre fitocosméticos artesanais em Porto Alegre entre os anos de 2014 e 2016, período em que atuei como bolsista neste projeto. A observação participante ocorreu nos espaços do projeto, estendendo-se também às casas das entrevistadas em que foram realizadas as entrevistas.

Neste projeto conheci minhas informantes e tive contato com outras mulheres que participaram de alguma forma do projeto, e que produziam e estudavam fitocosméticos artesanais. As entrevistas foram realizadas ao longo dos anos do projeto, no entanto, as mais densas e elaboradas ocorreram a partir de agosto de 2017, em que me dediquei a organizar o material das mesmas, assim como a produção deste trabalho. O projeto em questão tinha a proposta de oferecer eventos à comunidade local e acadêmica da UFRGS, como oficinas de saponificação (produção de sabonetes), reciclagem e sustentabilidade, workshops de fitocosméticos artesanais, exposições interativas, exibições de documentários, etc.

O grupo estudado foi formado por mulheres que não se conheciam antes do projeto, e que foram selecionadas para a pesquisa e para as entrevistas por alguns parâmetros, como por questões de disponibilidade de tempo, por residirem em Porto Alegre, que foram prestativas à pesquisa, e principalmente porque já produziam e utilizavam fitocosméticos artesanais há pelo menos 1 ano, ou seja, já possuíam um certo conhecimento e intimidade com os mesmos. O grupo possui formações acadêmicas e profissões bem distintas: Paula, 35 anos, antropóloga; Eloisa, 28 anos, estudante de biologia; Erica, 26 anos, estudante de biologia; Laura, 30 anos, estudante de arquitetura; Daniela, 38 anos, jornalista; Débora, 27 anos, estudante de educação física e Carla, 34 anos, advogada, todas de classe média residentes de bairros de Porto Alegre: Centro Histórico, Floresta, São Geraldo, Menino Deus e Glória.

São mulheres de classe média e que possuem capital simbólico, ou seja, estão inseridas de alguma forma em espaços sociais artísticos, intelectuais e/ou culturais. Suas motivações para se dedicarem a produção e utilização de fitocosméticos artesanais são comuns entre as mesmas, e também estão relacionadas a suas histórias de vida, a trajetória pessoal de cada uma. No entanto, entendo que essas mulheres possuem estilos de vida em que a inserção de fitocosméticos artesanais em um determinado momento de suas vidas foi necessário, e a partir de disso experimentam estratégias próprias e independentes de sustentabilidade, saúde, beleza e higiene em suas rotinas do dia-dia, que configuram hábitos, nas formas e maneiras de cuidar do corpo, de se relacionarem em sociedade. Assim, a escolha e utilização por fitocosméticos artesanais definem pessoas inseridas em grupos sociais e estilos de vida que priorizam

alternativas mais sustentáveis, seja de consumo, modos de produção, utilização de recursos naturais, descarte de resíduos, uso de agrotóxicos, etc.

Neste grupo de mulheres o consumo sustentável predomina em seus estilos de vida, em que os hábitos e as práticas cotidianas não somente envolvem o uso e o consumo de fitocosméticos artesanais, mas as mesmas adotam outras estratégias de consumo sustentável que vão além da compra de bens de consumo sustentável, como dietas alimentares mais saudáveis, reciclam o lixo e evitam produtos feitos de material sintético, derivados de animais, e evitam alimentos, materiais de limpeza e cosméticos industrializados, entre outros.

No entanto, não abordo e/ou aprofundo em meu trabalho as relações observadas em campo sobre o uso e o consumo de fitocosméticos com o movimento feminista, ecologia feminina, dietas alimentares restritivas ou testes em animais, no qual fazem parte de estilos de vida e estão muitas vezes de alguma forma relacionados com fitocosméticos, como os testes em animais que estaria atrelado ao conceito de sustentabilidade, de conservação da natureza e animais.

Em relação aos estilos de vida, partindo da ideia que existem diferentes estilos de vida em nossa sociedade ocidental na atualidade, é entendido que cada estilo de vida possui suas próprias ideologias, valores, símbolos, filosofias e visões de mundo. Neste sentido, segundo Bourdieu (1983) os indivíduos buscam estabelecer distinções sociais através dos estilos de vida, em que estariam vinculados ao *habitus*, em que o gosto, a propensão e a aptidão a apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras seria o princípio do estilo de vida.

Isso pode ser verificado com mais clareza nas mulheres do grupo estudado, em que ao produzirem e inserirem os fitocosméticos artesanais em suas vidas, mudaram suas rotinas de cuidados com o corpo, e abandonaram o uso de muitos e até de todos cosméticos industrializados. Daniela, 38, jornalista, usava mais de 80 cosméticos diferentes, e constantemente estava aumentando esse número, comprando e consumindo mais tipos e marcas diferentes dos mesmos cosméticos, e os utilizava várias vezes ao dia e em uma frequência exaustiva, para manter o corpo e a beleza nos padrões estéticos que considerava ideal.

Atualmente ela usa apenas 16 cosméticos em todo corpo diariamente, nos quais 5 ela mesmo produz em sua cozinha artesanalmente, sendo que 3 deles são compostos por apenas 1 ingrediente, sendo eles alimentos que ela também ingere em sua dieta diária. Daniela, me informou que abandonou o uso e o consumo de seus cosméticos industrializados pelos riscos e os perigos por eles representavam à sua saúde. Assim, aqueles cosméticos industrializados

exaustivamente utilizados ao longo de muitos e muitos anos tornaram-se uma ameaça à sua própria beleza e saúde, e por isso eles foram descartados como veneno, no qual a relação com os mesmos em um certo momento de sua vida tornou-se ambígua, em que ela não sabia se eles faziam mais mal do que bem à sua saúde e beleza. *“Às vezes um cosmético pelas substâncias contidas nele faz mais mal do que bem à pele e aos cabelos, ou não exerce efeito algum”* informou Daniela.

Ao abandonar o uso de cosméticos industrializados, os primeiros 4 meses Daniela revelou que foi muito difícil a adaptação, que foi quase um sacrifício deixar de usar alguns cosméticos específicos, principalmente os relacionados à higiene como shampoos, desodorantes, pastas de dentes e as maquiagens, como bases faciais, corretivos, pós compactos e tintas de cabelo. Porém, após estes 4 meses que ela se refere como de período de transição, no qual o corpo se adapta as novas práticas e fitocosméticos artesanais, ela afirma que sua pele, unhas e cabelos nunca estiveram tão bonitos, e que seu principal cosmético é a própria comida: *“ Dizem que você é aquilo que você come. Eu dou prioridade a alimentos orgânicos e naturais, especialmente aos crus. Eu alimento bem meu corpo para ele ficar bonito dentro e fora, e não preciso mais usar inúmeros cosméticos para camuflar minha pele e cabelos feios”*.

Na verdade Daniela não abandonou seus hábitos de higiene ou seus cosméticos, ela apenas substituiu-os, e faz uso de cosméticos que define e seleciona como mais seguros e satisfatórios para a manutenção de sua beleza, saúde e para os cuidados com o corpo. Essa troca de tipos de cosméticos é importante, nos quais os novos são tão significativos e importantes quanto os anteriores. E não quer dizer que não sejam tão efetivas quanto os anteriores também, e para os cuidados do corpo, saúde e beleza.

Daniela, antes de aderir aos fitocosméticos artesanais caseiros usava mais de 80 cosméticos diferentes, sendo 60 deles apenas itens de perfumaria e maquiagem, como batons, sombras e bases faciais. Era adepta do consumismo, e antigamente comprava muitos cosméticos, e não utilizava todos eles e guardava na gaveta, e estava sempre aumentando sua coleção pelo apelo da mídia e das marcas industrializadas, e porque utilizava muita maquiagem no dia-dia e no trabalho. Atualmente ela usa apenas 16 cosméticos em todo corpo diariamente, sendo eles 5 fitocosméticos produz que ela mesma produz: óleo corporal, óleo hidratante capilar e demaquilante facial feitos somente de óleo de coco e óleo essencial de hortelã ou lavanda; desodorante de óleo de coco, bicarbonato de sódio e amido de milho; e tônico facial de cavalinha e alecrim, composto de extratos vegetais, vinagre de maçã e óleo essencial de alecrim. Eventualmente, ela elabora máscaras faciais com iogurte, aveia e mel para hidratar o

rosto, e esfoliantes corporais e faciais com açúcar, mel, azeite de oliva e óleos essenciais para um cuidado maior com o embelezamento. Ela acredita que essas receitas sejam mais eficientes que aqueles cosméticos adquiridos prontos e vendidos em lojas.

Mas ela admite que ainda consome alguns itens industrializados como creme dental, esmaltes, creme facial e máscara hidratante capilar, de marcas encontradas em supermercados, mas com propostas mais sustentáveis e naturais. Também utiliza fitocosméticos industrializados orgânicos comprados em lojas online: shampoo, condicionador, sabonetes, desodorantes, creme facial, filtro solar, perfume e algumas maquiagens. Mas ela pretende deixar de usar estes itens também, e somente utilizar os caseiros e os orgânicos industrializados que possuem selos de qualidade e segurança. Assim, seu objetivo é abandonar os cosméticos industrializados em um futuro próximo, mas afirma que ainda está se adaptando e não consegue utilizar os cremes dentais artesanais, que são muito ruins, com gosto de tempero e que parecem não limpar os dentes adequadamente. E admite também não gostar muito de usar os condicionadores orgânicos, pois sua consistência é gelatinosa, e reclama que os shampoos e sabonetes não fazem muita espuma. Daniela não conseguiu ainda se adaptar a fórmula/receita de alguns fitocosméticos para a substituição dos industrializados.

Em suma, Daniela tem pretensões de só usar os fitocosméticos que produz futuramente, e eliminar de sua rotina os cosméticos industrializados, e talvez também os orgânicos e certificados que ainda utiliza. Ela também comenta uma outra dificuldade para produzir todos seus fitocosméticos, que seria a falta de tempo para fazê-los na própria cozinha. Observa-se então, que os cosméticos industrializados ainda estão sendo usados, mas que deseja descartá-los.

Mas friso que os fitocosméticos artesanais e os hábitos de higiene e beleza envolvendo estes podem ser diferenciados dos cosméticos industrializados. O resultado obtido nesses pequenos frascos e potes de fitocosméticos artesanais caseiros nem sempre se aproxima dos industrializados, prontos e embalados nas prateleiras. Desde a textura, os cheiros, as consistências, os gostos e validades das receitas podem causar estranhamento em algumas usuárias. Nem todas se adaptam facilmente ao creme dental salgado, ao shampoo e ao sabonete sem espuma, ou ao desodorante com baixa durabilidade, que escorre e que deve ser reaplicado várias vezes durante o dia, ou ao pó facial e o rímel natural que possuem baixa fixação e pigmentação.

Em suma, os fitocosméticos artesanais envolvem práticas e cuidados específicos com o corpo, nos quais a utilização e aplicação deles na pele e cabelos demandam de específicas

metodologias e métodos, para que possam ser efetivos e realizar a manutenção da beleza, higiene e a saúde do corpo, tão importante para as mulheres e que devem ser executados pelos fitocosméticos de forma eficiente.

### 3.2 OS MOVIMENTOS, AS TÉCNICAS, AS METODOLOGIAS ENVOLVENDO FITOCOSMÉTICOS

Paula, 35 anos, antropóloga, em uma entrevista mencionou um blog que gostava muito, e que segundo ela foi seu guia para os cuidados com os cabelos, e onde aprendeu quase todas receitas de fitocosméticos, e as principais técnicas e metodologias para cuidar de seus fios cacheados castanhos.

O blog em questão é o blog *Lulastic.co.uk*. da britânica Lucy AitkenRead, autora também do livro “*Happy Hair: The Definitive Guide To Give Up Shampoo*” (*Cabelo feliz: o guia definitivo para abandonar o shampoo*), um *bestseller* na *Amazon*, que propõe o “*No Poo*” (sem shampoo), uma técnica específica para os cuidados com os cabelos e sua higienização, mas sem a utilização de shampoo e condicionadores industrializados, ou outros produtos capilares. O livro ensina a técnica de “*No Poo*” para ajudar o leitor a abandonar os cosméticos industrializados, a economizar dinheiro, ajudar na sustentabilidade do planeta e ainda libertar a beleza natural dos fios (AITKENREAD, 2014).

Figura 1. *Lucy AitkenRead*



Fonte: <http://happyhairguide.com>

Crédito: © Lucy Aitken Read/ 2014/BBC Mundo / Copyright **Lucy AitkenRead** – E uma entrevista com a BBC Lucy afirmou que não usa shampoo há quatro anos e revelou que

Segundo Lucy AitkenRead a quantidade de produtos de beleza que existem é extensa e todos os dias somos engolidos por propagandas desses produtos, seja na rua, seja na televisão. Ela decidiu deixar de usar shampoo há anos e afirma que seu cabelo nunca foi tão forte, bonito e saudável. Em seu livro, afirma que foi em 2012 que leu uma matéria sobre a quantidade de químicos que compõem cosméticos e depois foi ver o que dizia o rótulo do seu shampoo. Ela chegou à conclusão que não queria o seu cabelo cheio de substâncias nocivas e deixou de usar. Até hoje, Lucy nunca mais usou qualquer cosmético industrial no cabelo. Ela lava-o uma vez por semana com um shampoo natural que produz apenas com bicarbonato de sódio, água e vinagre de maçã, e de onze em onze dias aplica um ovo para hidrata-lo. Além de evitar os cosméticos industrializados, Lucy conta que também poupou muito dinheiro. Com o passar do tempo afirma que nunca se arrependeu e diz que o seu cabelo nunca esteve tão brilhante e forte.

Para ajudar outras pessoas, ela lançou seu blog e outros livros onde dá dicas e mostra as vantagens da sua decisão. Assim, para que iniciantes que queiram explorar suas práticas cosméticas sozinhos, mas com um apoio da autora através de seu blog, o *Lulastic.co.uk*. Com a publicação de seu primeiro livro *Happy Hair: The definitive guide to give up shampoo*, ela deu início ao movimento “*No Poo*” (abreviatura em inglês para 'sem shampoo'), que nas redes sociais e na internet atualmente possui muitos seguidores. Entre eles estão todas as minhas informantes.

Segundo AitkenRead, o “*No Poo*” é capaz de manter os fios limpos, fortes e hidratados, no qual o uso de produtos industrializados é vetado, pois neles contém uma lista de ingredientes proibidos para esta técnica, que incluem os derivados do petróleo, como óleo mineral e silicones, parabenos e o lauril sulfato de sódio. Porém, somente ingredientes naturais, por sua vez alimentos são utilizados em sua técnica para os cuidados com os cabelos, como ovos, mel, vinagre de maçã, abacate, bananas, leite coco, e até cerveja. Assim, são ingredientes encontrados facilmente nas cozinhas domésticas, em que na sua própria cozinha Lucy produz seus fitocosméticos. Outros ingredientes comestíveis, que podem ser ingeridos, são utilizados também, como o bicarbonato de sódio. A partir destes e outros ingredientes Lucy ensina em seu livro como elaborar e produzir shampoos, condicionadores e máscaras capilares naturais, e como aplica-los no cabelo. Assim, propõe que seriam alternativas naturais aos cosméticos industrializados, e que são mais eficazes, saudáveis, sustentáveis e econômicos que estes. Na figura 2 são algumas receitas de cosméticos naturais propostos por Lucy AikenRead:

Figura 2. *Receitas do Cabelo Feliz*

**Kitchen Ingredients**  
 THAT ARE SECRETLY AMAZING HAIR CONDITIONERS  
*Your pantry is hiding things from you...*

*Coconut cream is a protein rich conditioning treatment. Wet your hair & squeeze dry, apply coconut cream. Leave for 30 mins. Rinse out. It will leave hair smelling divine*

*Use up old bananas! Mash & apply to ends of your hair, mid shower. Leave for 10 min. This is protein rich so don't overload your hair by using more than once a fortnight. AMAZING SHINE!*

*Not that we need more excuses to buy all the beer but beer is an ANCIENT hair conditioning treatment. Fill a cup halfway up with beer and during your shower dip the ends of your hair in. Leave for 5 minutes. Rinse well to avoid smell.*

*Squeeze half a lemon into a squeeze bottle and fill with a cup of water. Squirt all over wet hair mid shower, leave for 3 minutes & rinse. Can be used regularly & will lighten hair too.*

**BONUS** *Store the leftovers in ice cube trays in the freezer to use them in your next shower.*

**TIP:**

HAPPYHAIRGUIDE.COM



Fonte: <http://happyhairguide.com/alternative-conditioner/homemade-conditioner-for-hair-from-your-kitchen/>  
 “**Ingredientes da Cozinha – Quais são os secretamente incríveis condicionadores capilares**” diz o guia acima nomeado como “**Guia do Cabelo Feliz**” de Lucy AitkenRead, que ensina e orienta como utilizar o creme coco, bananas, cerveja e o limão como tratamentos condicionantes capilares. No condicionador de creme de coco a aplicação seria molhar o cabelo e apertar para retirar o excesso de água, aplicar o creme de coco e deixar por 30 minutos, e enxaguar.  
 Crédito: © Lucy Aitken Read

Assim como Lucy AitkenRead, existem outras mulheres com as mesmas técnicas, práticas, cuidados, valores e racionalidades com o corpo na cidade de Porto Alegre. Apesar de Lucy AitkenRead ser de outro país e de outra cultura, ela é uma precursora mundial de técnicas como o “*No Poo*” e de elaborar, desenvolver e produzir seus próprios fitocosméticos para os cuidados com o corpo. Seus discursos se assemelham, no qual o fitocosmético é utilizado como substituto aos industrializados, e apresentam ideias, valores e concepções peculiares, próprias dos estilos de vida e das visões de mundo que possuem.

Lucy Read foi citada por uma das informantes do grupo estudado durante uma entrevista, Paula, 35 anos, antropóloga que acompanhava o blog da autora e relatou ter se inspirado no movimento “*No Poo*” para deixar de usar shampoo há 1 ano, isso em 2014. Sua motivação foi a questão da sustentabilidade ambiental e de reduzir a quantidade de água gasta para lavar os seus cabelos. “*O shampoo industrializado vai pelo ralo com a água, e ele possui muitas substâncias poluentes que prejudicam o meio ambiente*” afirma. A saúde também foi determinante para sua escolha, em que quis evitar contato com as substâncias químicas que considera nociva para seu corpo. Para lavar os cabelos cacheados Paula utiliza um shampoo natural composto por uma mistura produzida por ela mesma em sua cozinha, de bicarbonato de

sódio, vinagre de maçã e água. O recipiente que utiliza para armazenar o fitocosmético artesanal é uma embalagem vazia de um shampoo industrializado, que ela diz estar reciclando em sua reutilização. Ela aplica o shampoo natural no cabelo molhado e no couro cabeludo massageando suavemente para limpar bem e retirar a oleosidade excessiva. Ela realiza essa prática cosmética para lavar seu cabelo uma vez por semana. No entanto, ela pretende prolongar conforme o tempo de adaptação, e seu objetivo é lavar o cabelo apenas uma vez por mês.

Segundo Paula, existem outras receitas de fitocosméticos naturais de shampoos, como utilização de chás fitoterápicos e argilas. E não somente shampoos, mas uma série de fitocosméticos a base de comida, como condicionadores e máscaras capilares feitos de ovos, frutas, creme de leite, leite de coco, óleos vegetais como de coco e oliva. Ela também afirma que o tempo de adaptação para cada pessoa pode ser diferente, mas que é em torno de 3 meses ou mais. Ela reconhece que essa mudança é um processo lento, que quem pratica “No Poo” necessita ter paciência no processo de adaptação do corpo. A pessoa terá de passar por um período com o cabelo muito oleoso ou muito seco, talvez o couro cabeludo fique sensível, irritado e com caspa. *"A caspa é um efeito colateral esperado pelo uso de shampoos naturais, e indica que o couro cabeludo está se adaptando, mas pode ser muito desconfortável em alguns momentos, como em reuniões. Às vezes, é bem difícil mesmo e admito que quase voltei usar shampoo algumas vezes, pode ser um grande desafio "*, afirma Paula.

Além do “No Poo”, existem outros movimentos sociais originados no exterior que influenciaram na escolha por fitocosméticos artesanais, como o “*Slow Beauty*” e o “*lixo zero*”. As tendências propõem o resgate de receitas de fitocosméticos artesanais naturais e orgânicas, o consumo sustentável, e o uso de substância não “tóxicas” para os cuidados com o corpo. Assim como o “*No Poo*”, “*O Lixo Zero*” e o “*Slow Beauty*” existem outros movimentos na internet e redes sociais que disponibilizam muitas informações, conteúdos, discussões e cursos sobre cosmética natural, em que receitas são ensinadas e também disponibilizadas gratuitamente. Nesses espaços virtuais, o conhecimento sobre técnicas naturais, hábitos saudáveis, materiais biodegradáveis, consumo sustentável, métodos alternativos como aromaterapia, ayurveda e fitoterapia são debatidas e compartilhadas entre as participantes dessas redes de comunicação.

No Brasil, também encontramos representantes que primam pelo consumo sustentável e a utilização de fitocosméticos artesanais, como a apresentadora Bela Gil, do programa de culinária “Bela Cozinha”, no canal pago GNT e o aberto da rede Globo. Segundo Bela Gil, a saúde vai muito além da alimentação e propõe alternativas naturais para a higiene diária que,

segundo ela, substituem cosméticos industrializados. Em 2015, em seu Instagram, Bela entre dicas de alimentos naturais e fotos publicou a receita do seu desodorante que ela mesma produz, o que gerou muita polêmica e comentários, mas também abriu espaço para debates sobre fitocosméticos artesanais. Depois do desodorante de leite de magnésio, Bela publicou a pasta de dente de cúrcuma, causando ainda mais polêmica do que o desodorante, em que muitas pessoas criticaram o uso destes produtos e que seriam ineficazes e que deixariam cheiros desagradáveis no corpo. A revelação de que Bela usava cúrcuma no lugar de pasta de dente foi alvo de ironia e gerou comentários, e também contou com a oposição de dentistas, que afirmam que pastas de dente são mais eficientes e seguras, e que a limpeza dos dentes não deve ser realizada com cúrcuma. Abaixo as fotos das receitas polêmicas de Bela, em que na legenda original da foto da receita da pasta de dente diz "Anti-séptica, antibiótica, anti-inflamatória e 100% natural e sem efeito colateral (...). Não contém flúor, sulfato, adoçantes, aromas artificiais, goma xantana e outros 'porcaritos' mais."

Figura 3. *Receita de Desodorante "Natural" da Bela Gil*



Figura 4. *Receita de Pasta de Dentes “Natural” da Bela Gil*



Assim como Bela, todas minhas informantes relataram algum episódio em que sofreram algum tipo de preconceito ou crítica pelo seu estilo de vida e utilização de fitocosméticos artesanais. Segundo elas, as pessoas não aprovariam sua opção por produzir e utilizar todos seus cosméticos, em que alguns são até aceitos e apreciados na sociedade, como óleos de banho e manteigas corporais, mas fitocosméticos destinados à higiene e cuidados básicos com o corpo, como desodorantes, creme dental e shampoos não seriam bem aceitos, causando desaprovação, em que as pessoas consideram impróprios para o uso, conforme o discurso médico e farmacêutico de especialistas que não legitimam tais práticas.

### 3.3 A PRODUÇÃO E O USO DE FITOCOSMÉTICOS FEITOS À MÃO

Segundo Carla, 34 anos, advogada, produzir seus próprios desodorantes e óleos corporais é mágico e libertador. Ela produz mais 6 fitocosméticos naturais que utiliza em sua rotina de cuidados com o corpo, e os outros produtos são adquiridos de marcas orgânicas industrializadas certificadas, que utilizam ingredientes naturais, que são adquiridos na internet. Ela também aprecia confeccionar fitocosméticos para presentear amigos e familiares, em que há um carinho e amor envolvido na produção de fitocosméticos: “ *Eu sinto muito prazer em fazer meus próprios cosméticos, eu me sinto empoderada em manipular, selecionar e combinar*

*como eu pretender os ingredientes para meus próprios cosméticos. Fazer seus próprios cosméticos é escolher o que é melhor para mim mesma, é conhecimento, é poder e qualidade de vida. Eu escolho o que é melhor para mim e para meu corpo. E também tenho orgulho de presentear as pessoas que eu gosto, é uma forma de cuidar, é um carinho, é como fazer uma boa comida boa” explica Carla.*

Carla, assim como Eloisa e Laura, frequentou cursos de cosmética natural e aromaterapia, para se apropriar mais sobre a temática e desenvolver o que acredita ser um empoderamento do corpo e da consciência ecológica. *“Comecei a ler os rótulos de produtos de beleza, e não conhecia nenhum daqueles componentes. Ao estudar cosmética natural comecei a rever meus conceitos sobre beleza e higiene, a primar mais pela saúde, o que ajudou a mudar meus hábitos de higiene e de cuidados com o corpo, e de alimentação também, a respeitar mais meu corpo e fazer escolhas mais conscientes e corretas”* afirma Carla.

Já Eloisa, 28 anos, estudante de biologia na UFRGS, não consome ou utiliza mais nenhum cosmético industrializado em suas rotinas de cuidados corporais há 5 anos. Ela mesma produz todos seus fitocosméticos em sua cozinha de seu apartamento, no Menino Deus, e produz shampoos, óleos corporais, cremes para o rosto, pomadas, tônicos capilares, batom labial, perfumes e sabonetes artesanais. Sua produção é mensal, em que reabastece sua prateleira de fitocosméticos, no entanto, alguns precisam serem feitos toda semana, devido a seu prazo curto de validade. *“Passei a comprar ingredientes e matéria-prima em feiras orgânicas, comecei testando receitas e inventando outras, até chegar no aprimoramento das fórmulas que utilizo hoje em dia”*, conta. Ela eventualmente compra fitocosméticos artesanais nas feiras orgânicas, ou de pequenos produtores em porto alegre ou outras cidades, e também já adquiriu fitocosméticos industrializados de lojas online de marcas consagradas, como *Lush*, *Alva* e *Weleda*, mas diz que os seus são melhores e que está feliz produzindo seus próprios fitocosméticos, e não necessita comprar.

Não pude deixar de reparar nos longos e belos cabelos escuros de Eloisa, que pareciam muito fortes e saudáveis. E sobre o cheiro? Tinha cheiro de lavanda. O shampoo que Eloisa produzia era feito com base de sabão castelã (um sabonete milenar produzido apenas com azeite de oliva extra-virgem), extratos vegetais e óleo essencial de lavanda. A sua pele morena também era de um tom uniforme e brilhante, que talvez eram próprios de sua juventude, ou seriam seus cuidados de beleza e de seus fitocosméticos?

Perguntei para Eloisa se anteriormente a utilização de fitocosméticos artesanais seu cabelo e pele eram tão bonitos e ela respondeu que sim, mas que melhoraram muito após a

inserção dos mesmos. Eloisa também afirma que tem uma alimentação saudável, que prioriza orgânicos e não industrializados, e que isso influenciaria na beleza e saúde de sua pele e cabelos. Eloisa evita produtos de origem animal também, assim como produtos não recicláveis e que gerem lixo, e se preocupa com a procedência daquilo que compra. Desde 2013 fabrica em casa seus próprios fitocosméticos e garante a qualidade dos mesmos. Ela também aprecia comprar de produtores locais os fitocosméticos para apoiar e incentivar esse tipo de trabalho, mas prefere produzir todos ela mesma.

Na casa de Eloisa, em sua cozinha ela possui um lado de um armário em que guarda todos seus ingredientes para sua produção de cosméticos, em que ao abrir o armário óleos essenciais perfumam o ambiente, guardados cuidadosamente e organizados, além de potes de com tinturas de alecrim, camomila, erva-doce, calêndula devidamente catalogados, assim como as macerações de ervas em óleos vegetais, tais como urucum, anis estrelado, cardamomo e outros que decoram o interior do armário. Também ela organizava potinhos de vidro etiquetados contendo mais ingredientes, a maioria em forma de pó. Notei também cera de abelha, manteigas vegetais, vinagre de maçã, óleos vegetais e flores desidratadas.

Eloisa me relatou que para ela não foi muito difícil se “*livrar*” do uso de cosméticos industrializados. Disse que seu corpo se adaptou bem aos fitocosméticos artesanais e acredita que não precisamos realmente usar a quantidade de produtos que a mídia e a indústria cosmética estimulam. Inclusive em uma entrevista, acompanhei a mesma em um dia de produção em sua cozinha de seus fitocosméticos artesanais, em que ela elaborou 10 itens com ingredientes naturais: um óleo corporal de laranja, cravo e canela, em que ela utilizou óleo de oliva extra-virgem e de semente de uvas com óleos essenciais; um esfoliante corporal composto de açúcar mascavo, óleo de coco, gérmen de trigo, canela em pó e óleo essencial de laranja doce; uma máscara facial de argila rosa, contendo extrato vegetal de alecrim, camomila e rosas, vinagre de maçã, água e óleo essencial de alecrim; um creme hidratante facial para o rosto, em que utilizou cera de abelhas e manteigas vegetais de karité, cacau e coco, todas extra-virgens, e adicionou gotas de óleo essencial de lavanda; um desodorante de *tea-tree* feito à base de óleo de coco, contendo bicarbonato de sódio e amido de milho, e adicionado o óleo essencial de *tea-tree* (*melaleuca*); um creme dental em pó de hortelã, composto por bicarbonato de sódio, argila branca, pós de ervas medicinais como hortelã-pimenta, gengibre, canela, raspa de juá, sal marinho e óleo essencial de hortelã-pimenta; um perfume de lavanda contendo álcool de cereais e óleo essencial de lavanda; um shampoo feito a partir da diluição da barra do sabão castela em água e adicionando extratos vegetais e óleo essencial de lavanda; um protetor solar com óleo

de coco, manteiga de cacau, cera de abelha, óleo de gérmen de trigo, óxido de zinco, óleo de vitamina E, *aloe vera* em gel e gotas de óleo essencial de lavanda; e um batom labial de urucum, contendo uma maceração de urucum em óleo de azeite de oliva, pó de urucum, cera de abelha, manteiga de cacau e óleo essencial de hortelã.

Eloisa durante a elaboração dos fitocosméticos, entre ervas desidratadas e aroma de lavanda, mencionou que conhece muitas outras receitas de fitocosméticos, mas que prefere fazer os mais simples e frescos possíveis, pelo menos uma vez por mês, e às vezes, eventualmente troca algum ingrediente da receita dos mesmos para mudar um pouco, como no óleo corporal que alterna entre diferentes óleos vegetais e essenciais, no qual lavanda, laranja, cravo e canela e anis estrelado estão entre seus preferidos.

Semanalmente ela também elabora algumas receitas quando sente necessidade de hidratar a pele e cabelos com ingredientes mais frescos e receitas com o prazo de validade curtos, que é o caso da máscara de aveia, mel e iogurte, que é um creme hidratante facial com uma durabilidade baixa, podendo ser conservado em geladeira por 2, mas é recomendado seu uso imediato. Ela aplica essa máscara no rosto uma vez por semana ou reduz esse tempo quando sente necessidade de hidratar mais a pele, que é o caso das estações de outono e inverno, em que sua pele resseca mais. Outro fitocosmético é a máscara capilar de abacate, contendo azeite de oliva e óleo de coco que aplica nos cabelos de 15 em 15 dias, e não pode ser armazenada ou guardada na geladeira, deve ser produzida e consumida na hora.

Além destes 10 cosméticos, ela utiliza e produz mais 6, que são o sabão castela, o enxaguante bucal, o pó facial, máscara de cílios, tônico capilar e pomada cicatrizante. Também, os fitocosméticos que Eloisa elabora são destinados aos cuidados em diferentes áreas do corpo, podendo ser aplicados em todo corpo, assim ampliando as formas de uso e diminuindo as especificidades dos mesmos. Por exemplo, o óleo corporal e as manteigas hidratantes são utilizadas em todo corpo, na pele das mãos, pés, cutículas e unhas, cotovelos e até cabelos quando ela acha que seu cabelo está ressecado. O creme hidratante facial para o rosto também é aplicado nos cabelos e cutículas quando quer uma hidratação mais profunda. O perfume ela utiliza não somente na pele, mas para perfumar seus cabelos e roupas. O desodorante também é utilizado para tratar a acne facial, por conter bicarbonato, óleo de *tea tree* e óleo coco considerados antibacterianos, cicatrizantes e anti-inflamatórias. Os shampoos podem ser utilizados como sabonetes líquidos e vice-versa, sendo compostos pela mesma fórmula. Mas Eloisa utiliza o sabão castela como sabonete, pela praticidade do mesmo e por não precisar diluir e transformar em shampoo.

Eloisa utiliza apenas embalagens de vidro para armazenar suas receitas cosméticas, afim de evitar o uso de plásticos. Esses frascos e potes são lavados e reutilizados muitas vezes, em que ela afirma ter a maioria há anos, e pretende não utilizar mais embalagens, em que pretende reduzir cada vez mais as embalagens utilizadas, seja para cosméticos, alimentos, produtos de limpeza e etc. *“Os cosméticos que produzo são 100% naturais e utilizam matérias primas biodegradáveis, não poluentes, inclusive suas embalagens”* relata Eloisa.

As receitas são trocadas entre as mulheres do grupo, assim como as experiências vividas com a utilização e manipulação na produção de seus fitocosméticos artesanais. Nota-se que as receitas mudam e se diferem um pouco entre si, seja na escolha de ingredientes ou o tipo de óleo vegetal e essencial preferido, mas a base das receitas é comum entre sí. Por exemplo, no caso dos óleos corporais, algumas delas preferem elaborar apenas com o óleo de coco, ou com o óleo de amêndoas doce pelo aroma mais suave, e pelas propriedades que relatam ser melhores para seu tipo de pele, como mencionado por Erica, 26 anos, estudante de biologia, que diz não gostar do aroma do azeite de oliva. Assim também ocorre com os desodorantes, pós dentais, cremes corporais e faciais, em que escolhem diferentes óleos vegetais e essenciais, adicionam mais ou menos de um ingrediente ou outro, mas as receitas são similares.

A manipulação dos ingredientes, métodos, fórmulas, técnicas, metodologias empregadas na produção de fitocosméticos e os próprios ingredientes que devem ser utilizados também são pautadas na fitoterapia e cosmética natural, assim como em outras mais contemporâneas como o *“No Poo”*, por exemplo, mas sempre orientando um referencial, que quase sempre é um manual de beleza e saúde com regras e restrições a serem seguidas à risca. Como por exemplo, os ingredientes e as receitas elegidas como as melhores e mais eficazes, a combinação e quantidade dos ingredientes nas fórmulas, a forma correta de retirar extratos vegetais, a forma de conservar os fitocosméticos, as formas corretas de aplicação e de uso, etc.

Erica hoje aos 26 anos, produz e usa fitocosméticos há 4 anos, e ela já substituiu a maioria dos industrializados por estes, que segundo ela seriam receitas caseiras fáceis de fazer e com ingredientes baratos e acessíveis de encontrar. No cuidado com o filho Paulo de 1 ano, Erica também evita os cosméticos industrializados: as pomadas para assadura e os hidratantes são compostos apenas de óleos e manteigas vegetais. Atualmente já possui receitas coringas que adotou como favoritas, selecionadas e testadas durante os anos de prática, elaboração, experimentação e desenvolvimento de seus fitocosméticos artesanais, e que faz sempre as mesmas receitas durante anos: delineador para os olhos contendo óleo de coco e carvão medicinal em pó; tônico facial de extrato de chá verde e óleo de alecrim; shampoo de vinagre

de maçã orgânico, bicarbonato de sódio e óleos essenciais de hortelã e alecrim; manteiga corporal hidratante com óleo de coco, de palmiste e manteiga de cacau com um *mix* de óleos essenciais de lavanda, alecrim, hortelã e *tea tree*; creme dental contendo óleo de coco com pós vegetais de raspa de juá e gengibre, argila branca, bicarbonato de sódio, óleo essencial de hortelã e uma pitada de *stévia* em pó para adoçar; entre outros. As fórmulas foram testadas e ajustadas de acordo com as respostas de seu corpo aos fitocosméticos, em que a mesma ponderava a composição dos mesmos, observando se o óleo corporal não deixou a pele oleosa demais ou se o shampoo limpou bem os fios, por exemplo.

Nos discursos das entrevistadas, observa-se que evitam usar e consumir cosméticos industrializados pelos testes realizados por estes em animais, mas que isso não seria o motivo principal, visto que nenhuma de minhas informantes era vegana, o que poderia ter alterado meu estudo. Mas conforme explanei anteriormente, esse não é o foco do trabalho.

As matérias primas mais utilizadas nas receitas pelas mulheres do grupo são: os óleos vegetais e essenciais, entre os vegetais mais mencionados são o óleo de coco, o de oliva, de semente de uva e o de amêndoas doce, e os essenciais estão o de lavanda, hortelã, alecrim e *tea tree*, as manteigas vegetais como de cacau; as plantas medicinais frescas, desidratadas e seus extratos vegetais como camomila, alecrim, lavanda, *aloe vera*, jaborandi; as ceras de abelha; as argilas; o mel; o vinagre de maçã; frutas como banana e abacate; especiarias como canela, sal e gengibre; o bicarbonato de sódio, amido de milho, cacau em pó e água.

No entanto, a preferência é sempre para os ingredientes mais frescos e orgânicos que puderem encontrar, como os obtidos em feiras orgânicas ou no Mercado Público de Porto Alegre, em farmácias de manipulação ou lojas online de matéria primas certificadas. Também já verifiquei que as mulheres se organizam para adquirir itens vendidos em grandes quantidades, especialmente de lojas online, ou mais específicos como resinas e óleos essenciais mais raros, em que as compras coletivas são realizadas entre mulheres. Algumas cultivam pequenas hortas no jardim, quintal ou nas áreas de serviço ou que possuem espaços disponíveis em suas residências, para o cultivo de plantas medicinais especialmente, sendo que algumas moram em apartamentos. A questão sobre ingredientes apropriados para a produção de fitocosméticos artesanais abordo com mais profundidade no próximo capítulo, a comida como cosmético.

#### 4 A PELE VORAZ: A COMIDA COMO COSMÉTICO NA CONTEMPORÂNEIDADE

O conceito de fitocosméticos artesanais está relacionado ao uso de ingredientes naturais de origem vegetal, como plantas medicinais, óleos vegetais, frutas, flores, sementes, etc. São produtos elaborados livres de determinadas substâncias químicas e artificiais consideradas como prejudiciais à saúde. Algumas marcas industrializadas são livres de ingredientes de origem animal também, por considerar estes menos eficientes do que os de origem vegetal, e também, menos ecológicos e sustentáveis.

Considerando o conceito de fitocosmético artesanal como uma categoria de cosmético constituído apenas com ingredientes “naturais” de origem vegetal ou animal específicos, orgânicos ou minerais, podendo ser constituído por um único ingrediente, e em diferentes apresentações físicas. São elaborados à mão com processos e qualidade de manufatura específicas. Nota-se que os ingredientes naturais que compõem os mesmos são na maioria das vezes comida: frutas, folhas, legumes, verduras, sementes, especiarias, óleos vegetais, manteigas vegetais, cereais como aveia, arroz, feijão, linhaça, leites de origem animal e vegetal, ovos, mel, açúcar, cacau em pó, etc. Assim como outros ingredientes que podem ser comestíveis, como flores atóxicas (rosas e camomila), ceras de abelhas, e minerais naturais, que por sua vez podem ser ingeridos, no caso das argilas minerais e do carvão ativado, ambos medicinais.

A comida se apresenta então como central no conceito de fitocosméticos artesanais, sendo que ela se torna o próprio cosmético. Uma mistura de aveia seca e moída com leite se torna um creme facial, assim como um abacate amassado e misturado com azeite de oliva se torna uma máscara capilar. É na própria cozinha que mulheres do grupo estudado elaboram e fazem sua própria comida e seu próprio cosmético. Nenhum ingrediente que não possa ser utilizado internamente deve ser usado externamente no corpo. A pele deve comer como o próprio indivíduo. *“Eu uso creme de leite e leite de coco nos cabelos como creme capilar, e é muito mais eficaz que qualquer outro para a hidratação dele, meu cabelo se sente nutrido”* revela Paula, 35 anos, Antropóloga formada pela UFRGS. Paula produz seus próprios cosméticos há 5 anos, e também utiliza produtos alimentares, como o creme de leite e o leite de coco como cosméticos, pois acredita que eles são mais indicados para os cuidados com o corpo do que cosméticos industrializados elaborados para estas finalidades. Ela usa um esfoliante facial que também elabora, feito apenas com açúcar orgânico e mel, que eventualmente também come enquanto passa no rosto. Em uma das entrevistas que realizei com Paula, me afirmou o

seguinte: “*A nossa pele precisa de óleos vegetais, só assim ela fica nutrida, hidratada e realmente saudável. E ela também é resultado do que a gente come, a beleza vem de dentro para fora*”.

Um fitocosmético artesanal pode ser constituído por um único ingrediente, e pode ser apresentado de formas diferentes, e com estados físicos diferentes. No entanto, um mesmo fitocosmético, uma mesma apresentação de um ingrediente pode ser classificada com conceitos e funções diferenciadas, conforme o tempo em que é empregado, ou contexto em que é utilizado. Por exemplo, o chá de camomila (*Matricaria chamomilla*). Um chá de camomila pode ser uma apresentação de um ingrediente “natural”, que se constitui na maceração do fitoterápico *Matricaria chamomilla* em água quente para extrair os princípios ativos do mesmo. Este chá possui propriedades químicas e físicas que é comum a todos outros chás de camomila. Porém, o chá de camomila devidamente servido em diferentes ocasiões pode possuir conceitos diferentes, funções e racionalidades específicas. Um chá de camomila pode vir a possuir três conceitos diferentes entre si, ou mais, sendo ressignificado conforme seu uso e função específica: Pode ser um chá, ou seja, uma bebida “natural” servida ao fim de tarde em uma reunião prosaica em família ou amigos; Pode constituir um fitocosmético, utilizado no rosto com o auxílio de um algodão para a limpeza, hidratação, relaxamento e clareamento da pele e etc.; e/ou pode ser um remédio fitoterápico, consumido para o relaxamento do corpo, como calmante em momentos de estresse, ou em casos de enxaqueca e para aliviar a ansiedade.

Muitas mulheres, como o grupo de mulheres estudado conhecem os usos populares e tradicionais de plantas medicinais, e o empregam em seu dia-dia, e na produção de fitocosméticos. A fitoterapia também é um ponto importante no processo de produção e estudos de fitocosméticos, assim como saberes populares relacionados às plantas medicinais e aos ingredientes naturais. Existe um potencial de trocas de saberes e conhecimentos históricos e antropológicos sobre a utilização de insumos fitoterápicos, matérias-primas naturais e orgânicas, de culturas tradicionais brasileiras, que detêm conhecimento na elaboração de remédios e cosméticos. Essa difusão de saberes populares de fitoterapia é transmitida em tradições familiares, em receitas caseiras passadas de geração para geração, práticas e racionalidades que são ensinadas e difundidas nas comunidades, na cultura, na sociedade.

Na verdade, o uso da comida como cosmético é uma prática antiga. Os registros históricos envolvendo cosméticos no Egito Antigo são datados desde a época Pré-dinástica, em que ingredientes alimentícios frequentemente eram empregados em cosméticos artesanais, produzidos e manipulados conforme as especificidades das épocas e contextos históricos e

sócio culturais inseridos. Por exemplo, os egípcios produziam artesanalmente o Kohl, uma maquiagem para os olhos de cor preta, feita à base de óleos, água e minerais como a galena, um derivado do chumbo, óxidos de magnésio e/ou compostos de antimônio. Homens e mulheres utilizavam o Kohl para embelezar e proteger os olhos da luminosidade do sol, das tempestades de areia e de insetos (JULIÃO, 2010). Utilizavam também flores, como de açafreão e lírio para o retiro de extratos que eram misturados em gordura animal ou óleo vegetal, constituindo uma pintura para coloração dos lábios. As essências e perfumes eram extraídos de flores e misturados com cera de abelha, óleos vegetais ou gordura animal (PANDOLFO, 2012).

Entre outros cosméticos, era utilizado o óleo de rícino como bálsamo protetor solar e tinham o hábito de tomar banho usando como sabão uma mistura perfumada à base de cinzas ou argila. Os antigos egípcios também usavam extratos vegetais, como a *henna*. Eles tinham caixas de toalete para guardar seus cosméticos, e enterravam os faraós junto com seus cremes e poções de beleza. No sarcófago de Tutankamon (c. 1333 a 1323 a.C.) em tumbas encontradas em 1922, havia em seu interior cremes, incensos e potes de azeite usados na decoração e no tratamento do corpo (MORAIS; CANUTO, 2011). Existem registros arqueológicos relatando que a rainha Cleópatra VII no ano 51 a. C. frequentemente utilizava a prática dos banhos hidratantes, no qual um dos ingredientes deste era o leite. O mel também era adicionado aos banhos de beleza. Ainda, a rainha escreveu um livro sobre cosméticos, talvez o primeiro com este tema, onde escrevia suas receitas de cosméticos que continham seus segredos de beleza. Ela também explorava ingredientes naturais terapêuticos em composições como em óleos aromáticos vegetais, como o de rosas. O costume de unguir o corpo com óleo era rotineiro, ainda mais por causa do tempo seco ao redor do Nilo. Um dos óleos utilizados era o de óleo de *ambrette* (proveniente das sementes de plantas *Hibiscus*) ou óleos provenientes da Grécia. Outro truque de beleza de Cleópatra VII era o uso da *Aloe vera* na pele e nos cabelos (DAUXOIS, 2007).

Também é interessante observar a ressignificação apropriada pelos cosméticos ao longo dos tempos, nos diferentes contextos históricos. Conforme já vimos no capítulo I, o começo do século XX foi marcado pela produção industrial, em que os cosméticos passaram da produção caseira para fabricação industrial em quantidades maiores. Somado a isso, foi a independência da mulher um fator fundamental para a evolução e desenvolvimento dos cosméticos industrializados, prontos para o uso, já que elas não tinham mais tempo para produzi-los em casa. Assim, os cosméticos com ingredientes naturais e artesanais feitos na cozinha foram perdendo referência. No entanto, no final do século XX e início do XXI pode-se visualizar que

novamente esse apelo ao artesanal e natural dos cosméticos retorna, contendo ingredientes frescos e orgânicos como preferência, na qual muitas vezes, cosméticos eram constituídos por ingredientes comestíveis. Com uma nova/velha abordagem dos cosméticos, revisitando o passado, surgem e se consolidam os fitocosméticos artesanais, especialmente pela sua proposta envolvendo sustentabilidade, saúde, beleza e consumo. Em suma, observando estes dados históricos e antropológicos, pode-se visualizar que os ingredientes naturais eram manipulados para a produção artesanal de cosméticos, na qual muitas vezes, ingredientes comestíveis eram constituídos como cosméticos.

Por sua vez, o conceito de fitocosmético artesanal é intrínseco à comida, sendo ele muitas vezes a própria comida. O uso frequente e contínuo de cosméticos é utilizado no intuito de melhorar a aparência do corpo físico, de embelezamento, para disfarçar imperfeições da pele e cabelos, mas somente essa prática em si não vai modificar o corpo, não vai muda-lo como faria uma cirurgia plástica ou uma intervenção estética mais invasiva. Eles podem melhorar a aparência e o aspecto da pele e cabelos, mas se limitam ao corpo físico exterior, conforme forem utilizados, mas não vai alterá-lo permanentemente, no qual irão atuar como uma camuflagem e maquiagem temporária para o corpo todo, não apenas o rosto. Assim, um shampoo atuaria como uma maquiagem para o cabelo, pois seu efeito seria temporário, e necessitaria de reaplicações.

Por mais exaustiva que for o uso e aplicação de cosméticos, eles apenas irão atuar como uma “máscara” para pele e cabelos. Se houver a pausa ou interrupção do uso de cosméticos, pele e cabelos podem revelar o quanto podem ser “naturais”, e revelar a sua aparência física sem o uso e a intervenção de cosméticos, que então podem ser considerados feios, sujos e/ou indesejáveis. Há um propósito no uso de cosméticos mais obscuro, que é higienizar e embelezar o corpo para que este tenha uma aparência adequada, no qual pele e cabelos devem estar sempre belos, limpos, perfumados, “*bem cuidados*”. Por isso são utilizados, para não revelar a real aparência física do corpo, de como seriam sem a intervenção de cosméticos. Ou seja, odores corporais, secreções, gorduras e sebos produzidos pela pele e cabelos, ressecamento, manchas e marcas na pele do rosto, são considerados sujos e impuros, e devem ser eliminados pois não condizem com os padrões de beleza e saúde vigentes. No entanto, eles são próprios dos usos do corpo e recorrentes das performances e técnicas corporais, consequências do tempo e das vivências do indivíduo.

Dai então a necessidade da comida. A comida pode conter mais elementos, símbolos e significados que reforçam a ideia de deixar cabelos, unhas e pele permanentemente nutridos, e portanto, mais bonitos, e não algo esteticamente momentâneo. É a partir apenas da alimentação

que se pode nutrir o corpo por inteiro, profundamente. Os fitocosméticos se propõem a alimentar o corpo, exteriormente, mas por sua vez perpassam a superfície e conseguem nutrir satisfatoriamente pele e cabelos, diferentemente dos outros cosméticos que levariam seus efeitos apenas à superfície da pele. Assim, a pele contemporânea também consome e se alimenta do natural e do orgânico, para suprir uma demanda de cuidados específicos e excessivos, necessitando cumprir exigências sociais em detrimento de padrões estéticos próprios do contexto urbano em que estão inseridas. A pele então, tornou-se voraz, em que devora a comida como cosmético.

A pele contemporânea está repleta de demandas, atribuições, exigências, em que a mesma se encontra à serviço do indivíduo, em que a mesma tornou-se voraz. Esta pele consome cosméticos de forma excessiva, em que a utilização dos mesmos é visada de forma exagerada, em que a pele devora vorazmente produtos cosméticos, em uma racionalidade que apenas aplicar sobre a superfície da pele um cosmético não é satisfatório para os devidos cuidados e embelezamento da mesma, sendo necessário ir mais além que a superfície, é preciso acessar a pele internamente, profundamente. A voracidade da pele não se detém ao uso frequente e à alta quantidade de cosméticos, mas esse uso também deve envolver tipos específicos de cosméticos que devem, por sua vez, atender um nível de excelência e eficiência para cuidar e embelezar a pele satisfatoriamente, sem faltas. Práticas de uma pele voraz que devora diferentes e diversas estratégias de embelezamento e manutenção da pele, não somente fitocosméticos, mas também outros meios como cirurgias plásticas, exercícios, dietas, restrições alimentares, bronzamentos, entre outros, que observados no espaço urbano, muitas vezes, revelam-se justificadas por uma cultura pautada em um padrão estético que exige muito desta pele. Assim, a pele contemporânea feminina reflete uma ansiedade ao consumo voraz de cosméticos, sejam eles quais forem, mas que necessitam ser consumidos e não devem ser excluídos ou restringidos. Uma ansiedade também camuflada de consumo sustentável, de qualidade de vida, de estilos de vida.

A comida é inserida nos cosméticos como conceito de nutrição, compartilhando a ideia de alimentar a pele e cabelos, e assim como o próprio alimento teria o poder de modificar a estrutura física e corporal, seja ela qual for, interna ou externa do corpo, dentro ou fora, capaz de proporcionar a manutenção da saúde, beleza, vitalidade e juventude do corpo. A comida contém elementos, símbolos e significados que reforçam a ideia de tratar internamente cabelos, unhas pele, e não apenas superficialmente, em que através da alimentação saudável e suplementação seria possível obter pele e cabelos permanentemente mais bonitos. É a partir

apenas da alimentação que se pode nutrir o corpo por inteiro, de dentro e de fora. Os fitocosméticos se propõem a alimentar o corpo, exteriormente, seria um cuidado e uma intervenção mais profunda sobre o mesmo, em que a comida tem o potencial necessário e desejado para atuar de forma mais intensa nos resultados de embelezamento do corpo, sendo a comida um referencial de obtenção de saúde, vitalidade, beleza e força. Assim a pele também precisa “comer” o natural e o orgânico, no qual eles seriam o alimento externo da pele, unhas e cabelos. A comida ressignificada como cosmético, sendo ela própria utilizada como cosmético iria além dos efeitos obtidos com outros cosméticos que apenas camuflam a pele e “maquiam” o corpo momentaneamente, a comida possibilitaria a alteração permanente da aparência física do corpo, obtendo os atributos físicos considerados belos e saudáveis.

Segundo Vilaça (1992), a devoração produz uma consubstancialidade entre os termos. A força e o poder representado por algo era incorporado por aqueles que o devoravam (VIVEIROS DE CASTRO, 2002). Assim, a pele ao consumir, ao devorar fitocosméticos e os nutrientes, vitaminas e minerais contidos nele, e assim, iria adquirir e conquistar a força, a beleza, a juventude e o vigor propiciados por estes, que podem ser absorvidos ou apresentar mais eficácia.

Entretanto, estou disposta a acreditar que isso se aplica aos outros cosméticos também inclusive os industrializados, em que possuem essa racionalidade, em que também exploram o conceito de comida como cosmético, no qual eles seriam o alimento externo da pele, unhas e cabelos. Há uma reflexão que relaciona o corpo e composições nutricionais referentes aos alimentos.

Figura 5. *Hair Food - The Beauty Box*



Fonte: <http://www.thebeautybox.com.br/>

*Hair Food* - Cosmético industrializado da marca *The Beauty Box*, máscara de hidratação nutritiva para cabelos, também conhecido como **comida para o cabelo**, cujo rótulo descreve diversas vitaminas e nutrientes

Figura 6. *Máscara Capilar de Abacate sendo aplicada*



Fonte: <http://www.rosaeglitteer.com/>

**Máscara Capilar de Abacate.** Aplicação de máscara capilar composta apenas de abacate amassado.

Figura 7. *Máscara Facial de Aveia, Mel e Leite*



Fonte: <http://nedmed.info/article/beneficios-de-farinha-de-aveia-e-mel-mascara-para-o-rostto>

**Máscara facial de Aveia, mel e leite.** Aplicação de máscara no rosto, feita apenas de aveia, leite e mel

#### 4.1 É COMIDA OU COSMÉTICO?

A comida deve ser consumida e nutrir o corpo todo, assim como o cosmético. Quanto mais um cosmético parecer com comida, mais poderoso ele será, mais qualidade ele terá, assim como seus efeitos cosméticos serão mais eficazes, e por sua vez, alimentares para o corpo, e vai atuar como agente de modificação, de transformação, e reforçar conceitos de beleza e saúde. Em uma visita à casa de uma amiga, Suhellen, o conteúdo do pote da figura abaixo foi questionado com uma pergunta simples feita pelo observador, após contemplar a foto que encontrou em minha pesquisa: *é comida ou cosmético?* Os dois, respondi eu igualmente pensativa, pois tanto a combinação de ingredientes quanto a aparência final do produto confunde o olhar destreinado de quem não está habituado a reconhecer um creme facial de aveia natural, ou seja, um fitocosmético, a comida naquela forma de cosmético. *“Dá vontade de comer”* comentou ela, logo depois de saber que se tratava de um cosmético. No entanto, é comestível, feito apenas com iogurte e aveia. Mas daí ela brincou: *“Dá para economizar tempo, comer e ao mesmo tempo usar no rosto no café da manhã”*.

**Figura 8. Máscara Facial de Aveia e Iogurte**



Fonte: <http://nedmed.info/article/beneficios-de-farinha-de-aveia-e-mel-mascara-para-o-rosto>  
**Máscara Facial de Aveia e Iogurte em pote de vidro.**

Esse questionamento de minha amiga sobre o conteúdo do pote da figura acima (figura 8), evidencia de uma forma clara como a comida é ressignificada e apropriada pelo grupo estudado, em que o conteúdo do pote da figura acima não contém apenas iogurte misturado com aveia moída, e sim o conteúdo está para além dos ingredientes físicos, o conteúdo está

atrelado a valores, símbolos, significados, signos, cosmologias, racionalidades que são compartilhados entre o grupo. Minha amiga Suhellen não utiliza fitocosméticos e também não faz parte do grupo de mulheres estudado, portanto, não compartilha destas referências sobre fitocosméticos. Na verdade, o conteúdo dos inúmeros frascos e potes de fitocosméticos artesanais que preenchem as prateleiras não contém o principal ingrediente dos mesmos, em que o principal ingrediente são os significados que eles contêm, os conceitos e simbologias que eles possuem, pois remetem conceitos de beleza, saúde, juventude, ordem, pureza, limpeza e belo.

Os fitocosméticos também são utilizados para evitar a exposição do corpo a substâncias que são consideradas perigosas ou não tão benéficas e eficazes, como as químicas e sintéticas desenvolvidas em laboratório, respectivamente. As substâncias sintéticas mesmo não sendo apontadas como tóxicas são descartadas e não são inseridas nas práticas cosméticas, pois o corpo não teria a capacidade de absorver-las, de comer-las. Os fitocosméticos são entendidos e utilizados como suplementos da alimentação considerada saudável, e que possuem nutrientes condensados, que ofereceriam ao corpo uma nutrição superior aos outros cosméticos naturais e/ou industrializados. Então o natural é adequado ao corpo, pois neste caso ele se associa com o conceito e ideia de comida.

O conceito de orgânico também é atrelado a esta lógica, assim como o natural, ambos estão ligados a noção de comida que provem da terra, sem poluentes como toxinas, agrotóxicos e venenos químicos, que são seguros, saudáveis, e podem ser ingeridos sem riscos ou perigos à saúde. A comida orgânica e natural remete a abundância nutricional, e está relacionada ao conceito de pureza de Douglas (1979), que seria a comida não contaminada e limpa, a qual se torna a única matéria-prima para cosméticos que seja aceitável à saúde e beleza do corpo. Aliás, o termo orgânico surgiu vinculado a alimentação saudável e se caracterizou como opção para aqueles que buscam cada vez mais um estilo de vida denominado “saudável”, em que os fitocosméticos também podem ser considerados nesta perspectiva.

Com o apelo da mídia e sociedade sobre questões de consumo sustentável, preocupação com a saúde e a qualidade de vida, as pessoas são estimuladas a buscarem o consumo de produtos ecológicos, sustentáveis e naturais. Esse processo não se refletiu somente na alimentação, mas nos cuidados estéticos e de higiene com o corpo, com a utilização de cosméticos orgânicos e naturais. Inspirados na medicina alternativa, como a oriental *Ayurveda*, o comer foi associado ao cosmético utilizado na pele, no qual marcas como a “*Weleda*” afirmam

que os consumidores não deveriam aplicar na pele aquilo que não poderiam levar à boca, ou seja, o comer de fato. Em um paradoxo, agora a comida era mais do que nunca cosmético.

Assim, o corpo humano deve ter acesso a todos os nutrientes necessários para seu funcionamento adequado, e os fitocosméticos proporcionariam sua suplementação para sua ideal nutrição, pois só assim podem ser saudáveis, e por sua vez, belos, protegidos de doenças e do envelhecimento do corpo, e protegidos do próprio tempo, em que a longevidade seria alcançada. A comida como cosmético, ou seja, o fitocosmético seria uma forma de devorar tudo aquilo que as pessoas supõem necessitar ao corpo, mas que faltam em sua alimentação diária, ou que acham que faltam. Mesmo pessoas com hábitos alimentares rigorosos e restritos, como no caso do crudivorismo ou veganismo, que são dietas que restringem os tipos de alimentos consumidos e a forma como são ingeridos, os fitocosméticos são inseridos nas rotinas, nos cuidados cotidianos com o corpo. O crudivorismo considera que o alimento mais saudável para o corpo humano é o alimento cru, e o veganismo que nenhum tipo de alimento de origem animal deve ser consumido. Embora o veganismo também possua foco em sua filosofia referente à exploração animal, abordo aqui ele apenas como uma opção de vida saudável e mais natural, em que é aderido como uma dieta mais apropriada e benéfica ao corpo. No caso do crudivorismo, os alimentos devem ser consumidos crus, aquecê-los é aceitável, desde que a temperatura não seja superior a 46 graus Celsius. Os alimentos cozidos acima desta temperatura perderiam suas enzimas e vitaminas, e até seriam prejudiciais ao corpo ao longo do tempo, no qual o corpo desenvolveria problemas digestivos, envelhecimento acelerado, deficiência de vitaminas, entre outros. Então, as pessoas que escolhem estes tipos de alimentação estão de alguma forma preocupadas com sua saúde, e sobre o que ela pode proporcionar aos seus corpos. Ocorre a mesma coisa com a escolha dos fitocosméticos.

Mesmo pessoas que possuem uma alimentação restrita, considerada saudável como o crudivorismo tendem a optarem por fitocosméticos, pois acreditam que o corpo precisa ainda de uma suplementação externa e/ou que seja complementar a alimentação, ou que pelo menos mantenha o corpo livre de toxinas e substâncias químicas indesejáveis. Assim então, há diversas possibilidades e alternativas racionalizadas do corpo receber e assimilar os nutrientes necessários ao seu bom e otimizado funcionamento, inclusive é a proposta de inúmeros suplementos alimentares existentes no mercado e muito consumidos também. A questão que destaque são as diversas alternativas existentes de alimentação saudável em voga e muito praticadas, porém isso não basta, isso não é suficiente. A alimentação deve ser realizada também de outras maneiras para reforçar a ideia de que o corpo recebe e assimila os nutrientes

alimentares, sendo uma preocupação frequente e demasiada em garantir que o corpo receba as suplementações alimentares realizadas pelos fitocosméticos, e enriquecer assim sua captação de nutrientes.

No entanto, cosméticos industrializados também exploram o conceito de comida como cosmético, na mesma concepção que abordo os fitocosméticos. Existem muitos cosméticos rotulados como naturais, muitos com certificados de orgânico, disponíveis em farmácias, supermercados e lojas, no qual compartilham a ideia do natural e orgânico, do cosmético como suplemento alimentar. São produtos diversos, nos quais há um apelo ao seu consumo, evidenciado pelas descrições de ingredientes milagrosos e promessas impressas nos rótulos, propagandas, consumismo, etc. Muitos possuem concentrações baixíssimas de ingredientes naturais, como menos de 1% em sua formulação, mas são descritos como naturais e com alto teor de plantas medicinais, flores, frutas e até leites e mel, pois eles devem afirmar conter uma quantidade significativa de valor nutritivo ao corpo, que seja visto como adequado e desejável ao seu consumo. Acredito compartilhem a mesma ideia dos fitocosméticos como suplemento alimentar, no qual a diferença consiste em que já venham prontos e embalados, para o consumo imediato.

A marca britânica *Lush*, por exemplo, trouxe ao Brasil em 1999 a tendência de cosméticos naturais feitos a partir de comida, compostos por ingredientes comestíveis, de alimentos inseridos na elaboração de fitocosméticos. Suas lojas parecem uma mercearia com frutas, doces, cereais e queijos, mas em suas prateleiras de madeira nada é comestível. A proposta da *Lush* seria de oferecer cosméticos elaborados de forma artesanal, a partir de ingredientes frescos, como frutas, vegetais, óleos vegetais e essenciais, e com uma apresentação em formatos de comidas como frutas, para remeter a ideia de quanto são frescos. São esfoliantes corporais e faciais feitos a partir de mel, feijões, açúcar mascavo, aveia, fubá, canela e cravo; mousses de limpeza facial feitos com sal marinho, farinha de arroz e amêndoas; sais de banho elaborados com bicarbonato de sódio, plantas medicinais aromáticas; e as gelatinas de banho, compostas de mel, extrato de *carragenina* e sucos de limões, usadas para uma esfoliação suave e hidratante são alguns dos produtos. A *Lush* trabalha com os conceitos de ecologicamente correto e consumo sustentável, e não utiliza embalagens para alguns de seus produtos, como os sabonetes, os quais são embalados apenas em um papel reciclado, e em outros as embalagens são feitas também de material reciclado. Frases espalhadas pelas paredes da loja lembram e explicitam que a marca é contra testes em animais, e se esforçam para se diferenciar pelo apelo ambiental, ético e também artesanal.

A *Lush*, marca consagrada no mercado de cosméticos vendidos como artesanais e naturais, tem seu slogan como “frescos e feitos à mão”, sendo que produzem em quantidades expressivas, com um fluxo de vendas e produção condizentes à nível industrial. A vida de prateleira destes produtos também é longa, semelhantes aos industrializados, na qual a data de validade dos mesmos é em média dois anos. Sobre os ingredientes utilizados na composição de suas fórmulas, são muitas substâncias sintéticas e artificiais utilizadas e inseridas em seus produtos apontadas pela IBH e ECOCERT como perigosos à saúde, como no caso dos parabenos, derivados do petróleo, perfumes sintéticos e outros. Em relação aos preços de seus cosméticos, os valores estão acima da média, por exemplo, no esfoliante “*ocean salt*”, custando R\$ 136,00 em 250 gramas de produto, conforme exposto no em seu site <https://br.lush.com>. O esfoliante é composto de sal marinho, extrato de limões, manteiga de abacate (também contém mais 20 ingredientes, nem todos naturais: *infusão de grapefruit/Pomelo, stearic acid, extrato de limão galego, sodium cocoamphoacetate, cetearato glicol, triethanolamine, óleo extra virgem de coco, óleo de limão galego, óleos essenciais, glicerina, lanolina, cetearyl alcohol, perfume, corante 42090, methylparaben, propylparaben*). Já a aparência dos mesmos, remete a comida, conforme foto abaixo:

Figura 9. Cosméticos Naturais da Lush Decorados



Fonte: <https://www.lush.com.br/>  
Cosméticos Naturais Lush em exposição em sua loja, sobre pratos e recipientes de doces

Figura 10. Cosméticos Naturais da Lush



Fonte: <https://www.lush.com.br/>  
Cosméticos Naturais Lush em formatos de doces e verduras

Porém, aqui os fitocosméticos artesanais seriam superiores em termos de qualidade aos cosméticos naturais e orgânicos industrializados, na qual a industrialização dos mesmos seria prejudicial ao corpo, pois os ingredientes naturais seriam demasiadamente processados, e perderiam a qualidade desses ingredientes. Assim, somente os alimentos crus ou minimamente processados de forma artesanal podem proporcionar enzimas vivas, vitaminas, sais minerais e

nutrição adequada à pele, unhas e cabelos, ou seja, teriam a qualidade ideal, que é natural e orgânica e não sintética ou química. Cosméticos adequados e corretos seriam aqueles feitos à mão em pequenas quantidades, limitadas para não perderem suas propriedades ativas. Quanto mais frescos forem, melhores serão. Não podem ser feitos por uma máquina e sim por uma pessoa, por sua vez orgânica e natural, e no caso de pequenos artesãos e produtores de cosméticos artesanais devem compartilhar concepções acerca dos fitocosméticos, cosmologias, valores e as filosofias que acercam os mesmos. Assim como a comida, o cosmético quanto mais simples forem seus processos de produção, quanto menos modificações e alterações forem realizadas pelo homem, mais benéficos eles serão. As receitas de fitocosméticos artesanais do grupo de mulheres estudado sempre incluem extratos frescos de alimentos provenientes de frutas, sementes e vegetais, de grãos crus ou germinados; brotos e raízes, plantas medicinais frescas ou secas e especiarias. Assim, dão preferência a alimentos que foram submetidos apenas a algum tipo de processamento simples, como óleos vegetais prensados à frio; ou cereais moídos, cacau em pó concentrado, açúcar não refinado, etc.

Não menos importante é a origem dos ingredientes, de onde são provenientes. Laura, 30 anos, estudante de arquitetura, adepta e fiel aos fitocosméticos, diz que ao invés de ir à farmácia vai à “feirinha ecológica” aos sábados de manhã. *“Meu armário de cosméticos também é o da minha cozinha. Na feirinha orgânica eu compro meus ingredientes culinários e para meus cosméticos. Eu mesma escolho e verifico a qualidade dos mesmos, a procedência deles, e posso consultar os próprios produtores”* afirma Laura. A que Laura frequenta é a Feira de Agricultores Ecologistas (FAE), também conhecida como a “feirinha ecológica do Bom Fim”, ou “feira orgânica da Redenção” em Porto Alegre. Mas porque Laura vai à feirinha ecológica e não a um supermercado que também disponibiliza os mesmos produtos? Laura está comprando e consumindo não apenas o produto orgânico, mas o conceito e a ideia que ele remete a ela.

Comprando do pequeno produtor, do artesão, do homem que colheu seus vegetais da terra orgânica e natural, ela também pode se tornar orgânica e natural se consumi-las, ingerindo interna ou externamente os ingredientes que comprou, através de sua alimentação ou suplementação dos fitocosméticos. Os produtos disponibilizados e vendidos na feira ecológica são vistos como muito mais naturais e orgânicos do que aqueles encontrados nos supermercados, pois remetem a ideia de frescos, no qual o pequeno produtor colheu de sua horta e ainda se mantém fresco e mais nutritivo. Eles contêm significados, símbolos, valores que são observados na própria disposição e organização dos produtos na feira: frutas em caixas de madeiras, ervas secas e frescas sem ser embaladas, apenas amarradas, vegetais sem

embalagem ou semi embalados que ainda contém terra, que remete a terra natural e orgânica, que o homem exerceu pouca influência, com características sustentáveis e ecológicas que o homem não contaminou com toxinas e poluentes, no qual o produtor leva isso ao meio urbano, no qual as pessoas com estilo de vida urbano podem ir a um espaço sagrado, orgânico, ecológico, puro e limpo, um lugar não contaminado. É como ir a horta em meio rural e colher o próprio alimento, o próprio ingrediente para seu cosmético.

*Figura 11. Camomila vendida na feira ecológica de Porto Alegre*



*Fonte: Comideria <https://comideria.com/feira-ecologica-da-redencao-e-cozido-de-legumes/>  
Camomila exposta sem embalagens, soltas em cesta de vime*

*Figura 12. Ervas e chás naturais e orgânicos da feria orgânica.*



*Fonte: Comideria <https://comideria.com/feira-ecologica-da-redencao-e-cozido-de-legumes/>  
Ervas e chás expostos sem embalagens, presos com barbantes*

Isso pode ser observado com mais clareza no grupo de mulheres estudado, que compartilham os conceitos de beleza, saúde, higiene e sustentabilidade envolvendo fitocosméticos artesanais, em que muitas delas abandonaram o consumo e o uso de cosméticos industrializados. Assim, acredito que exista muitas outras mulheres com as mesmas práticas, técnicas, cuidados, valores e racionalidades com o corpo na cidade de Porto Alegre. Seus discursos se assemelham, no qual o fitocosmético é utilizado como suplemento alimentar e como uma alternativa mais “natural” para os cosméticos industrializados.

## CONCLUSÃO

A pele contemporânea tornou-se status social, capital, objeto de investimento social, cultural e subjetivo. Impressos sobre esta pele, por sua vez feminina e urbana, observa-se conceitos socioculturais, econômicos, políticos, morais. Atualmente, dificilmente uma mulher que não utilize cosméticos em seu cotidiano, ou não possua hábitos de higiene, na qual a ausência destes possivelmente seria questionada e estigmatizada, em que sobre a pele evidencia-se padrões de cuidados com o corpo estabelecidos e legitimados socialmente. Práticas e hábitos envolvendo fitocosméticos em nossa sociedade que observadas no espaço urbano, muitas vezes, revelam-se constantes, cotidianas, rigorosas, rígidas.

Os cuidados com o corpo, especialmente com a pele, tornam-se centrais não só pela importância que ela possui para o conceito de belo socialmente construído, mas porque é a partir destes cuidados que o corpo é percebido pelo indivíduo e compreendido em sociedade, desde a tenra infância até a velhice. Percepção consiste nos sentidos, noções de sensação, a forma de se experimentar o eu através desta, encerrando-se no objeto, o corpo. Este, depois de constituído, torna-se a razão para as experiências que o indivíduo já teve e poderá ter um ponto de vista individual de um objeto do mundo (MERLEAU-PONTY, 2002).

A maneira como nos relacionamos e tratamos o corpo, como o entendemos e nos sentimos em relação a ele está relacionada aos conceitos de gênero, estilo de vida, identidade, beleza, saúde, corpo e capital simbólico. A relação estabelecida entre corporeidade e sociedade permeia diferentes símbolos, valores e significados, e através do estudo do uso de cosméticos é possível entender como o corpo feminino contemporâneo se relaciona no espaço urbano, especificamente na cidade de Porto Alegre, e sua necessidade de intervenções cosméticas cotidianas para a sua elaboração, desenvolvimento e manutenção. No corpo nada é involuntário, tudo é propositalmente definido. O corpo torna-se elemento importante do estilo de vida, determinando investimentos pessoais na preocupação com a aparência (GOLDENBERG, 2002).

As práticas envolvendo a produção, consumo e uso de fitocosméticos artesanais são expostas e experimentadas sobre a pele dos indivíduos, em que no corpo ocorre a percepção dos conceitos de beleza, saúde, higiene, sociedade, identidade cultural. Conceitos estes repletos de significados, símbolos e signos, que remete a ordem política, social, moral e cultural. É através do próprio corpo que interagimos, que nos relacionamos com a realidade, e através que

percebemos e somos percebidos em sociedade. “Do nascimento à morte nossa aparência física é parte importante do que somos, tanto para nós mesmo como para os outros” (ALVES, 2007). Os comportamentos, as práticas e os hábitos de beleza e higiene envolvendo fitocosméticos relacionam-se com as dicotomias sociais, culturais, éticas e morais: belo/feio, limpo/sujo, saúde/doença, inclusão/exclusão, social/privado, certo/errado, e cultura/natureza (DOUGLAS, 1976), e são esquematizadas nas diferentes épocas e contextos sociais, por distintos grupos sociais de uma mesma ou distinta sociedade, e está no centro da argumentação sobre a subjetividade e construção sociocultural do corpo. Nesse sentido, a compreensão do contexto histórico, sócio e cultural nos quais o corpo estudado está inserido é de suma importância. Assim, o uso de fitocosméticos nos cuidados com o corpo, como as outras práticas corporais, não pode ser dissociada do contexto histórico, sociocultural, político.

Atualmente a mídia, a cultura e a sociedade são responsáveis pela difusão, legitimação e ideologias do uso e consumo de cosméticos industrializados. A indústria farmacêutica e cosmética ao mesmo tempo que induz o consumo de fitocosméticos industrializados, desestimula e deslegitima o uso e o consumo de fitocosméticos artesanais com discursos morais pautados nos diferentes setores na sociedade contemporânea, como ciência, saúde, beleza. Na busca pela adequação ao padrão de beleza vigente, mulheres brasileiras consomem vários produtos cosméticos de modo contínuo e frequente, na rotina diária de cuidados e embelezamento do corpo. Através da adoção de estilos de vida e formas de consumo adequadas seria possível o embelezamento e rejuvenescimento dos corpos, em qualquer idade ou fase da vida (DEBERT, 1999, p. 21). Evidencia-se um consumo excessivo e contínuo de cosméticos em busca da permanência da juventude da pele, sendo diversos tipos de cosméticos utilizados e visados pelas mulheres na busca pela beleza de uma pele perfeita, moldada conforme os padrões de beleza regidos socialmente (sem rugas, estrias, celulites, manchas, flacidez).

Assim, os cosméticos devem ser utilizados com certa frequência, rigor e disciplina pelas mulheres do grupo estudado, afim de apresentarem uma pele mais jovem e bonita, em que através da pele que elas demonstram a preocupação com a adequação aos padrões de beleza, a partir dos seus cuidados com a mesma. O culto à pele é observado em uma série de cuidados com a mesma, nos usos diversos e diários de cosméticos, sendo que a exclusão desses cuidados e uso de cosméticos também podem representar uma forma de embelezamento da pele e de cuidados com o corpo, como a exclusão de cosméticos industrializados e/ou a substituição destes por fitocosméticos artesanais.

Tendo em vista o referencial de corpo feminino ideal, desejável, saudável, belo e/ou satisfatório aos padrões socioculturais vigentes e estabelecidos, mídias sociais e meios de comunicação estimulam e pressionam pela conquista do mesmo, e que pode ser alcançado pelo consumo e uso de cosméticos, sejam eles industrializados, orgânicos ou artesanais. Blogs, sites, revistas, livros, programas de televisão e novelas são verdadeiros manuais que ensinam as fórmulas e as receitas de uma pele bonita e do corpo ideal, pautados em diferentes estilos de vida e consumo, no qual movimentam novos mercados, e expandem as formas de consumo na contemporaneidade.

Muitas mulheres constantemente estão inserindo mais cosméticos em suas nas rotinas diárias de embelezamento, podendo ser substituídos, mas nunca retirados, em que cada vez mais é desejável que as mulheres se cuidem mais, usem mais cosméticos, consumam mais, mesmo que seja dentro de um consumo dito sustentável, ecológico. Em se tratando de cosméticos, o importante é consumir, não importa quais sejam. Existe todo um mercado e comércio pautado na sustentabilidade e no consumo sustentável que movimenta bilhões de reais anualmente no Brasil (ECOCERT, 2003). São empresas como de cosméticos propostos como naturais que lucram com slogans e campanhas politicamente corretas, e lojas de ingredientes orgânicos e naturais com preços elevados de mercado. Enfim, é todo um mercado voltado para um público inclinado ao consumo sustentável, seja ele plausível ou não, a questão que aponto são as possibilidades de lucro em produtos desenvolvidos e pensados baseados na sustentabilidade e qualidade de vida envolvendo a conceitos de saúde e beleza. Uma das maiores tendências no mercado da beleza brasileiro são os cosméticos orgânicos, veganos e *cruelty-free*. Existem muitas marcas de cosméticos com propostas de produtos orgânicos e/ou naturais, e que se apropriam e exploram o conceito de comida como cosmético, na mesma concepção que abordo os fitocosméticos, para aumentarem suas vendas.

Segundo Sassatelli (2003), os discursos morais dos indivíduos explanam as “melhores opções éticas de compra”, que seriam definidas por diversos critérios, que transcendem o interesse prático de curto prazo do consumidor individual e contemplam efeitos posteriores a um espectro mais amplo de pessoas. Incluem impacto ambiental pela poluição, nos animais em testes, nos seres humanos (governos opressivos, direitos de trabalhadores, comércio irresponsável), uso de transgênicos, etc., em que a lógica clássica individualista e prática de escolha de produtos faz-se insuficiente, apesar de também ser expressa.

As mulheres do grupo estudado, ao substituírem os cosméticos industrializados por fitocosméticos artesanais, verifica-se alguns motivos envolvidos nesse processo, seja por causa

de seus estilos de vida pautados no consumo sustentável (minimizar o consumo, poluição, preservação de recursos, etc.), nos cuidados com a saúde e/ou beleza (em que os fitocosméticos artesanais seriam mais seguros para a saúde e mais eficazes e efetivos nos tratamentos de beleza), e também para evitar e diminuir o uso e a demanda de produtos cosméticos nos cuidados com o corpo. Aqui, me refiro as exigências socioculturais que o corpo feminino sofre, em que nos usos e desusos de cosméticos é possível verificar como o corpo feminino é exigido e cobrado para estar de acordo com os padrões estéticos vigentes, incluindo nestes os hábitos de higiene, igualmente rígidos e rigorosos, em que as mulheres brasileiras são coercitivas, seja pela mídia, indústria cosmética ou pela sociedade, em que ter um corpo feminino exige muitos cuidados e demandas cosméticas frequentes e cansativas, como o uso de maquiagem (tanto as consideradas “pesadas” ou as “leves” envolvendo apenas base e batom), o uso de diversos cosméticos de higiene tidos como necessários (shampoos, condicionadores, sabonetes, cremes para pele, capilares, dentais, etc.), de cremes para pele anti-idade e embelezadores específicos, os cremes capilares de tratamentos e manutenção de fios e penteados, entre outros, em que a ideia de que ter um corpo não é suficiente, ele deve ser rigorosamente alterado, construído por cosméticos, em que o uso deles parece nunca ser suficiente e satisfatório.

Assim, os fitocosméticos ao meu ver estariam atuando como agenciadores de cuidados com o corpo, no qual mulheres realizam concessões e negociações nas formas de cuidar do corpo, na tentativa de burlar um pouco as normativas e requisitos tão rigorosos e impostos pelos padrões sociais de beleza e higiene envolvendo cosméticos industrializados. Usar fitocosméticos seria uma forma de liberar o corpo de tantas de demandas e exigências sociais sobre a aparência do mesmo, uma maneira de amenizar a problemática envolvendo o consumo e o uso dos cosméticos industrializados. O uso de fitocosméticos seria uma forma de reestabelecer o controle de seus corpos, de exercer o controle sobre si mesmas, da própria saúde, da beleza e de como seus corpos devem ser e permanecer. Seria uma forma também de um cuidado diferencial com o corpo, uma forma de cuidar com afeto e atenção ao mesmo, em que na utilização de fitocosméticos também ocorre uma maior percepção sobre seus próprios corpos, pois são provenientes de receitas caseiras sem medidas muito específicas, e que necessitam de ajustes e adaptações de acordo com as respostas de seus corpos aos produtos, observando as reações fisiológicas do corpo, examinando e dando atenção a partes do corpo antes não tão notadas.

O empoderamento sobre seus corpos remete a ordem social e moral, em que escolhas e decisões sobre seus próprios corpos são tomadas, mas de maneira superficial, em que ao mesmo

tempo que delimita fronteiras e ampliam a agência sobre o corpo, criam outras demandas, imergem em outras exigências próprias do uso dos fitocosméticos e do consumo sustentável, que também são rígidas e rigorosas, e que devem ser seguidas e respeitadas dentro dos estilos de vida e grupos sociais. Isso ocorre na seleção e escolha envolvidas no consumo sustentável dos ingredientes, no modo de produção, por sua vez, artesanal e rudimentar, nas receitas elegidas e conceituadas como “ideais” e “mais eficazes” e/ou no compartilhamento de informações e conhecimentos sobre fitocosméticos, cosmética natural e orgânica dentro das redes, grupos e estilos de vida, em que demandam regras sociais e exigências rígidas e rigorosas, em que ousa comparar com as normativas e exigências envolvendo o consumo e o uso dos cosméticos industrializados dentro do padrão estético social vigente.

Não basta apenas misturar óleo de coco e óleos essenciais para produzir um fitocosmético. A fórmula inicialmente observada como simples contém demandas muito além de seus meros ingredientes. Existe toda uma complexidade envolvida no processo de produção e uso de um fitocosmético, em que desde a aquisição e escolha dos ingredientes até a forma como são utilizados requer normativas que são pautadas nos estilos de vida e consumo sustentável. Há uma série de restrições e prerrogativas que limitam, organizam e estabelecem a produção e uso de fitocosméticos, toda uma racionalidade que um mero potinho de desodorante natural pode conter. No exemplo do desodorante, não é qualquer óleo de coco que pode ser utilizado na produção do mesmo, ele deve ser proveniente de uma marca sustentável e ecológica, que não agride o meio ambiente e é politicamente correta, que seja extra virgem e que de preferência seja orgânico e sem testes em animais. A mesma coisa com os outros ingredientes, que são criteriosamente selecionados e elegidos como melhores e ideais, que é o caso dos ingredientes frescos e orgânicos, dos não transgênicos, da compra realizada em feiras de pequenos produtores, de insumos sem derivados sintéticos de qualquer tipo, de plantas medicinais e ingredientes com valor de mercado elevados, seja pela sua qualidade, pureza, cultivo ou extração, que é o caso de óleos essenciais muito requisitados, como o de pau-rosa, rosa, jasmim e olíbano.

Após selecionar e adquirir os melhores ingredientes possíveis, pois estes teriam maior eficácia e seriam mais próprios para o consumo dentro das racionalidades envolvidas na sustentabilidade, beleza e saúde, são necessárias algumas regras e especificidades envolvidas na produção artesanal de fitocosméticos e manipulação destes ingredientes, pautados na fitoterapia, na cosmética natural, na medicina alternativa. São métodos, técnicas, equipamentos e metodologias envolvidas na produção, que requerem certa intimidade e prática na

manipulação e produção dos mesmos, que são adquiridas com o tempo, e compartilhadas nos grupos e redes sociais, mídias e meios de comunicação. O uso correto destes fitocosméticos e ingredientes também seguem a mesma lógica, em que novos hábitos, práticas e cuidados sobre o corpo são apropriadas para o emprego e utilização dos fitocosméticos, em que o indivíduo através da pele experimenta novas formas e perspectivas de higiene, beleza e saúde. No entanto, essas por sua vez, não deixam de ser menos rigorosas e rígidas para o corpo do que aquelas experimentadas com os cosméticos industrializados, o que ocorre são ressignificações sobre os cuidados com o corpo, negociações e concessões individuais que as mulheres realizam sobre suas práticas e hábitos de beleza e higiene, mas concessões que são substituídas por novas regras e normativas, outras racionalidades pautadas nas exigências e pressões sociais sobre o corpo.

Assim, na produção e uso de fitocosmético artesanais as pessoas deixam de frequentar e consumir em farmácias para frequentar e consumir em feiras ecológicas e lojas orgânicas. Economizam em diversos tipos de produtos cosméticos industrializados e gastam ainda mais em ingredientes orgânicos e naturais ou/e em produtos artesanais, em que é notável que a questão econômica não é determinante para o uso de fitocosméticos, em que as pessoas não se importam de gastar mais ou pagar mais por ingredientes e produtos orgânicos e naturais de qualidade, que seria um investimento na saúde e beleza, na qualidade de vida e sustentabilidade do planeta. Também economizam tempo descartando o uso de muitos cosméticos industrializados que eram empregados em suas rotinas diárias, como o uso de muitas maquiagens, cremes, tratamentos específicos capilares e de pele, mas gastam o muito tempo no estudo e informações sobre fitocosméticos artesanais, na seleção, busca e aquisição dos ingredientes adequados, na produção artesanal, na utilização e adaptação do corpo destes cosméticos.

Os estilos de vida assumem uma importância central no uso e no consumo de fitocosméticos. A comida se torna supervalorizada e está relacionada com ideologias, filosofias e modos de vida. Conceitos como o orgânico, o natural e ecológico são consumidos através dos fitocosméticos, assim como a própria comida. A comida e os fitocosméticos se tornam necessários para a manutenção de seus corpos, de sua beleza e saúde. No entanto, os conceitos são mais consumidos do que propriamente os produtos, do que os fitocosméticos. O que eles significam e simbolizam é que são consumidos. Assim, o consumo e usos envolvendo fitocosméticos remetem à ordem social, e dão sentido ao corpo e seus referenciais de saúde, higiene, beleza e sociedade.

A comida, o orgânico, o natural são conceitos consumidos através dos fitocosméticos, no qual se tornam suplementos alimentares e formas de alimentação externa do corpo, na qual a pele deve “comer” e ser alimentada para manutenção de sua beleza e saúde. Um abacate na feira ecológica é diferente de um abacate no supermercado, mesmo ele sendo proveniente da mesma horta. Entretanto, um abacate no prato e outro diferente no pote de cosmético podem ter significados iguais. O que os fitocosméticos significam e simbolizam é que são consumidos, e sem seus significados não existe motivo para consumi-los. Tornam-se mecanismos que relacionam e organizam as concepções de saúde, corpo, higiene, beleza e sociedade.

Observa-se que o uso e as aplicações de determinados fitocosméticos ocorre, frequentemente, não pelos resultados apresentados pelos mesmos, ou pelas modificações que eles fazem em seus corpos, e sim, pelo o que eles significam. Basicamente, a busca, o consumo e o uso de fitocosméticos é motivado pelos valores, pelos significados, símbolos, conceitos atrelados a estes produtos, e a relação que cada indivíduo estabelece com os mesmos.

Existe uma racionalidade envolvendo comida e fitocosméticos, que são vistos de forma que quanto mais forem usados e quanto mais natural eles forem, mais saudáveis e belos seus corpos se tornarão. Há uma transferência da comida para a pele, através do constante uso e aplicações de fitocosméticos, em que mesmo não remetendo a resultados físicos no corpo, necessitam ser repetidos, tornando o uso mais significativo, evidenciando uma transferência de símbolos entre comida e fitocosméticos.

Assim, no contexto urbano da cidade de Porto Alegre, grupos restritos experimentam diferentes maneiras de cuidar do corpo, racionalidades e valores distintos daquelas observadas com cosméticos industrializados utilizados pela maioria da população em nossa sociedade. Esses grupos possuem algumas particularidades e cosmologias ao cuidar do mesmo, e por isso, podem sofrer com estigmas e preconceitos sociais, ao inserirem em suas rotinas de beleza e higiene cosméticos que condizem com seus estilos de vida peculiares, mas não correspondem aos padrões vigentes socialmente. Como, por exemplo, na lavagem e higienização da pele e cabelos sem a aplicação de shampoos e sabonetes industrializados convencionais, usando somente água e/ou vinagre e bicarbonato de sódio. Todavia, aqueles indivíduos que por sua vez não seguem padrões sociais de beleza e saúde podem ser estigmatizados socialmente.

As mulheres que participaram deste estudo também sofreram preconceito com seus corpos, com seus estilos de vida e com suas práticas de beleza e higiene envolvendo fitocosméticos artesanais. Todas elas revelaram que foram reprimidas de alguma maneira, a maioria por não comprarem ou usarem shampoo ou outro cosmético industrializado para a

higienização dos cabelos, por não usarem maquiagem industrializada, ou não usarem desodorante que não fossem feitos por elas mesmas. As pessoas das redes sociais de minhas informantes demonstram algum tipo de preconceito aos fitocosméticos, em que não legitimam e não procuram investigar os efeitos, resultados ou se existem possíveis problemas que as mesmas possam causar.

Nesse sentido, o poder simbólico da ciência também tem seu papel na legitimação ou não dos fitocosméticos, industrializados e artesanais, através de pesquisas, estudos, trabalhos científicos que a academia, empresas farmacêuticas, médicas e de saúde apontam como o corpo deve ser construído, manipulado, reprimido, educado, mantido e cuidado. Também o paradigma de saúde e ciência ocidental, por sua vez, não compreende e não detém os conhecimentos de medicina oriental, de terapias e holísticas orientais propostos por grupos sociais na produção e uso de fitocosméticos artesanais, que diferem deste paradigma ocidental, e podem não ser entendidos, e serem preconcebidos pelo olhar naturalizado das pessoas imersas em um sistema mais hermético, pautados nos usos de cosméticos industrializados já legitimados e estabelecidos como satisfatórios.

Abordando a perspectiva dos conceitos de risco e perigo de Douglas (1976), há um reforço e uma associação do sujo e do impuro às doenças e à sujeira iminente do contato com outros corpos e com o meio externo. Corpos sujos e com má aparência são associados a doenças, sujeira, desleixo, irresponsabilidade e má conduta. O uso fitocosméticos artesanais para a preservação e manutenção do corpo seriam meios de evitar o contato com substâncias impuras, como as substâncias sintéticas e químicas tidas como nocivas à saúde humana. O medo de contaminação e de contrair doenças está associado, especialmente, ao uso de cosméticos industrializados apontados como perigosos.

Douglas (1966) afirma que “os valores morais são mantidos e certas regras sociais são definidas por crenças em contágio perigoso. O contágio possui alto grau simbólico e por isso é tão interessante para se pensar a vida social”. Assim como a alimentação é uma questão de poluição corporal, as práticas que envolvem os fitocosméticos também, em que exprimem proporções morais, sociais, políticas. Os perigos ultrapassam o alimento e se estendem aos cosméticos, na adequação e estabelecimentos dos limites do sujo e do limpo que o corpo está exposto, no qual aqui os cosméticos industrializados teriam um suposto poder de contaminar e poluir (DOUGLAS, 1976).

Assim, o uso de cosméticos industrializados, devido as substâncias contidas neles apontadas como tóxicas e prejudiciais à saúde estão diretamente relacionadas ao perigo e o risco

que estas possam conter, em que poderiam deixar o corpo fragilizado, à mercê do caos, da desordem, do impuro, de doenças. Há então uma busca de uma beleza sem riscos ou perigos, “pura”, orgânica e proveniente do natural para usufruir dos mesmos benefícios dos cosméticos industriais, mas por sua vez sem o risco e o perigo que aquelas substâncias tóxicas demonizadas contidas neles poderiam causar, como é o caso de problemas de saúde e doenças como o câncer, eczemas, alergias, envelhecimento precoce, intoxicação, contaminação com metais pesados como nos batons contendo chumbo. Este conceito de beleza por sua vez se assemelha muito com o conceito padrão de beleza vigente em nossa sociedade: um corpo magro, saudável, jovial, com pele e cabelos sedosos e macios.

Assim, o que é impuro, poluído e contaminado podem ser internamente absorvidos pelo corpo, se forem externamente expostos a estes. O corpo funciona como veículo interlocutor entre o interno e externo, no qual é necessário de intervenções para ser purificado, sejam elas religiosas, políticas, sociais, culturais, higienistas que remetem sempre a noção de purificações da imoralidade, da desordem social, da desobediência das regras sociais. Seja por meio de um batismo religioso, uma confissão, uma caridade, um trabalho voluntário social, um banho de cachoeira, um banho de banheira com ervas medicinais próprias para a limpeza espiritual, a lavagem das mãos após tocar o lixo, o consumo de alimentos orgânicos, naturais e não industrializados para desintoxicar o corpo, o uso de plantas medicinais para evitar e curar doenças, o uso de fitocosméticos artesanais para higiene do corpo, etc. A purificação ocorre de forma simbólica, e são realizadas também pelo uso de fitocosméticos, sendo necessárias e inseridas para a limpeza do corpo, seja ela interna ou externamente. Segundo Douglas (1979), as pessoas limpam e higienizam seus corpos como forma de purifica-los.

Importante também notar como ocorreu o processo de demonização de algumas substâncias químicas, enquanto que algumas outras consideradas tão tóxicas quanto estas não são tão visadas, como é o caso dos parabenos, um conservante sintético muito encontrado em cosméticos e remédios, sendo seu uso muito criticado e tido como profano. Em contrapartida, muitas substâncias e ingredientes considerados “naturais” são usados indiscriminadamente, como o abuso indevido de chás, uso incorreto de fitoterápicos, manipulação incorreta de plantas medicinais como a coleta e uso do gel de *aloe vera*, que contém uma substância chamada aloína, considerado tóxica e nocivo à saúde, mas sem ter a devida preocupação em sua utilização por se tratar de uma substância de origem “natural”. Assim, a preocupação quanto as procedências de matérias primas para cosméticos deveriam ser equivalentes, tanto no ingrediente natural e orgânico, quanto nas substâncias sintéticas laboratoriais, em que em ambos existe o risco de

efeitos colaterais, como uma reação alérgica, por exemplo. A forma como se utiliza um ingrediente de origem natural pode causar efeitos prejudiciais ao corpo, o que não ocorreria se fosse trabalhado em laboratório. Assim, apenas evidencio como é interessante a demonização de ingredientes sintéticos manipulados em laboratórios, enquanto os oriundos do “natural” são exaltados como puros e benéficos.

A demonização de muitas substâncias contidas em cosméticos e seu possível perigo à saúde humana, assim como a questão ambiental e os cuidados ecológicos relacionados à sustentabilidade são mecanismos de intervenções desenvolvidos para a purificação do corpo contemporâneo em nossa sociedade, próprios do contexto urbano. Assim, essas racionalidades atreladas as experiências corporais urbanas são formas de lidar e agenciar doenças, imoralidades, poluições, preocupações e inadequações sociais, que são próprias dos estilos de vida de grandes metrópoles. Todos esses mecanismos de intervenção são necessários para lidar e negociar com os problemas de saúde existentes nas cidades: obesidade, diabetes, câncer, anorexia, anemias, má alimentação, estresse, alergia, etc. Também são reflexos dos muitos fatores externos que prejudicam de alguma forma a saúde nos meios urbanos: poluição, *fast foods*, cosméticos industrializados, comida industrializada, agrotóxicos, consumismo, sedentarismo, trabalhos cansativos, no qual os indivíduos buscam equilibrar em algum aspecto sua saúde aderindo a mecanismos de fuga, em que buscam alternativas consideradas mais naturais e benéficas para sua saúde.

As práticas envolvendo fitocosméticos seriam uma das compensações realizadas no dia-dia, assim como dietas restritivas, o consumo de alimentos orgânicos e naturais, exercícios físicos ao ar livre, etc. Considero compensações pois o corpo imerso em tantas impurezas, poluições e possíveis contaminações externas próprias do contexto urbano contemporâneo (como industrializados) está em constante perigo, pois estas podem ser internamente absorvidos pelo corpo, se forem externamente expostos a estes. Sendo o corpo um veículo interlocutor entre o interno e externo, deve ser purificado e limpo simbolicamente por intervenções satisfatórias, legitimadas. Os mecanismos de intervenções urbanas seriam uma forma de conexão com a natureza, de fuga da cidade, de desconexão com o urbano. São formas de negociações que o indivíduo realiza entre seu meio e seu corpo, no qual tenta solucionar os problemas existentes e recorrentes das cidades urbanas, mas sem sair delas. O indivíduo colhe da terra, da horta rural orgânica sua própria comida e fitocosmético, mas sem precisar ir até lá, o faz nos centros urbanos das grandes cidades por meio do consumo sustentável de produtos

orgânicos e ecológicos, da utilização de fitocosméticos artesanais, da alimentação saudável, preservação do ambiente, etc.

No discurso das informantes, observa-se uma série de concessões, sacrifícios, esforços envolvidos na utilização e adaptação do corpo aos fitocosméticos artesanais, em que nesse processo de restrições e privações a muitos produtos industrializados utilizados aos longos dos anos pelas mesmas, percebo como o corpo feminino ainda é reprimido, repleto de exigências feitas a sua aparência física, em que devem usar cosméticos de uma forma excessiva para estarem em conformidade aos padrões estéticos do corpo feminino. No discurso das mesmas noto uma necessidade em recorrerem a diferentes estilos de vidas, ao consumo sustentável, terapias holísticas orientais e aos fitocosméticos artesanais para se distanciarem um pouco das exigências sociais perante os seus corpos, em que esses seriam aparentemente menos exigidos, repleto de regras e mais livres. Assim, para dar encerramento ao trabalho, concebo que a voracidade da pele envolvendo o uso de cosméticos reflete as demandas que a mesma precisa agenciar, especialmente se tratando de um corpo feminino, que se revelam inflexíveis, rigorosas e exigentes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIHPEC: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Panorama no Setor 2017. São Paulo, 2017.

ANVISA: Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Cosméticos. Brasília, 2000.

CASTRO, A. Culto ao corpo e sociedade: mídia, estilo de vida e cultura de consumo. São Paulo: Ed. Annablume, 2005, 2o edição.

\_\_\_\_\_. “Culto ao corpo, modernidade e mídia”. Lecturas: educacion fisica y deportes, ano 3, no 9, Buenos Aires, marzo 1998.

DAUXOIS, J. Nefertite: amor, poder e traição no antigo Egito. São Paulo: Geração, 2007.

DEBERT, G. A reinvencao da velhice: socializacao e processos de reprivatizacao do envelhecimento. Sao Paulo, Edusp/Fapesp, 1999.

DOUGLAS, M. Pureza e perigo. Sao Paulo, Perspectiva, 1976.

\_\_\_\_\_. Natural symbols: explorations in cosmology. New York: Pantheon Books, 1982.

ECO, U. (Org.). História da feiúra. Rio de Janeiro: Record, 2007.

ECOCERT (2017). Referencial para cosméticos naturais e orgânicos. Santa Rosa de Lima: Ecocert Green Life SAS. 2017.

FRANÇA, B.; THIVES, F. História da Beleza. 2008.

GALEMBECK, F.; CSORDAS, Y. Cosmético, a Química da beleza. 2010.

GOLDENBERG, M. 2007a. O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. Barueri, SP: Editora Estação das Letras e Cores.

\_\_\_\_\_. 2007b. Nu e vestido: Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. 2ed. Rio de Janeiro: Record.

HOBBSAWN, E. Era dos extremos. São Paulo, Cia das Letras, 1996.

JULIÃO, A. O Segredo da Maquiagem do Egito. 2010.

LE BERTON, D. Adeus ao Corpo: Antropologia e sociedade. Campinas: Papyrus, 2008<sup>a</sup>.

LIPOVETSKY, G. A terceira mulher: permanência e revolução do 68 feminino. São Paulo: Companhia da3s Letras, 2000.

\_\_\_\_\_. A Sociedade da Decepção. São Paulo. Manole. 2007.

\_\_\_\_\_. A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. São Paulo: Manole, 2000.

LYRIO, E. S.; FERREIRA, G.C.; ZUQUI, S.N., SILVA, A. G. Recursos vegetais em biocosméticos: conceito inovador de beleza, saúde e sustentabilidade. *Natureza online*, v. 9, n.1, p. 47-51, 2011.

MANHÃES, C.C; GAMA-RODRIGUES, E.F; MOÇO, M.S; GAMA-RODRIGUES, A.C, Meso- and macrofauna in the soil and litter of leguminous trees in a degraded pasture in Brazil. *Agroforestry Systems* 2013; 87(5): 993-1004. <http://dx.doi.org/10.1007/s10457-013-9614-0>.

MAUSS, M. As Técnicas Corporais. In: *Sociologia e Antropologia*. Trad. Mauro W. B. de Almeida. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

MENDES, V.; BALAZINA, A. Órgão ambiental multa Natura em R\$ 21 milhões. *Jornal O Estado de São Paulo*. 2010.

MORAIS, I. P.; CANUTO, R. F. C. A importância da certificação de produtos orgânicos no mercado internacional. *Revista Eletrônica Lato Sensu*, 2011. 2: 1-16.

PANDOLFO, M. Do leite de cabra à biotecnologia – os avanços da estética e da cosmética na busca da beleza e da juventude. 2012.

PALÁCIOS, A. As marcas na pele, as marcas no texto. Bahia, 2004.

ROMANOWSKI, P.; SCHUELLER, R. Fundamentals of cosmetic product safety testing. *Cosmet Toilet*, 1996.

SASSATELLI, R.; SCOTT, A. Trust regimes, wider markets, novel foods. *European Societies*, v. 3, n. 2, p. 211-42, 2001.

SASSATELLI, R. La politicizzazione del consume e l'evoluzione del movimento dei consumatori. In: CAPUZZO, P. (Org.). *Genere, Generazione e Consumi*. Roma: Carrocci, 2003. p. 71-89.

SOLOMON, M. Comportamento do Consumidor: comprando, possuindo e sendo. Tradução Lene Belon Ribeiro. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VIGARELLO, G. A História da Beleza: O Corpo e a Arte de se Embelezar, do Renascimento aos dias de Hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VILAÇA, A. 1992. Comendo como Gente: Formas do Canibalismo Wari' (Pakaa Nova). Rio de Janeiro: Anpocs/Editora UFRJ.

VIVEIROS DE CASTRO, E. O nativo relativo. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 8, n.1, p.113,148, Apr. 2002. [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010493132002000100005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010493132002000100005&lng=en&nrm=iso). Acessado em 01/02/2018