

Cosméticos

Una industria que mueve (a) millones

Por Leonardo Huerta Mendoza



Foto Archivo

Historia

El maquillaje en el siglo XX

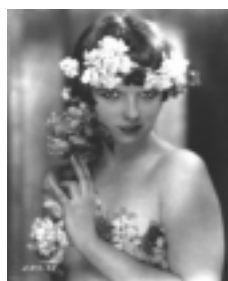
Resulta muy interesante ver cómo una conducta que pudiera parecer mera frivolidad (el hecho de embellecerse) está íntimamente relacionada con fenómenos históricos y culturales tan disímiles como las guerras, las artes y la ciencia.

La historia moderna del maquillaje puede situarse en 1907, año en que el químico francés Eugène Schueller, fundador de L'Oreal, inició la producción de una serie de artículos para belleza al inventar el primer tinte sintético para cabello, el Aureole.

Poco después vendría la Primera Guerra Mundial, y este suceso histórico, por extraño que parezca, impulsó la investigación en los cosméticos. De pronto los estadounidenses, que tenía que ir a la guerra, tuvieron que ser sustituidos laboralmente por las mujeres. Estas mujeres trabajadoras, independientes social y económicamente, disponían

de ingresos propios y por tanto podían gastar en productos de belleza. Este fenómeno explica tal vez la aparición, en los años 20, de las cadenas de tiendas departamentales, que a su vez coincidió con el primer crecimiento importante de la industria de los cosméticos, pues había una gran demanda que satisfacer.

Otro suceso relevante en los años 20 fue que ciertas jóvenes impusieron una moda muy distinta a

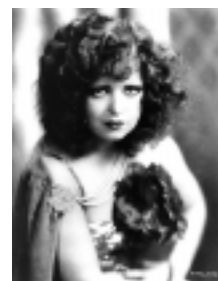


las de la generación anterior en cuanto a ropa, corte de pelo y maquillaje; se trataba de las *flappers*, como se les llamó, que se distinguían por sus trajes sastre, su pelo muy corto y por su

maquillaje, en el que destacaban los labios pintados de un rojo intenso.

Pero las alternativas en cuanto al cabello se multiplicaron, pues quienes lo preferían rizado pudieron, a partir de 1927, acceder al hoy tan popular empleo de sustancias químicas conocido como permanente.

Fue a finales de los años 20 que cambió la moda de las pieles pálidas impuesta por el cine



Theda Bara

mudo: como resultado de la invención del cine a color, salieron a la venta líquidos y polvos para darle al cutis un tono bronceado sin necesidad de tomar el sol. Además, Theda

Todas las mañanas, en las ciudades del mundo, grandes y pequeñas, es común ver a muchas mujeres camino de su trabajo que aprovechan el trayecto para embellecerse; en el metro, en el autobús o en el auto sacan su cosmetiguera y con una habilidad asombrosa se

maquillan en unos minutos. ¿De dónde viene esta necesidad de embellecerse? ¿Qué factores psicológicos o sociales intervienen? ¿Cuáles son las cifras económicas que mueven este mercado de consumo? La invitamos a asomarse a este fascinante mundo.

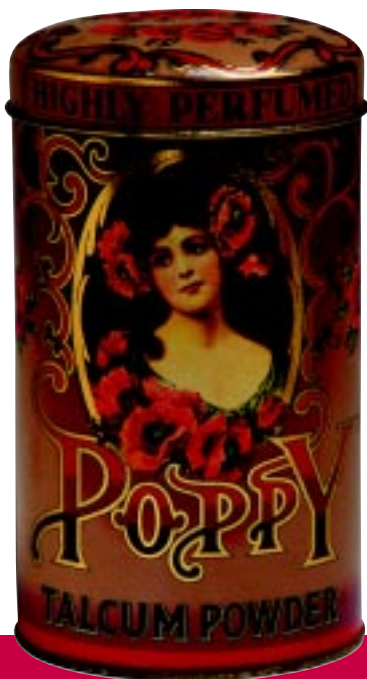


Foto Archivo

Tiene 140 años y aún las llena de rubor

Ni el mismo Alejandro Napoleón Bourjois, uno de los precursores de los cosméticos actuales, se imaginó que la Fábrica Especial para la Belleza de las Damas, que echó a andar en 1863, vería la luz de su tercer siglo. Bourjois, que sentía especial atracción por la belleza de las jóvenes actrices de los teatros imperiales de Francia, comenzó envasando polvos de arroz para ellas, y después desarrolló discretos maquillajes que en el escenario resultaron suaves y de gran calidad. Gracias a este producto fue nombrado Proveedor Ofi-

cial de los Teatros Imperiales de Francia. Entre los numerosos artículos que desarrolló después, destaca el primer rubor en polvo, el famoso *rouge* de Bourjois, que fue una verdadera revolución por su textura, gracias a que se podía emplear de diversas maneras: para dar color en los pómulos, como sombra en los párpados y, humedecido, como perfilador o matizador de la barra de labios.

Fuente www.el-mundo.es/magazine/2003/206/1062756467.html



Foto www.altavista.com

Un baño legendario

Por su belleza, la reina más célebre de la historia fue Cleopatra, soberana de Egipto. Son legendarios sus baños con leche de burra, a los cuales se atribuye su hermosura. Seguramente en su tiempo se desconocía el sustento científico de este tratamiento de belleza, pero hoy, gracias a los avances científicos, se conoce la razón: la leche de burra, como la leche de otras especies animales, contiene ácido láctico y aminoácidos; mientras éstos protegen la piel contra las agresiones del ambiente, el ácido láctico elimina las células envejecidas e hidrata la piel, dándole un aspecto saludable.



Max factor saludando a Gladys Zender en Hollywood

Bara, entonces famosa actriz del cine mudo, que actuó en películas como *Cleopatra* (1917) y *Madame Mystery* (1926), causó sensación al aparecer en la pantalla maquillada de una manera que hoy nos parecería exagerada. La responsable de esto fue Helena Rubinstein, quien desarrolló el rímel y los polvos de colores, retomó las sombras de color en los ojos y acentuó la boca al enfatizar el uso del lápiz labial rojo.

Sin embargo, a Max Factor se le considera el padre del maquillaje moderno, pues este maquillista polaco llegó a Hollywood en 1908 para contribuir a la industria con productos como la polvera, con la que las mujeres podían retocarse el maquillaje dondequiera que estuvieran.

Aquéllos fueron años de cambio en el terreno de la belleza, cambio sustentado mediante diversas campañas publicitarias que abarcaron cuatro décadas (de 1910 a los años 50), en las que a las mujeres se les informó que podían ser más atractivas con el ejercicio, la alimentación y el uso apropiado de los cosméticos y productos para el cabello.

El lápiz labial, un cosmético imprescindible

El lápiz labial, tal como lo conocemos ahora, nació en 1895 en Francia. La "pomade en baton", como se le denominaba, era elaborada con sebo y cera de abejas. Sin embargo, según algunos hallazgos arqueológicos, el maquillaje para labios era habitual entre sumerios, egipcios, asirios, babilonios, persas, griegos y romanos.

En la actualidad, el lápiz labial se ha convertido en un elemento imprescindible en la vida de una mujer. ¿A qué se debe su popularidad? En gran medida, a que es un accesorio que puede llevarse prácticamente a cualquier parte y a que es responsable de un notabilísimo cambio de apariencia.



Foto Archivo



Foto Archivo

Psicología

Crisis personales y maquillaje

La psiquiatra Mireya Márquez comenta que en momentos de crisis, ya sea por la pérdida del empleo, por la muerte de alguien muy cercano o por un rompimiento amoroso, todos reaccionamos de diferente manera. Esto está relacionado con algo denominado "mecanismo de afrontamiento", es decir, con la manera de enfrentar o manejar el estrés. En situaciones de estrés algunas personas abandonan todo, no les importa su apariencia personal. Por ello, hay quien suele decir: "Ahora que estoy más deprimida es cuando más me voy a arreglar porque no me voy a dejar". Estas reacciones se asocian con una manera de ser, con una manera de lidiar con los problemas, que se refleja no sólo en el maquillaje sino en la actitud ante la vida. El maquillaje es una expresión más de esta actitud.



El dinero

La necesidad de verse bien es tan generalizada que la gente siempre invertirá una proporción muy importante de sus ingresos para el mejoramiento de su apariencia. Recordemos que todos los cosméticos, baratos o caros, ofrecen la posibilidad de embellecerse. Además, comprar cierto tipo de marcas da estatus: una mujer u hombre con un ingreso económico importante no va a usar una marca económica sino una que incluso comprará en un lugar en el que también sea importante el estatus.

Foto Archivo

Bonitas y no agradecidas

Todas las mujeres están expuestas a la presión social y a la de la mercadotecnia, y consumen una enorme cantidad de productos.

Si una mujer muy bonita descubre que la mejor manera de obtener satisfactores es mediante la belleza, hará lo necesario por explotar su atractivo al máximo posible. Pero también existe la mujer no tan agradecida que descubre otras maneras de competir para obtener los mismos satisfactores.

Pero si esta última mujer se desarrolla en un medio en el que la belleza es el valor primordial, hará lo que sea necesario para parecer bonita. La psiquiatra Mireya Márquez opina: "Claro, si nos vamos a un plano patológico, hay enfermedades en las que desde el punto de vista psiquiátrico hay una distorsión de la imagen corporal. En estos casos, no importa qué apariencia real tengan estas mujeres, porque siempre encontrarán un defecto que las llevará a embarcarse en una serie de estrategias muy riesgosas con tal de ser bellas, entre ellas, practicarse cirugías plásticas".

Fuente Entrevista con la psiquiatra Mireya Márquez, terapeuta de Médica Sur

Dermatología

Cosméticos y acné

Cuando existen problemas de acné, es importante que el tiempo en que se usa el maquillaje sea el estrictamente necesario. Para la población que tiene o puede desarrollar estos problemas, los cosméticos no deben dejarse todo el día ni mucho menos se debe dormir con ellos. El doctor Vázquez declara: "Lo que recomien-

do a mis pacientes es que si invierten quince minutos para aplicarse el maquillaje, que inviertan otros diez minutos para quitárselo bien. Para retirar el maquillaje lo mejor posible, les recomiendo una leche desmaquillante, o incluso crema sólida. Al final, es necesario quitarse los residuos con agua y jabón".



Ilustración Mónica Miranda

Tipo de maquillaje según la edad

Las mujeres muy jóvenes no deben aplicarse cosméticos líquidos o de base grasosa u oleosa. "En términos generales, los más apropiados para alguien que empieza a usar maquillaje son los productos en polvo, pero se debe buscar en la etiqueta la aclaración de que no producen acné. Además, es importante que los productos se mantengan en buen estado en una cosmetquera que evite que se maltraten o se expongan al sol, porque podría alterarse la composición química de algunos ingredientes y causar problemas", nos comenta el doctor Vázquez. "Otra recomendación es que se deben evitar los productos que entran de contrabando. Si no se conoce la calidad de un producto, es mejor evitarlo, porque muchas mujeres se aplican cosas de las que se desconoce su origen y nosotros los dermatólogos nos quedamos con la duda de qué fue lo que causó algún daño".



Foto Archivo

Lesiones causadas por cosméticos

Si bien existe la percepción generalizada de que los cosméticos embellecen, paradójicamente también pueden dañar la piel. Al respecto, el doctor Aaron Vázquez, dermatólogo del Centro Médico Nacional Siglo XXI, nos dice que "los cosméticos que se aplican en el rostro pueden producir principalmente dermatitis de tipo irritativa, como enrojecimiento, escamas que pueden estar asociadas a comezón y ardor. También observamos reacciones alérgicas en las que la piel sufre una inflamación a consecuencia de intolerancia a alguno uno de los componentes de los cosméticos". Además, agrega: "la manera en que se aplican los cosméticos también puede dañar la piel debido, entre otras razones, a que se emplean pinceles inadecuados. De igual forma, el uso frecuente de algunos cepillos faciales puede lastimar la capa más superficial de la piel, alterar el manto ácido y producir irritación. Al respecto, la frecuencia de la aplicación puede ser definitiva: algunas personas se aplican varias veces al día sus cosméticos, con el consiguiente daño a la piel", alerta el doctor.

Sin embargo, sólo un porcentaje muy bajo de la población es susceptible de padecer estas lesiones: "Hablamos de gente que empieza a maquillarse desde muy temprana edad, a los 14 o 15 años, periodo en el que la piel es demasiado joven; también sucede en gente de edad avanzada que toma medicamentos y que debe tener cuidado con exponerse prolongadamente al sol; por último, estas lesiones también pueden presentarse en gente con una historia de padecimientos de la piel".

¿Cosméticos o medicamentos?



Foto Archivo

En relación con la evolución de los cosméticos, se cree que cada vez son mejores. Por ejemplo, desde hace más de diez años muchos cosméticos contienen sustancias que protegen de los rayos ultravioleta, tales como filtros solares o pantallas solares que protegen la piel de estas radiaciones.

"Está comprobado que estos productos retrasan el proceso de fotoenvejecimiento y que algunos contienen sustancias que aclaran la piel día con día o que incluso quitan manchas. En países como Japón o Estados Unidos estos productos ya no son sólo cosméticos gracias a que no sólo embellecen la piel, sino que modifican su estructura. Todavía no están clasificados como medicamentos, pero en Estados Unidos se les menciona como pseudomedicamentos (*pseudodrugs*) o incluso como *cosmeticeuticals*, es decir, productos que pueden alterar la estructura de la piel gracias a sustancias como la hidroquinona".

Las cremas de día o algunos maquillajes contienen pantallas solares, vitaminas E y C, que bloquean el efecto de radicales libres y frenan el proceso de envejecimiento. De acuerdo con el doctor Vázquez, además de su función cosmética, ahora también tienen un efecto benéfico en la piel y potencialmente pueden hacer que mejore la apariencia. Sobre todo en los productos de ciertos laboratorios.

¿Con filtro solar?

"No debemos caer en el juego de los laboratorios porque muchos productos contienen filtros solares, pero no dejan de ser un *cosmético con filtro solar*. Muchas veces desconocemos qué factor de protección solar tiene ese cosmético. La gente que se aplica un cosmético de este tipo cree que está adecuadamente protegida contra el sol y se sobreexpone, con los consiguientes problemas. En relación con los filtros solares, recomendamos los que contengan un factor de protección solar de por lo menos 15, y si se puede más alto: 40, 50 y hasta de 100. Muchos cosméticos contienen filtros solares, pero el factor de protección solar que ofrecen puede ser 2, 8, 10... Sí protegen, pero eso no es una protección completa", señala el doctor Vázquez.

Foto Archivo

Para cuidar la piel

Debemos recordar que el envejecimiento de la piel es un proceso inevitable en el que poco a poco ésta pierde elasticidad y disminuye su capacidad para retener agua, por lo que es inevitable que con el tiempo se arrugue. La mejor forma de protegerse de los rayos del sol es utilizar cremas hidratantes, lavar la cara con un jabón suave, no fumar, llevar una alimentación sana y equilibrada, beber agua suficiente, evitar el alcohol, hacer ejercicio y dormir lo suficiente para que los tejidos descansen y se renueven.

Pero si aún así desea someterse a un tratamiento cosmético, entonces busque la asesoría de un médico sobre la eficacia, duración, posibles efectos secundarios, contraindicaciones, etcétera, o acuda a centros de los que tenga alguna referencia de personas que hayan obtenido buenos resultados.



Ilustración Mónica Miranda

Fuente Entrevista con el doctor Aarón Vázquez, dermatólogo del Centro Médico Nacional Siglo XXI

La industria

Cifras mundiales

La industria mundial de los cosméticos es muy importante debido a la cantidad de dinero que mueve en investigación y en ventas. En **2002** se vendieron en el mundo casi **180 mil millones de dólares** en productos de belleza. Sólo en Estados Unidos sus ventas fueron de **45,158 millones de dólares**, de los cuales, **7,903 millones (17.3%)** correspondieron al maquillaje. Por su parte, Latinoamérica gastó en perfumería y cosmética **17,031 millones de dólares**, de los cuales **1,839 millones** correspondieron al maquillaje.

La industria en México

Es importante destacar que si bien una parte importante de los productos para la belleza que consumimos los mexicanos se fabrican en México, un porcentaje muy alto se elabora con ingredientes importados.

De acuerdo con datos de la Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene (Canipeec), entre enero y mayo de 2003 las importaciones mexicanas totales de productos de perfumería y belleza ascendieron a casi 27 millones y medio de kilos. Esta cantidad se distribuye entre los socios de la Canipeec (casi 8 y medio millones) y los no socios (aproximadamente 19 millones). La cantidad pagada en aduana por estos productos ascendió a casi 2,186 millones de pesos, de los cuales los socios Canipeec pagaron aproximadamente 850 millones, en tanto que los no socios pagaron poco más de 1,335 millones.

Cabe señalar que gran parte de las ventas de productos de belleza (en el caso de México, más de 30%) las hacen personas que los distribuyen en forma directa, es decir, puerta por puerta.

Fuente Maestro Jesús Sánchez Arciniega, Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM
• Memoria Estadística 2002, Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene [CANIPEC], México, 2003

Fecha de caducidad

Igual que la leche, los jugos, las salsas y otros productos, dentro de los países de la Unión Europea los cosméticos también tendrán fecha de caducidad en sus etiquetas.

A principios de septiembre de 2003 la Comisión Europea aprobó una iniciativa en la que se establece que a partir de 2005 en todos los productos que tengan una duración de más de 30 meses deberá aparecer un símbolo (el dibujo de un bote de crema abierto) acompañado por la indicación del número de meses o de años aconsejables para su utilización después de abiertos. Esta medida está destinada sobre todo a los productos que al ser abiertos y entrar en contacto con el medio ambiente empiezan a degradarse, por lo que podrían ser dañinos debido a la contaminación microbiológica. Lo anterior puede ser el punto de partida para que esta disposición se extienda globalmente.

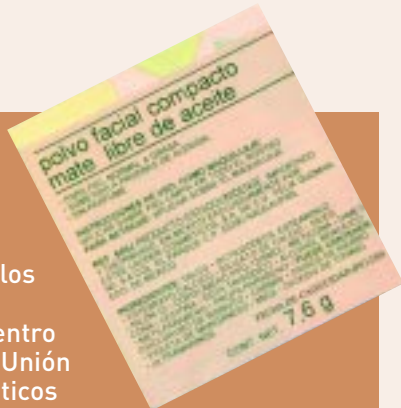


Foto Archivo

Cosméticos que no son cosméticos

Como hace miles de años, se siguen utilizando sustancias venenosas en la elaboración de cosméticos. El 22 de mayo de 2001 la Dirección General de Comercio y Consumo del gobierno de Cataluña, en España, informó que se han detectado algunos productos vendidos como cosméticos que incluyen en su composición sustancias no permitidas que podrían ser un riesgo para la salud de las usuarias. Algunos productos contienen compuestos de corticoides o incluso sales de mercurio, sustancias prohibidas como componentes de cosméticos debido a que podrían irritar e incluso quemar la piel. La venta de estos productos se ha detectado principalmente en países del norte de Europa.

¿Publicidad engañosa?

Un estudio de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), de España, publicado en el número de diciembre de 2001 de su órgano de difusión *OCU-Salud*, denunció la escasa efectividad de las cremas cosméticas antiarrugas, así como los efectos secundarios de algunas sustancias, tales como el retinol o los alfa-hidroxiácidos, que pueden producir irritación e hipersensibilidad en concentraciones elevadas, si bien en dosis bajas pueden favorecer la exfoliación y producción de células nuevas.

La citada publicación señala que las cremas cosméticas antiarrugas "no son en la mayor parte de los casos más que ilusión a precios muy elevados".

Fuentes Brief History of Beauty and Hygiene Products <http://scriptorium.lib.duke.edu/adaccess/cosmetics-history.html> • Amazonia: cosméticos verdes http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/science/newsid_2193000/2193863.stm • Cremas cosméticas antiarrugas: "ilusión a precios muy elevados" <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2002/12/04/dermocosmetica/1039028225.html> • A natural for cosmetics <http://www.forbes.com/global/2001/0319/055.html> • Entrevista con la química Norma Reyes, de la Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador e Higiene (CANIPEC)



Foto Archivo