

COSMETOLOGIA

INTRODUÇÃO

A busca da beleza e da juventude gera exigências cada vez maiores dos pacientes no desenvolvimento de novas técnicas cirúrgicas e de novos procedimentos estéticos, pois, com o avanço da idade, a pele começa a sofrer alterações como aparecimento de rugas, diminuição da espessura da epiderme, ressecamento, que modificam seu aspecto caracterizado pelo envelhecimento cutâneo.

A cosmética e os bioativos: atuam nas estruturas externas do corpo humano (pele e cabelos) de forma idêntica aos processos vitais, auxiliando o metabolismo com o objetivo direcionado a prolongar a juventude e retardar o envelhecimento.

A aparência pessoal é hoje requisito de grande importância em todos os segmentos, levando a população atual a dar maior valor a sua aparência, e buscar nos cosméticos as ferramentas para essa realização.

HISTÓRICO

O uso de cosméticos remonta há pelo menos 30.000 anos. Os homens da pré-história faziam gravações em rochas e cavernas, e também pintava o corpo e se tatuavam.

Rituais tribais praticados pelos aborígenes dependiam muito da decoração do corpo para proporcionar efeitos especiais, como a pintura de guerra. A religião era, também, uma razão para o uso desses produtos: Cerimônias religiosas freqüentemente empregavam resinas e unguentos de perfumes agradáveis. A queima de incenso deu origem a palavra perfume, que no latim quer dizer "através da fumaça".

Aparentemente os **Egípcios** foram os primeiros usuários de cosméticos e produtos de tocador (produtos de penteadeira, produtos de toalete) em larga escala. Alguns minérios foram usados como sombras de olhos e *rouge*, assim como usavam extratos vegetais, como a henna. A famosa **Cleópatra** se banhava com leite de cabra para ter uma pele suave e macia, e incorporou o símbolo da beleza eterna. Também nesta época os faraós eram sepultados em sarcófagos que continham tudo o que era necessário para se manter belo. No sarcófago de **Tutankamon** (1400aC) foram encontrados cremes, incenso e potes de azeite usados na decoração e no tratamento.

Durante a dominação Grega na Europa, 400aC, os cosméticos tornaram-se mais do que uma ciência, estavam menos conectados aos religiosos do que aos cientistas, que davam conselhos sobre dieta, exercícios físicos e higiene, assim como, sobre cosméticos.

Nos manuscritos de **Hipócrates**, considerado o pai da medicina, já se encontrava orientações sobre higiene, banhos de água e sol, a importância do ar puro e da atividade física. Nesta época, século **II** aC, venerava-se uma deusa da beleza feminina, chamada Vênus de Milo.

Na era Romana, por volta de 180dC, um médico grego chamado **Claudius Galeno** realizou sua própria pesquisa científica na manipulação de produtos cosméticos, iniciando assim a era galênica dos produtos químico-farmacêuticos. Galeno desenvolveu um produto chamado *Unguentum Refrigerans*, o famoso *Cold cream*, baseado em cera de abelha e bórax.

Os famosos **banhos romanos** eram centros de discussões e reuniões sociais para os senadores e aristocratas da época, mas caíram posteriormente em atos imorais condenados pela religião.

Também nesta época surgiu a alquimia, uma ciência oculta que se utilizavam de formulações cosméticas para atos de magia e ocultismo. Também foi nesta época que **Ovídio** escreveu um livro voltado a beleza da mulher "Os produtos de beleza para o rosto da mulher," onde ensina a mulher a cuidar de sua beleza através de receitas caseiras.

Com a **Idade Média** vieram os anos de clausura para a ciência cosmética, um período em que o rigor religioso do cristianismo reprimiu o culto à higiene e a exaltação da beleza, impondo recatadas vestimentas. Esta época também chamada de "Idade das Trevas" foi muito repressiva na Europa, onde o uso de cosméticos desapareceu completamente, por isso também é chamada de "**500 anos sem um banho**".

As Cruzadas devolveram a este período os costumes "do culto a beleza e a ternura", que se incluíam os cosméticos e os perfumes.

Com o Renascimento e com o descobrimento da América, no século XV, percebemos o retorno a busca do embelezamento. Todos os costumes e hábitos de vida da época são

retratados pelos pintores, como por exemplo, a Mona Lisa, de **Leonardo da Vinci**, que retrata a mulher sem sobrancelhas, face ampla e alva, de tez suave e delicada.

Miguelangelo também retrata na Capela Cistina os anjos, apóstolos, Maria - mãe de Jesus - e outros personagens, de forma clara, jovial cuja beleza é exaltada em sua plenitude. Porém, a falta de higiene persiste e os perfumes são criados para mascarar o odor corporal.

Durante a **Idade Moderna**, séculos XVII e XVIII, notam-se a crescente evolução dos cosméticos e também a utilização de perucas cacheadas. Neste período ainda persistiam os costumes de não tomar banho regularmente, o que proporcionou o crescimento da produção de perfumes, tornando-se de grande importância para a economia francesa desde o reinado de Luiz XIV. Contudo, o grande salto dos perfumes se deu quando **Giovanni Maria Farina**, em 1725, estabeleceu-se em Colônia, na Alemanha. Lá ele desenvolveu a famosa "**água de colônia**".

No final deste século, **os Puritanos**, liderados por Oliver Cromwell, trouxeram outro período, no qual o uso de cosméticos e perfumes ficou fora de moda. Este, talvez, tenha sido o período mais negro da história dos cosméticos, principalmente quando o Parlamento Inglês em 1770 estabeleceu que: "**Qualquer mulher... que se imponha, seduza e traia no matrimônio qualquer um dos súditos de Sua Majestade, por utilizar perfumes, pinturas, cosméticos, produtos de limpeza, dentes artificiais, cabelos falsos, espartilho de ferro, sapatos de saltos altos, enchimento nos quadris, irá incorrer nas penalidades previstas pela Lei contra a bruxaria e o casamento será considerado nulo e sem validade.**"

Já na **Idade Contemporânea**, século XIX, os cosméticos retomaram a popularidade. Os cosméticos e produtos de toucador eram feitos em casa, cada família tinha suas próprias e favoritas receitas. As mulheres passaram a expor um pouco o corpo e tomavam banho utilizando trajes fechados.

Foi um período rico para o surgimento de indústrias de matérias-primas para a fabricação de cosméticos e produtos de higiene nos Estados Unidos, França, Japão, Inglaterra e Alemanha. Estávamos presenciando o início do mercado de cosméticos e produtos de higiene no mundo.

No início do século XX, os cosméticos saíram das cozinhas e passaram a ser produzidos industrialmente. A liberação da mulher foi o fator fundamental para o sucesso dos cosméticos, uma vez que não se pode falar em cosméticos sem falar em mulher.

Helena Rubinstein (Cracóvia, 25 de dezembro de 1871 – Nova York, 1 de abril de 1965) foi uma empresária e cosmetóloga polonesa-estadunidense. Nascida na Polônia na época em que esta fazia parte do Império Austro-Húngaro, com 18 anos mudou-se para a Austrália onde começou a misturar fórmulas médicas e pomadas. A pele das mulheres australianas sofria devido aos efeitos do calor, do clima seco, impressionada por isso, **Helena Rubinstein** abriu seu primeiro salão de beleza, em 1902. Mais tarde, em 1908, ela abre outro em Londres, e logo em seguida um em Paris, 1912, e Nova York, 1914.

Desde **1917** Helena Rubinstein fabrica e distribui seus produtos em grande escala. Foi a fundadora da *Helena Rubinstein, Incorporated* e se tornou uma das mulheres mais ricas do mundo e tornou a principal força no desenvolvimento da indústria de beleza.

Elizabeth Arden: cursou e se formou em enfermagem. Anos mais tarde, em sua cozinha, começou a formular cremes para queimaduras e elaborou loções e pastas cosméticas, utilizando gorduras, leites e outras substâncias. Essas substâncias eram diferentes das dos médicos da época, e tinham finalidades hidratantes e nutritivas. Logo a sua cozinha passou a ser seu laboratório, e ela começou a dedicar seu tempo em busca do creme perfeito. Aos 30 anos de idade foi para Nova York conheceu um químico e juntos começaram a elaborar o "creme perfeito", o seu grande sonho. No mesmo tempo ela foi trabalhar em um salão de beleza e dominou a arte da massagem facial orientada e treinada pelo maior especialista da época. A partir daí, Florence Nightingale Graham estava se tornando uma esteticista.

Em **1910**, ela abriu seu primeiro salão de beleza em uma loja na Quinta Avenida e com sua visão empreendedora, mudou seu nome para Elizabeth Arden e instalou na loja uma porta vermelha luminosa, começando também a divulgar seu negócio com o a propaganda de seus cremes e de suas massagens relaxantes e rejuvenecedoras. Já como Elizabeth Arden, começou freqüentar lugares importantes da sociedade e foi assim que seu salão logo passou a ser conhecido como o melhor da cidade. A partir daí, viajou muito e expandiu os negócios por todo o mundo, montando filiais em vários lugares, construiu um verdadeiro império da beleza. Promoveu a prática da maquiagem, divulgando a pintura dos olhos no estilo "olhar total", o uso do ruge e do pó, sendo a maquiagem expressiva a última moda em Paris.

Elizabeth Arden idealizou a beleza completa, com a pele tratada com cremes e loções específicas para adstringir, tonificar e hidratar, e em seguida a isso o uso da maquiagem. Fez do seu salão um perfeito complexo da beleza. Em 1920, mais de cem produtos levaram a marca Elizabeth Arden, chegando a dominar

o mundo – em 1930 havia em sua linha mais de 600 produtos, sua marca era uma das mais conhecidas do planeta. Quando começou a Segunda Guerra Mundial, Elizabeth lançou um batom vermelho chamado *Montezuma Red*, o qual era para ser usado pelas mulheres das forças armadas, para dar vida aos uniformes e um toque a mais de feminilidade.

A cosmetóloga morreu aos 88 anos, deixando uma herança de fórmulas de cremes e loções e maquiagem de qualidade. Sendo uma mulher modelo de determinação, confiança, poder e luta, fez seu sonho se tornar realidade, tornando-se um ícone feminino. Tanto assim que seu nome virou sinônimo de luxo e glamour.

Elizabeth Arden e Helena Rubinstein foram desafiadas por **Charles Revson**, para desenvolverem um moderno creme rejuvenescedor.

Revlon: Empresa norte-americana fundada em 1932, pelos irmãos **Charles e Joseph Revson**, juntamente com o químico **Charles Lachman**. Ao procurar um nome para a marca, os três utilizaram o sobrenome Revson, mas com uma pequena mudança: a letra L, de Lachman, foi colocada no lugar da letra S. O primeiro produto de sucesso da Revlon foi um **verniz de unha**, chamado posteriormente de **esmalte**. Em apenas seis anos depois de sua criação a empresa já alcançava lucros milionários.

Max Factor: Em **1909** um senhor de nome Max Factor, maquiador de origem polonesa, que começou sua carreira maquiando os integrantes do Royal Ballet na Rússia, inaugurou uma pequena loja no centro teatral na cidade de **Los Angeles**.

No ano de **1914** criou a primeira maquiagem especificamente para personagens de filmes, uma espécie de graxa cosmética em forma de creme com 12 tipos de graduações de cores. Começou com maquiagem para teatro, na costa oeste dos Estados Unidos, mas logo percebeu o potencial do mercado doméstico de consumo.

Avon

David McConnell (1886) vendia livros (incluindo Bíblias) de porta-em-porta e adotou a estratégia de presentear com pequenas amostras de perfume cada venda. Ele rapidamente percebeu que seus clientes estavam mais interessados nos perfumes do que nos livros. No início a empresa se chamava **Perfumaria Califórnia** e passou a ter o nome definitivo numa homenagem à terra onde nasceu William Shakespeare cuja cidade tem o nome Startford-on-avon, assim surgiu a gigante empresa **Avon**.

Curiosidades:

- O grande diferencial da Avon sempre foi a venda de porta em porta, principalmente aquela feita por **mulheres**.
- Apesar de a idéia ter sido de McConnell, foi uma mulher chamada **Florence Albee** que formou o primeiro grupo de revendedoras dos produtos da empresa.
- Atualmente a Avon atua em **140 países**. São mais de **3 milhões de revendedoras** espalhadas pelo mundo, **700 mil só no Brasil**.

No Brasil

Na segunda metade do século, uma nova empresa surgia na Rua Oscar Freire em São Paulo, onde dois jovens talentosos desenvolviam produtos de beleza e ensinavam a forma correta de utilização, nascia ali a **Natura Cosméticos**.

Em Curitiba-PR, o farmacêutico Miguel Krigsner, transformou sua pequena farmácia de manipulação aberta em 1977 (que manipulava fórmulas galênicas e perfumes), na maior rede de franquias de perfumaria e cosméticos do mundo. E que em pouco tempo despontou para a indústria cosmética, transformando-se em **O Boticário**.

A CRONOLOGIA DOS COSMÉTICOS

Higiene e banheira nos últimos 300 anos:

1700: A limpeza da pele é realizada esfregando-se o corpo com uma toalhinha de fibra de linho, ocasionalmente embebida com perfume.

1950: Timidamente aparece o leite de limpeza, sendo às vezes substituído por óleos. Gradualmente as mulheres renunciam ao sabonete comum e começa o conceito de "**limpeza facial**".

1955: Exclusivamente para fins terapêuticos é lançada a primeira banheira hidromassagem.

1960: Surge os primeiros produtos específicos para a banheira (banho de espuma).

2003: Hoje existe no mercado inúmeras opções de banheiras, bem como, cosméticos específicos para o banho em geral.

Cremes milagrosos e tecnologia:

1540: Catarina de Médici apresenta para os franceses todo o segredo das artes cosméticas, preparadas com formulações especiais trazidas da Itália.

1957: Com suporte científico é desenvolvido o primeiro creme "biológico", **Skin Life**, de Helena Rubinstein.

1975: O primeiro creme hidratante para agir profundamente na pele é o **Visible Difference**, de Elizabeth Arden.

1980: Através da moderna biotecnologia os cremes clássicos são substituídos pelos soros, que agem em simbiose com a pele. Algumas gotas proporcionam vida nova ao rosto.

1990: Em laboratórios científicos, a pele é reproduzida "in vitro", e suas características estudadas.

Os tratamentos modernos são mais inteligentes, agindo em sintonia com os mecanismos que governam as células.

Cheirinho bom... Perfumes

1800: Desejando emanar um perfume agradável, as damas da sociedade fazem costuras sobre as roupas com **sachês** recheados com flores secas como, lavanda e pétalas de rosas.

1921: É criado o Chanel nº 5, o primeiro perfume que usa **essências sintéticas**, obtidas quimicamente.

2001: Nos EUA está em voga a injeção anti-sudorese. A prática é feita nas axilas e tem eficácia de 6 meses.

Bronze na pele, a moda lançada por Coco Chanel

1600: A palavra "bronzear" é desconhecida na época. Desde os tempos dos egípcios, o sol é tido como um perigo e inimigo da beleza, para evidenciar uma palidez, elas delineiam as veias do decote e do rosto com um lápis azul. Os japoneses fazem mais, colorem os lábios de negro. Durante o passeio as damas francesas portam um véu para se proteger do sol.

1913: Coco Chanel, já é estilista célebre, e ousa arriscar-se ir à praia, desprovida de guarda sol e lança a moda da face bronzeada, para contrastar com a moda pálida em voga. Então à partir dos anos 50 as pessoas começam à adquirir um bronzeado natural.

1965: Pode-se já adquirir um bronzeado mesmo sem sol, usando uma lâmpada ultravioleta, recentemente inventada.

1970: Surge o pó compacto colorido "terra sol", e que com sucesso simula o bronzeado.

1992: Os autobronzeadores à base de Dihidróxiacetona (DHA) fazem sucesso ao ganhar a confiança dos Dermatologistas.

Shape e fitness:

A partir de 1800: A beleza é o corpo rechonchudo, pintado por Renoir reproduzidos em suas telas imortais, todos "roliços".

A partir dos anos 20: A moda é substituída pela das linhas "finas". A precursora é Elizabeth, princesa da Áustria, que ordena instalar um ginásio no palácio, sua nutrição é exclusivamente à base de alimentos líquidos, sucos, etc.

1980: O aprimoramento físico e a aeróbica disputam a supremacia das técnicas para se obter um corpo firme, enxuto e tonificado.

Cabelos, cores e formas:

70 d.C.: No império Romano existe cerca de 300 estilos de cabelo feito a ferro, e amplamente usado pela aristocracia grega para ornamentar, anelar, encaracolar, ondular e alisar os cabelos. E também para evidenciar não é raro usar o recurso das **perucas** feitas de cabelos naturais, claros ou escuros.

1600: Veneza, Firenze e Salerno, competem nas técnicas do corpo e cabelos. O conceito de estética capilar beleza veneziana prescreve horas de tratamento, expondo os cabelos ao sol, borrifados com um preparado clareador chamado "a loira", e de resultado castanho amarelado chamado "**louro veneziano**".

1750: Já são mais de 600 os cabeleireiros que atuam em Paris.

1818: Fica fácil se transformar em loira graças ao invento formulado pelo francês Luis Thénard.

1897: A Paris Marcel conquista fama imediata com a sua **ondulação à ferro** que proporciona volume e espaço. O milanês Franco Gandolfi, introduz o primeiro **secador mecânico**, precursor do secador profissional de "capacete".

1918: Nessler, um alemão, cria a formulação "**permanente**".

1940: Aparece o **permanente a frio**. Seu criador é o inglês Speakman, que a testa à quatro anos. A patente é adquirida pela americana Heléne Curtis e a difunde na Europa pela L'oreal.

1990: Parece não haver mais segredos para os cabelos, crespos e lisos, eles são alternados ou direcionados na mesma cabeça. Mais de 60% das mulheres européias e americanas possuem cabelos tratados.

- Os produtos finalizadores dão o estilo desejado e são imperceptíveis (loiro, castanho, ruivo).
- A extensão Mega hair, onde cabelos falsos são aplicados na raiz, alongando e espessando o cabelo.

2000: Surge a escova Japonesa, que promete um efeito a longo prazo (6meses). Com essas novas técnicas há necessidades de formulações cosméticas específicas.

A EVOLUÇÃO DA COSMETOLOGIA

A cosmética do novo milênio promete ser fascinante. Um verdadeiro mundo de novas possibilidades está começando, com o resgate de substâncias milenares e o uso de tecnologia avançada. Dessa bem sucedida mescla entre o antigo e o novo, resulta produtos cada vez mais seguros e eficazes, como a proteína vegetal injetável, já usada na Europa para amenizar depressões e rugas do rosto (é uma alternativa ao ácido hialurônico).

Não há como esquecer que, em passado não tão distante, ainda usava-se limpar o rosto com loção caseira de pepino, tiravam-se olheiras de noites mal dormidas com fatias de batatas cruas, esfoliava-se o rosto e as mãos com açúcar e limão, e com marcela e camomila clareava-se o cabelo. Eram "receitas das vovós", que incluíam também remédios caseiros à base de ervas.

Mas os tempos mudaram. Com o crescimento da indústria de cosméticos e das farmácias de manipulação, as formulações químicas foram dominando o mercado. Ao mesmo tempo, não se podia mais confiar na pureza dos produtos de fabricação caseira, devido ao excesso de agrotóxicos ou de coliformes fecais contidos nessas plantas e ervas. Com a contribuição da medicina ortomolecular para o retardamento do envelhecimento, a dermatologia também avançou. A cosmética passou a atingir mais profundamente nossas necessidades, repondo as perdas biológicas causadas pela idade, estresse ou fatores psicossomáticos. Os extratos de placenta tornaram-se insuficientes. Nos produtos de beleza passamos a encontrar colágeno, elastina, lipossomas, ceramidas, antioxidantes, sobretudo, as vitaminas C e E.

O filtro solar tornou-se de uso obrigatório em todas as horas do dia, mesmo fora da praia. Surgiram os ácidos: do ácido retinóico seguiram-se o ácido glicólico e os alfa-hidroxiácidos, mais conhecidos como ácidos de frutas, ministrados pelos dermatologistas, com o objetivo de afinar e firmar o tecido, grande domínio do produto químico.

Em encontros internacionais, ocorridos recentemente, confirmou a tendência à maior naturalidade de todos os cosméticos de última geração. As grandes vedetes, agora, são os extratos vegetais e óleos essenciais que resultam de maquinaria e tecnologia próprias. Alguns exemplos de vegetais que ocupam espaço cada vez maior nas formulações cosméticas: tea-tree (como poderoso anti-séptico), gerânio e olíbano (rejuvenescedores), alecrim (tônico-adstringente), camomila e lavanda (calmantes), argila e *Aloe vera* (sendo empregadas até para a cura e imunologia). Também é de vital importância a riqueza do mar (oligoelementos, sais minerais).

A química da natureza somada às substâncias químicas dos laboratórios veio para ficar. Desde que houve o fenômeno da "vaca louca" na Inglaterra, deixou-se por completo, de usar a proteína bovina, que deu lugar à proteína marinha. Hoje, os bioquímicos que trabalham para a indústria dos cosméticos dão maior preferência à proteína vegetal (soja), aos fitos-hormônios (hormônios de plantas) e aos ácidos de flores. Uma novidade em estudo e que deverá ser um enorme sucesso talvez ainda no ano 2000: os adesivos (sempre à base de plantas) para embelezamento cutâneo e rejuvenescimento, similares aos já existentes para repor hormônios e deixar de fumar.

COSMÉTICOS

A palavra **Cosmético** - deriva do grego **Kosmetikós** (*Kosmeo* - adornar; arte de preparar cosméticos);

- **Antigamente:** Os cosméticos eram usados **para esconder uma imperfeição** como uma acne, uma mancha ou realçar algo bonito como uma boca ou olhos.
- **Atualmente:** as pessoas vivem mais tempo do que viviam, querem envelhecer com qualidade de vida, aparência agradável e sem dúvida a cosmética contribui muito para isso.

As principais funções para um produto cosmético são:

- Higiene (sabonetes, xampus e desodorantes)
- Proteção: Fotoprotetores (barreira, como nos casos dos filtros solares que minimizam a ação dos raios ultravioleta e evitam o câncer de pele)
- Decorativa: quando usado para esconder imperfeições ou realçar a beleza
- Prevenção: quando atua minimizando o envelhecimento precoce

- Tratamento: quando recupera uma pele desidratada
- Óleos para limpeza (neutros, com antioxidantes)
- Loções e cremes (hidratação; limpeza da pele)
- Talco e pós (absorve umidade e isolar a pele de agressões externas)

Cosmetologia e cosmeceutica

Atualmente a cosmetologia dá suporte à fabricação de produtos de beleza, promovendo a sua correta utilização e estudando as propriedades da pele para criar formulações de produtos naturais ou sintéticos, os cosméticos, que são produtos, para uso livre de patologias, que servem para higienização, manutenção, proteção e decoração da pele e dos cabelos.

A cosmetologia usa o princípio de que seus produtos sejam formulações de aplicação local, baseados em conceitos científicos, destinados à manutenção e ao melhoramento da pele humana, sem interferência nas funções vitais, sem irritar, sensibilizar ou provocar fenômenos secundários indesejáveis.

Da união da ciência com a cosmética surgiu a **cosmeceutica**. Um novo seguimento de saúde e beleza que procura investigar e tratar os mais variados problemas orgânicos. A cosmeceutica é, na verdade, uma evolução da indústria cosmética que vem conquistando cada vez mais simpatizantes entre médicos, esteticistas e seus clientes, porque trata os desequilíbrios da pele e dos cabelos mais profundamente e de modo mais eficaz.

No tratamento dos cabelos, os produtos cosmeceuticos têm ação direta no bulbo capilar, contribuindo para eliminar o problema literalmente pela raiz e estimular a produção de células mais saudáveis. No tratamento da pele, as fórmulas têm ação direta na camada mais profunda dos tecidos, minimizando ou até mesmo solucionando problemas como estrias, celulite e flacidez.

CONCEITOS BÁSICOS

Cosmetologia: ciência que serve de suporte à fabricação dos produtos de beleza e permite verificar as suas propriedades, estuda as matérias-primas e os produtos cosméticos destinados ao embelezamento, limpeza, manutenção e melhoria das características do cabelo, pele e seus anexos.

Cosmético: originalmente, era o nome dado às substâncias naturais destinadas a suavizar o cabelo e dar-lhe brilho. Depois da primeira guerra, o domínio dos produtos de beleza aumentou e o nome cosmético tomou sentido mais amplo, designando toda substância de origem animal, vegetal e mineral utilizada para limpar, hidratar, corrigir, embelezar e proteger sem irritar, sensibilizar ou causar qualquer alteração fisiológica oriunda de sua permeação cutânea ou sistêmica a pele e seus anexos (cabelos e unhas).

Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, são preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral, com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-los ou mantê-los em bom estado. *ANVISA, 2005*

Cosmeceuticos: produtos cosméticos com propriedades terapêuticas. Este termo não é reconhecido pela ANVISA.

Cosmetologista: técnico que estuda e aprimora as formulações e fabrica produtos de beleza, aplicando os métodos científicos determinados pela cosmetologia;

Esteticista: profissional que sabe escolher os cosméticos, segundo as suas propriedades, qualidades e indicações e os aplica de acordo com as técnicas e métodos ligados à profissão;

Matéria-Prima: Qualquer substância envolvida na obtenção de um produto a granel que faça parte deste na sua forma original ou modificada.

Material de Embalagem: Cada um dos elementos de acondicionamento que estarão no produto final conforme entrem ou não em contato com o produto, dividem-se em primários ou secundários.

Embalagem Primária: envoltório ou recipiente que se encontra em contato direto com os produtos.

Embalagem Secundária: é a embalagem destinada a conter a embalagem primária ou as embalagens primárias.

Prazo de Validade: tempo em que o produto mantém suas propriedades, quando conservado na embalagem original e sem avarias, em condições adequadas de armazenamento e utilização.

Produto a Granel: Produto que sofreu todas as etapas de fabricação, à exceção do envase e embalagem.

Produto Acabado: Produto pronto para ser colocado no mercado.

Produto Semi-Acabado: Produto obtido a partir de um envase primário, que necessita no mínimo de uma operação posterior antes de ser considerado um produto terminado.

CLASSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS

A classificação de cosméticos, produtos de higiene, perfumes e outros de natureza e finalidade idênticas estão baseados e 26º da Lei 6.360/76 e artigos 3º, 49º e 50º, do Decreto 79094/77 e na **RDC 211/05**.

Os grupos de produtos estão enquadrados em quatro categorias e classificados quanto ao grau de risco a que oferecem dado a sua finalidade de uso, para fins de análise técnica, quanto do seu pedido de registro, a saber:

A – Categorias:

- Produto de Higiene
- Cosmético
- Perfume
- Produto de Uso Infantil

B – Grau de Risco:

Os critérios para essa classificação foram definidos em função da finalidade de uso do produto, áreas do corpo abrangidas, modo de usar e cuidados a serem observados, quando de sua utilização.

Grau 1: Produtos com **risco mínimo**, ou seja, são produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes cuja formulação se caracterizam por possuírem propriedades básicas ou elementares, cuja comprovação não seja inicialmente necessária e não requeiram informações detalhadas quanto ao seu modo de usar e suas restrições de uso, devido às características intrínsecas do produto

Grau 2: Produtos com **risco potencial**, ou seja, são produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes cuja formulação possua indicações específicas, cujas características **exigem comprovação de segurança e/ou eficácia**, bem como informações e cuidados, modo e restrições de uso.

Exemplo: A tabela completa encontra-se na Resolução **RDC nº 211, de 14 de julho de 2005**.

CATEGORIA: PRODUTO DE HIGIENE	
GRUPO	GRAU
Sabonetes (líquidos, gel, cremoso ou sólido)	
Sabonete facial e/ou corporal	1
Sabonete abrasivo/esfoliante	1
Sabonete anti-séptico	2
Sabonete desodorante	1

Produtos para Higiene dos Cabelos e Couro Cabeludo (líquido, gel, creme, pós ou sólido)	
Xampu	1
Xampu condicionador	1
Xampu para lavagem a seco	1
Xampu anti-caspa	2

Creme rinse	1
Enxaguatório capilar	1
Condicionador	1

LEGISLAÇÃO

Portaria nº 348, de 18 de agosto de 1997.

Ementa: Determinar a todos os estabelecimentos produtores de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, o cumprimento das Diretrizes estabelecidas no Regulamento Técnico - Manual de Boas Práticas de Fabricação para Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes.

Resolução nº 481, de 23 de setembro de 1999.

Ementa: Estabelece os parâmetros de controle microbiológico para os produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes conforme o anexo desta resolução.

Resolução RDC nº 162, de 11 de setembro de 2001.

Ementa: Estabelece a Lista de Substâncias de Ação Conservantes para Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes.

Resolução RDC nº 237, de 22 de agosto de 2002.

Ementa: Aprova Regulamento Técnico Sobre Protetores Solares em Cosméticos.

Resolução RDC nº 277, de 22 de outubro de 2002.

Ementa: Amplia a proibição contida no art. 1º da RE nº 552, de 20 de abril de 2001, a todas as formas farmacêuticas de medicamentos anti-sépticos de uso tópico indicados para uso infantil contendo ácido bórico e dá outras providências.

Resolução RDC nº 211, de 14 de julho de 2005.

Ementa: Ficam estabelecidas a Definição e a Classificação de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, conforme Anexos I e II desta Resolução.

Resolução RDC nº 215, de 25 de julho de 2005.

Ementa: Aprova o Regulamento Técnico Listas de Substâncias que os Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes não Devem Conter Exceto nas Condições e com as Restrições Estabelecidas, que consta como Anexo e faz parte da presente Resolução.

Resolução RDC nº 48, de 16 de março de 2006.

Ementa: Aprova o Regulamento Técnico "lista de substâncias que não podem ser utilizadas em produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes".

Resolução RDC nº 47, de 16 de março de 2006.

Ementa: Aprova o Regulamento Técnico "lista de filtros ultravioletas permitidos para produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes".

MERCADO COSMÉTICO

Nas últimas décadas a indústria cosmética brasileira tem evoluído por uma série de fatores:

- Avanços tecnológicos que devido à rapidez na sua transferência, permitiu que nossa indústria se beneficiasse dos avanços mundiais no setor.
- A criação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) que materializou os anseios da indústria na desburocratização dos regulamentos que regem a fabricação de cosméticos, proporcionando, entre outros, o aumento na velocidade dos lançamentos de novos produtos, essencial para qualquer tipo de indústria que segue os ditames da moda.
- As atividades das entidades privadas representativas do setor: ABC – Associação Brasileira de Cosmetologia, representando os químicos cosméticos, e dos representantes das empresas do setor, liderados pela Associação Brasileira de Produtos de Higiene, Perfumes e Cosméticos e do Sindicato das Indústrias de Produtos de Toucador do Estado de São Paulo -

Abihpec/Sipatesp, cujo trabalho associativo proporcionou resultados no aprimoramento as atividades da indústria.

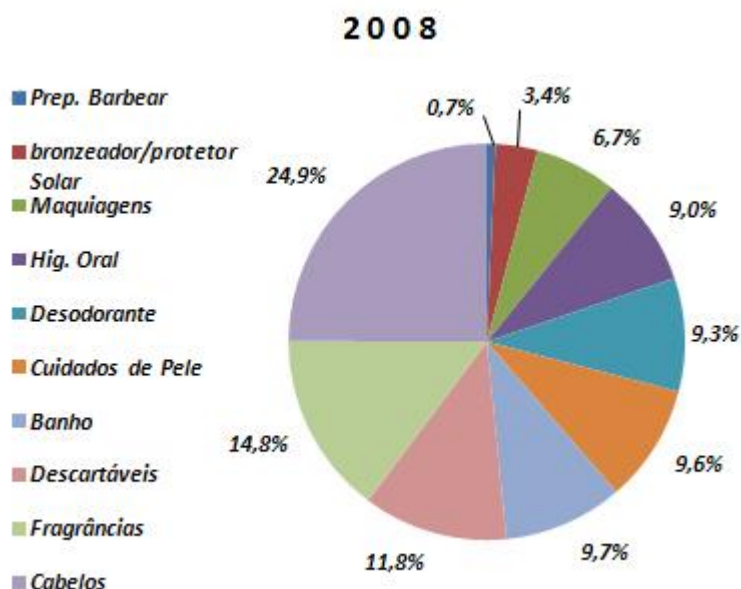
- O surgimento das sociedades médicas de dermatologia e de cirurgia plástica, das sociedades profissionais de estética, entre outras, que instituiu o uso dos cosméticos específicos em muitos dos seus procedimentos.
- Evidentemente, não se pode deixar de mencionar o motivo principal da indústria – o consumidor - que se tornou mais exigente com a qualidade e com os benefícios prometidos.

Em relação ao mercado mundial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, conforme dados do Euromonitor de **2008**, o Brasil ocupa a **terceira posição**, sendo a primeira posição dos Estados Unidos e a segunda do Japão.

O Brasil é o 1º mercado em desodorante; 2º mercado em produtos infantis, produtos masculinos, higiene oral, produtos para cabelos, proteção solar, perfumaria e banho; 4º em cosmético cores; 6º em pele e 8º em depilatórios.

Fonte: http://www.abihpec.org.br/conteudo/Panorama2009_Portugues.pdf

Composição do Faturamento



OBS: ABIHPEC é a sigla para **Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos**, entidade fundada em 27 de abril de 1995, representa, nacional e internacionalmente, empresas relacionadas à produção, promoção e comercialização de produtos acabados e insumos destinados aos cuidados pessoais. O trabalho da **ABIHPEC** é uma extensão, em caráter nacional, das atividades exercidas pelo **Sipatesp** (Sindicato da Indústria de Perfumaria e Artigos de Toucador no Estado de São Paulo). O sindicato foi fundado em 07/05/1941 e, por força de lei, tem atuação restrita: cabe a ele celebrar a Convenção Coletiva de Trabalho anual, obrigatória, somente para as empresas situadas no Estado de São Paulo.