

AR

LA REVISTA DE
ANA RO
QUIN

Nº76 FEB

2,50€ /
CANARIAS
2,65€

moda

ZAPATOS QUE
NOS VUELVEN
LOCAS....

**GUÍA AL
ROJO VIVO**

ESCAPADAS, LIBROS,
RESTAURANTES, HOTELES,
DISCOS... ¡PARA VIVIR
SIEMPRE ENAMORADA!

Mujer del año 2007

MARÍA
ALVENTOSA,
fundadora
de la ONG
'Mano a Mano'

"El mundo
necesita
toneladas
de ayuda.
Todos
deberíamos
aportar
algo"

¡Sin límites!

Prueba a...
comprometerte
con una
utopía, volar
al paraíso,
reírte a
carcajadas
o vivir de la
poesía



Cosmética

bio

Lo natural está conquistando también el mundo de la belleza. Pero ¿qué diferencia hay entre cremas naturales bio o ecológicas? Resuelve tus dudas y atrevete a meterte en este jardín

Texto: MARÍA DEL MAR PEITEADO

Cosmética bio, eco, natural... Cada vez estos términos nos son más familiares, pero ¿significa todo lo mismo? Natural es cualquier crema que lleve algún ingrediente vegetal. Sin embargo, los términos biológico y ecológico, aplicados a la cosmética, funcionan como sinónimos y se refieren a cremas con ingredientes vegetales en cuyos cultivos no se han utilizado ni pesticidas ni abonos petroquímicos (derivados del petróleo). Además, en su formulación no llevan colorantes, ni conservantes, ni ingredientes sintéticos. Giorgios Korres, fundador de Korres Natural Products, considera que es complicado dar una definición: "Muchas firmas, por utilizar un 0,5% de una hierba, ya llaman a sus productos 'cosmética natural'. Igual pasa si hablamos de cosmética biológica: hay firmas que elaboran productos con mucha base química, pero si un 1% de la fórmula es rosa silvestre cultivada biológicamente, ponen en el producto: '100% rosa de cultivo biológico', y es cierto, el 100% de rosa que tiene es de ese tipo de cultivo, pero eso es sólo una ínfima parte de la fórmula total. Ése es el motivo que hace que la comunicación de los productos a veces sea engañosa". Catarina Teixeira, Directora de Marketing y Comunicación de Dr. Hauschka España, se manifiesta en el mismo sentido y dice que muchas marcas se están subiendo a este carro porque lo natural vende, y por eso estampan magníficas fotos de plantas medicinales en su *packaging* y hacen atractivas campañas de publicidad. "Pero -advierte- la calidad de un producto natural reside, sobre todo, en su base y no sólo en su principio activo. Lo que sucede es que, ante el →

Mira la etiqueta de ingredientes para asegurarte de que es un producto natural



Mascarilla para pieles grasas, con arcilla blanca que absorbe el sebo y un derivado de canela que equilibra las secreciones (22 €/60 ml), de Korres.

A photograph of a lavender field in the foreground, with a rustic stone building in the background. The lavender plants are in full bloom, showing their characteristic purple color. The stone building has a dark arched doorway and is surrounded by greenery. The overall scene is bright and sunny, suggesting a rural or farm setting.

Diccionario verde

COSMÉTICA NATURAL: Se refiere a cualquier producto que incluya algún ingrediente vegetal, sea en el porcentaje que sea.

COSMÉTICA BIO: Es la elaborada con activos vegetales en cuyos cultivos no se han utilizado pesticidas ni abonos químicos. Además, son productos sin colorantes, conservantes, perfumes sintéticos, aceites minerales ni sustancias animales.

COSMÉTICA ECO: Es sinónimo de bio. "Fuera de España se ha utilizado siempre el término 'bio' —explica Ulrike Weber, Directora de Marketing de Weleda España—, pero la falta de regulación para el uso de este término en productos alimenticios que vivió España hace pocos años, y la confusión que generó entre los consumidores, hizo que muchas marcas prefirieran la denominación ecológica frente a la biológica".

AGRICULTURA ECOLÓGICA: También se llama orgánica o biológica. Utiliza de manera responsable los recursos de la naturaleza sin emplear pesticidas ni fertilizantes químicos o transgénicos.

AGRICULTURA BIODINÁMICA: Cumple lo mismo que la ecológica pero va más allá. "Comenzó a desarrollarse en Alemania en 1924 —explica Catarina Teixeira, Directora de Marketing y Comunicación de Dr. Hauschka España—. Se basa en la antroposofía, una filosofía que defiende la idea de la influencia del cosmos en plantas y animales. Las semillas, el abono y la tierra de siembra son de producción propia. Todo el trabajo se realiza de forma natural, teniendo en cuenta el calendario lunar y planetario. Las plantas crecen más fuertes y vitales. Esta agricultura pasa por tres controles para garantizar su calidad: la Asociación Demeter (una organización ecológica que agrupa a tres mil productores de 40 países), la asociación biotecnológica suiza Swissbio y la Unión Europea, en el marco de su norma 2092/91, sobre agricultura biológica". Los productos de Dr. Hauschka llevan este aval de garantía.

La tendencia a un consumo responsable y el compromiso con el entorno han llevado al mercado hacia una belleza más natural



→ vacío legal, cualquier marca se puede proclamar natural sólo por tener mínimas cantidades de un activo 'verde'. El consumidor tiene que ser crítico y aprender a leer las etiquetas".

No obstante, la parte positiva es que, como el mercado está tomando esta dirección, las marcas utilizan más ingredientes naturales en sus composiciones.

¿ES SOLAMENTE UNA MODA?

Realmente lleva 20 años desarrollándose en Europa y Estados Unidos. En opinión de María Fernández de Gorostiza, responsable científica de Sanoflore, "se trata de una tendencia de fondo que se define por tres actitudes de las consumidoras: una búsqueda de lo natural (considerado como lo más saludable), un consumo más responsable, y un compromiso ecológico y ético con el mundo que nos rodea". Pierre Bancon, Director de Aveda España, ve el auge de la cosmética natural como "una evolución lógica del mercado: cada día somos más conscientes de la situación socioambiental del mundo en que vivimos". Ulrike Weber, Directora de Marketing de Weleda España, añade que, además, es una "oportunidad para el consumidor de cuidar su entorno y mejorar su calidad de vida y la de otras personas a través de los acuerdos de comercio justo, sin renunciar a un cosmético eficaz y de muy buena calidad".

BUENA PARA LA SALUD

La utilización de plantas en belleza tiene 4.000 años. Y, aunque en la década de los 70 y los 80 se creía sólo en los métodos de belleza avalados por la ciencia, ahora abunda la idea de que una vuelta a lo natural es buena para la salud. "Lo realmente bueno no es ni lo químico ni lo natural, sino el equilibrio, utilizar la ciencia para conseguir cosméticos cada vez más naturales", apunta Giorgos Korres. Ulrike Weber, de Weleda, asegura que la piel, incluso la más sensible, tolera mejor los cosméticos naturales porque llevan ingredientes afines a su estructura, lo que minimiza el riesgo de alergias y de efectos secundarios. "En el caso de los bebés -añade Ulrike- es aún más importante utilizar productos naturales, ya que su piel es cinco veces más fina que la de un adulto y más permeable a las sustancias que se aplican sobre ella". Korres está preparando para finales de 2008 una línea específica para bebés por la demanda de muchas usuarias que están siendo madres. "La experiencia sensorial que aportan estos productos, gracias a sus texturas generosas con perfumes 100% naturales, es también una importante fuente de bienestar", remata María Fernández de Gorostiza, de Sanoflore. →



Agua Reina de Hungría, tónico antiedad para el cuerpo (43 €), de Alqvimia. Vanilla Cinnamon, gel de ducha con vitaminas (9 €), de Korres. Leche corporal de espino amarillo, regenerante (12 €), de Weleda.

Los cosméticos naturales producen menos alergias y son tolerados hasta por las pieles más sensibles



Loción floral tonificante, ideal para desmaquillar (13 €), de Sanoflore. Smooth Infusion, champú de aloe y maíz que hidrata y suaviza (19 €), de Aveda. Crema de rosas, calma la piel seca y sensible (24 €), de Dr. Hauschka.

Sólidos y desnudos

La firma Lush ha iniciado una campaña mundial antiempaquetado, que aboga por los cosméticos 'desnudos', sin envoltorio. Para eso los vendedores, vestidos tan sólo con un delantal, repartieron octavillas detallando el impacto medioambiental del empaquetado de cosméticos: constituye el 2% de los gases responsables del efecto invernadero y en España genera 6.720.000 toneladas de basura al año. Como resultado de la venta de nuevos cosméticos sólidos (barritas de champú, geles en formato gelatina) y desnudos, el año pasado se dejaron de fabricar, transportar y eliminar tres millones de botellas de plástico.



Mira bien la etiqueta

Para saber si un cosmético es más o menos natural, hay que leer la etiqueta. La Comunidad Europea dictó en 1996 la Nomenclatura Internacional de Ingredientes Cosméticos (INCI), que obliga a enumerarlos todos.

- En primer lugar, hay que distinguir entre la etiqueta frontal (de tipo publicitario) y la lista de ingredientes, que suele aparecer en la parte trasera del envase y en letra más bien pequeña.

- La primera observación a tener en cuenta es que el activo presente en mayor cantidad es el que aparece en primer lugar en el listado de ingredientes. Así, un producto que vende ser de aloe vera deberá llevar este ingrediente encabezando la lista.

- Es importante distinguir la naturaleza de los ingredientes, que se formulan siempre en términos latinos o con nomenclatura química. En general, los de origen latino hacen referencia a materias primas vegetales (*Aloe Barbadensis*, para el aloe vera, o *Butyrospermum Parkii* Butter, para la manteca de karité), aunque también pueden aparecer en latín elementos químicos peligrosos, como los aceites minerales (*Paraffinum*) o los derivados del petróleo (*Petrolatum*). Los componentes que incluyen las sílabas cloro, bromo o iodo, anilín, phenol o phenyl, entre otros, delatan química.

- Un buen producto cosmético no necesita nunca más de 30 ingredientes.



• **Aceite Seco**
• **70% Jojoba,**
• **con pepita**
• **de albarico-**
• **que, hidrata**
• **cuerpo y**
• **cabello (10**
• **€/200 ml),**
• **de Naetura.**




¿TODO PUEDE SER NATURAL?

Para estas firmas el futuro de la cosmética que elaboran está en eliminar los ingredientes poco puros que contienen sus productos, sin faltar a la seguridad y eficacia de los mismos. No obstante hay productos más difíciles de 'naturalizar' al 100%. "En Korres -confiesa Giorgios- los productos que menos biología tienen son los de maquillaje, y alguno de *stiling* para el pelo que, aunque sea de yuca, tiene que tener algo de química".

En el otro extremo están los denominados 'espagíricos' de la firma Alqvimia. "Son cuatro productos que se siguen elaborando hoy día de forma totalmente tradicional", explica Xavier

Caparrós, responsable de Calidad de la firma. Uno de ellos es el *Agua de la Reina de Hungría*, con una base de tintura de romero que se obtiene a partir de un proceso muy elaborado de maceraciones a la luz del sol y de la luna, y calcinaciones de la planta de romero para obtener minerales. En última instancia se añade el perfume, a base de aceites esenciales naturales, y se realiza una última maceración.◊

Las fórmulas de los productos de maquillaje o de 'stiling' para el pelo es más difícil que puedan ser 100% biológicas



En tres años se espera que haya una plataforma única que certifique la calidad y autenticidad de la cosmética natural

Una asignatura pendiente

Las firmas que intentan hacer una cosmética natural, echan de menos la existencia de una plataforma única que certifique la calidad de sus productos. En este sentido, Weleda, junto con otras marcas entre las que se encuentra Dr. Hauschka, ha creado la iniciativa Natrue, a fin de que se desarrollen directivas europeas que regulen la cosmética natural y el uso de los términos 'bio' y 'eco', y conduzcan a la creación de un sistema de certificación internacional. Actualmente existen varios sellos en distintos países con exigencias diferentes:

- Francia: Ecocert (www.ecocert.com). Es la certificación que más importancia da al contenido orgánico. Otorga dos tipos de sellos: ECO, en caso de cosméticos naturales, y BIO, para los productos naturales y orgánicos. En ambos casos el contenido de ingredientes naturales debe ser del 95%. Sanoflore tiene este sello y también el de Cosmebio, una asociación que colabora con Ecocert.

- Alemania: BDIH (www.bdi-h.de). Es la organización más estricta. Prácticamente piden que el 100% de los ingredientes sean naturales. Todos los productos de Weleda están certificados con el sello "Producto cosmético natural controlado", otorgado por esta asociación. Los productos de Dr. Hauschka también tienen esta certificación.

- Reino Unido: Soil Association (www.soil-association.org). Es un certificado que se concede en agricultura y es muy estricto. Entre otras cosas, exige no tener GMO (organismos modificados genéticamente), no testar en animales y ser orgánicos. Además, los extractos tienen que prepararse con disolventes también orgánicos.

- Italia: AIAB (www.aiab.it). Exige no tener GMO (organismos modificados genéticamente) y prohíbe la utilización de ciertas materias primas.

- Países nórdicos: Swan Label (www.svanen.nu). Es una certificación muy estricta, aunque no muy popular en Europa en comparación con las cuatro anteriores.

- Estados Unidos: No hay una normativa sobre productos orgánicos de cuidado personal; lo que se certifica son las materias primas. Por ejemplo, el centro de producción de Aveda (Minnesota) tiene la certificación de la Quality Assurance International, según la normativa de alimentos orgánicos.

La cantidad de sellos con diferentes exigencias tiene muy confuso a todo el mercado. Pero la parte positiva es que hace cinco años a nadie le importaba esta cuestión y ahora, al menos, hay cierta inquietud que acabará derivando en una regularización. Los expertos calculan que en tres años todo estará más claro.