

Edição 122 - Março/Abril 22

Uma publicação da ABISA - Associação Brasileira de Produtos de Higiene & Limpeza e Afins - www.abisa.com.br



OUTUBRO É O MÊS DA ABISA!

Todos juntos em Salvador...

Que a gente não deixe de acreditar no futuro por culpa das dificuldades do presente, porque não importa o tamanho do desafio, mas sim a grandeza da união! Não sabemos com certeza o que acontecerá, mas estamos preparados e fortalecidos.

SOMOS UM GRANDE
TIME!



ABISA 20
N O R D E S T E 22

9/10 A 11/10

GRAN HOTEL STELLA MARIS
SALVADOR - BA

CARTA EDITORIAL

A ANSIEDADE DA RETOMADA...

Por Zoé Morés - Jornalista

Houve tanta incerteza, tanta confusão no ano passado, que muitos começaram a questionar silenciosamente, se as coisas voltariam ou não ao normal. Agora, parece que essas dúvidas finalmente estão diminuindo, e podemos sentir a confiança de um mercado saudável começando a ressurgir.

Após dois anos e meio vivendo essa realidade, o momento agora começa a se transformar mais uma vez. Com o avanço da vacinação no Brasil, a maioria dos estados já estão preparados para a retomada dos eventos no formato presencial. E nós da ABISA também estamos prontos!

- ABISA SUDESTE — CAMPINAS, SÃO PAULO
11 E 12 DE MAIO
- ABISA NORDESTE — SALVADOR, BAHIA
09 A 11 DE OUTUBRO

É um desejo que extrapola o mundo corporativo, uma vez que a grande maioria dos brasileiros sente falta da proximidade humana. Entretanto, apesar de toda a vontade, o momento deve ser de cautela, porque esse retorno, mesmo sendo vital para a maioria das empresas, ainda deve seguir alguns critérios e normas de segurança.

Aproveito para convidar você a participar dos nossos eventos...venha receber nosso abraço e brindar a oportunidade que tivemos de recomeçar...



“QUE SEJAMOS
HARMONIA E
COOPERAÇÃO EM VEZ
DE CONFLITOS”

SUMÁRIO

3	CARTA EDITORIAL – A ANSIEDADE DA RETOMADA...	ESTRESSE E ANSIEDADE: ARMADILHAS DO INICIO DO ANO	6
10	A POLÊMICA DO SULFATO NOS PRODUTOS DE BELEZA	COMO FIDELIZAR CLIENTES NA ERA DIGITAL?	12
14	A INTERNET DO DINHEIRO	O METAVERSO VAI TRANSFORMAR OS HÁBITOS DE CONSUMO DE MODA E BELEZA?	18
22	ATENÇÃO EMPRESAS: NOVA CLASSIFICAÇÃO DO BURNOUT ACENDE SINAL DE ALERTA	ÁCIDO GLICÓLICO ESTÁ ENTRE OS CINCO ATIVOS MAIS BUSCADOS EM CUIDADOS FACIAIS	24
26	MAQUIAGEM PARA OS LÁBIOS NA ERA DAS MÁSCARAS E APÓS ELA	BELEZA E FERMENTAÇÃO: A GRANDE TENDÊNCIA DE 2022?	30
32	PULSO DE VERÃO TRAZ AS TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO PRIMEIRO TRIMESTRE	PESQUISA REVELA QUE MULHERES A PARTIR DE 55 ANOS ESTÃO MAIS SATISFEITAS COM A PRÓPRIA PELE DO QUE AS MAIS JOVENS	36
39	OLHOS: GUIA DEFINITIVO PARA CUIDAR DA PELE DA REGIÃO	SALÃO CES 2022: INDÚSTRIA DE BELEZA OFERECE NOVAS EXPERIÊNCIAS COM O METAVERSO	40
42	2022 SERÁ UM ANO DIVISOR DE ÁGUAS PARA A ADOÇÃO DA IA	OS DESAFIOS DO CLAREAMENTO DAS REGIÕES DAS DOBRAS	46
48	EGOWELLNESS: QUAL O LIMITE ENTRE CUIDAR DE SI E TER COMPORTAMENTOS EGOÍSTAS?	MAQUIAGEM: APROVEITAR A INFINIDADE DE CORES QUE O MUNDO VEGETAL OFERECE	52
56	10 TENDÊNCIAS DE CABELO PARA 2022	SKINCARE PARA PELES NEGRAS: CONHEÇA OS CUIDADOS ESSENCIAIS PARA O ROSTO E CORPO	60
62	PADRÕES DE BELEZA: EXCESSO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS PODE SER UM REFLEXO DAS NOSSAS EMOÇÕES		

ESTRESSE E ARMADILHAS DO ANSIEDADE INÍCIO DO ANO

A COMBINAÇÃO DE EXCESSO DE EVENTOS SOCIAIS, MAIOR VOLUME DE CONTAS A PAGAR, FRUSTAÇÕES DO ANO ANTERIOR E EXPECTATIVAS DOS 12 MESES QUE VIRÃO PODEM SER GRANDES GATILHOS PARA ESTES PROBLEMAS.

O fim de ano costuma estar associado a um período de celebração e descontração, pois é marcado pelo Natal, réveillon e férias escolares. No entanto, o término e início de um novo ano escondem também gatilhos para o desencadeamento de quadros de ansiedade e estresse. A combinação de expectativas sobre o próximo ano, volume de contas a pagar e frustrações acumuladas no ano anterior podem ser danosas para a saúde mental.

“Nessa época do ano é sempre frequente o aumento de estresse, não só pelo aumento de contas, mas também a demanda nesse momento pelos entes queridos e pelas festas. Tanto a presença de familiares pode demandar emocionalmente, quanto a ausência deles pode denunciar para essa pessoa a solidão ou os fatores emocionais mais frágeis do indivíduo”, explica o psiquiatra, coordenador da Psiquiatria do Hospital 9 de Julho, Dr. Nikolas Heine.

De forma já esperada pelos especialistas, a ocorrência de ansiedade e estresse sofreu significativo aumento desde o início da pandemia. Entre os meses de abril e maio de 2020, o Ministério da Saúde (MS) deu início a uma pesquisa para avaliar a saúde mental da população. Na primeira etapa, mais de 17 mil brasileiros participaram do estudo e um dos resultados foi preocupante: 86,5% dos entrevistados estavam enquadrados em algum tipo de ansiedade patológica.

“Há estudos que apontam que, durante as

Fonte: Guia da Farmácia

epidemias, o número de pessoas cuja saúde mental é afetada tende a ser maior do que aquelas atingidas pela doença propriamente dita. As implicações na saúde mental são as que duram mais tempo e têm maior prevalência do que a própria epidemia”, revela a psicóloga da Clínica Personal da Central Nacional Unimed, Paula Diniz Vicentini. Além disso, todo o processo pandêmico pode intensificar os sintomas daqueles com predisposição a desenvolver desordens psíquicas preexistentes.

A ANSIEDADE

Para destrinchar os impactos que a ansiedade e o estresse causam, o primeiro passo é entender a diferença entre eles. De acordo com a psicóloga clínica e comportamental Osmarina Vyel, a ansiedade pode ser gerada por vários fatores. Entre os mais comuns estão má alimentação, falta de atividade física, pouca conexão com a natureza, excesso de ingestão de estimulantes, como café e álcool, além de tempo excessivo na frente das telas e pouca maturidade em saber planejar e saber esperar.

“A pessoa ansiosa está presa no mundo dos desejos e impulsos. Quer muito, mas não sabe conquistar, além de não confiar em si mesma e em suas habilidades. Geralmente, são pessoas com pouca disciplina em seus propósitos, descrentes que são elas que geram resultados em suas vidas. Sempre acreditam que a solução virá sem dedicação e foco. Este tipo de pensamento e comportamento leva à frustração”, comenta.



O ESTRESSE

Já o estresse é comumente associado ao Transtorno do Estresse, que pode ser agudo, quando registrado por alguns dias; adaptativo, se persistente por até um mês; ou pós-traumático, quando é recorrente.

Segundo o Dr. Heine, existem quatro estágios do estresse. O primeiro deles envolve sintomas ansiosos. São eles: falta de ar, pressão no peito, taquicardia, tremor, sudorese, preocupação excessiva, alterações do sono e apetite.

A segunda dimensão traz os sintomas depressivos, como tristeza, falta de vontade, desânimo, alterações de sono e uma sensação de desvalia. Enquanto na terceira dimensão de sintomas o indivíduo tende a apresentar sintomas psicossomáticos, tais quais tensão nas costas, nos ombros, dor ao longo da coluna, tontura, zumbido, dor de cabeça, eventos de desmaio e alterações gastrointestinais (diarreias, dores de estômago, refluxo).

“A quarta dimensão de sintomas eu vou chamar de sintomas impulsivos: o sintoma pavio curto, um comportamento mais explosivo, ou os abusos de substâncias”, descreve o Dr. Heine.

O não planejamento da rotina, seja das tarefas cotidianas ou de ordem financeira, e problemas quanto à percepção de limites, podem ser gatilhos para o surgimento de quadros de estresse. E o início de um novo ano amplifica as consequências desses compartimentos. Esperam-se novos horizontes, sem mudança de atitudes.

“Não somos educados a aprender com as nossas próprias experiências, por isso acumulamos frustrações, decepções, mágoas e acabamos nos posicionando no vitimismo. Pulando de galho em galho, de uma coisa para outra, buscando uma brecha fácil na tentativa de fugir das responsabilidades do autodesenvolvimento e, sem perceber, a pessoa tece a própria teia de problemas, dificuldades e conflitos que parece não ter mais saída”.

PRINCIPAIS SINTOMAS E SUAS EXPLICAÇÕES

Afastamento social e certa aversão a tocar em assuntos que exijam demanda emocional, como

dívidas, podem ser os primeiros sinais de que a saúde mental está fragilizada.

Outro elemento bastante comum e que deve ser visto como sinal de alarme é o chamado “pavio curto”. Ou seja, o comportamento fica mais explosivo e pode estar associado ao aumento do consumo de álcool e outras substâncias.

“No começo e meio da pandemia, vimos aí um aumento das garrafas de vinho na área de lixo dos condomínios, demonstrando em massa um estresse que todos estavam passando”, lembra o Dr. Heine.

Confira a seguir mais alguns sintomas comportamentais comuns em quadros de ansiedade e estresse:

1. DISTÚRBIOS DE SONO

À noite, ao colocar a cabeça no travesseiro, os pensamentos começam a fazer o processamento de tudo que vivenciou ao longo do dia. Quando se desliga o piloto automático que executa as atividades do dia a dia, a mente fala mais alto e vem a necessidade de resolver pendências, surgindo sentimento negativos, como culpa, medo, insegurança e angústias.

O caminho para reverter essa situação é colocar atenção nos afazeres cotidianos e distribuir as tarefas de acordo com a necessidade. “Precisamos nos conscientizar que somos uma máquina perfeita. Portanto, basta prestar atenção em como ela funciona e respeitá-la”, recomenda Osmarina.

Psicoterapia, artes marciais, yoga e meditação são algumas atividades que podem auxiliar nessa tarefa de estar mais focado no momento presente. Também é importante tratar o momento de dormir com cuidado.

“Fazer uma higiene do sono, transformar o nosso quarto em uma ‘caverninha, para dormir, um ambiente escuro e silencioso. Evitar que durante o dia a gente coma ou trabalhe nele, que seja um ambiente onde o corpo conecte apenas ao sono”, comenta o psiquiatra do Hospital 9 de Julho.

Com uma boa noite de sono, as glândulas endócrinas produzirão os hormônios de satisfação (endorfina, dopamina, serotonina, ocitocina) ao invés de liberar os hormônios ligados ao estresse e à ansiedade (adrenalina e cortisol).

2. APETITE DESREGULADO

Este é um sinal de que a pessoa sente falta de algo e não sabe definir o que é. Como resposta, é comum sentir um buraco no estômago e calafrios na região. Para compensar a sensação incômoda, come-se além do que o corpo precisa. Busca-se a percepção da sensação de segurança e acolhimento.

Há também quem tenha uma resposta contrária: a pessoa se recusa a se alimentar como uma forma inconsciente de autopunição, culpa ou um meio de chamar atenção. O tratamento indicado para casos leves é o acompanhamento com um profissional de nutrição, pois há alimentos que ativam o aumento da serotonina, apaziguando o desconforto.

“Em casos de obesidade e anorexia, é necessário tratamento com psiquiatra. O autoconhecimento por meio da psicoterapia se faz necessário em todos os casos de estresse e ansiedade, pois estes são apenas indicadores de que algo não vai bem e a pessoa se desconectou dela mesma”.

3. MEDOS IRRACIONAIS

São decorrentes da mobilização do sistema simpático, responsável pela resposta de “luta e fuga”. “Ele convoca uma

quantidade de adrenalina e faz com que a gente fique mais desperto e alerta para o mundo exterior”, relata o Dr. Heine.

Também estão ligados ao acionamento de uma região no cérebro chamada amígdala, que é como se fosse uma sirene de insegurança para o cérebro. “Ela modifica um pouco a arquitetura das vias neurológicas para que tenhamos uma maior probabilidade de escapar ou enfrentar um perigo. Faz com que se tenha uma percepção um pouco mais aguçada e isso, às vezes, pode gerar impressões errôneas da realidade”, explica.

Com atividades mais intensas nesses sistemas, todo o evento ao redor vai ser percebido de uma maneira mais aguçada e autorreferente. “Então, entro numa festa, vejo que não conheço ninguém, me sinto um pouco inseguro, isto aguça minha percepção e, então, noto uma risada destoante, olho para essa risada e vejo um olhar para mim. Será que estão rindo de mim? Cenas como essas são decorrentes desses dois elementos”, descreve o Dr. Heine.

4. MUDANÇAS REPENTINAS DE HUMOR

Estão associadas aos mesmos motivos dos medos irracionais e ocorrem como passo seguinte do mecanismo de defesa. Uma

vez que há realmente a possibilidade de risco no ambiente, a amígdala inibe um pouco a memória, diminui a capacidade de atenção e não se percebem outras coisas no ambiente, apenas “o perigo”.

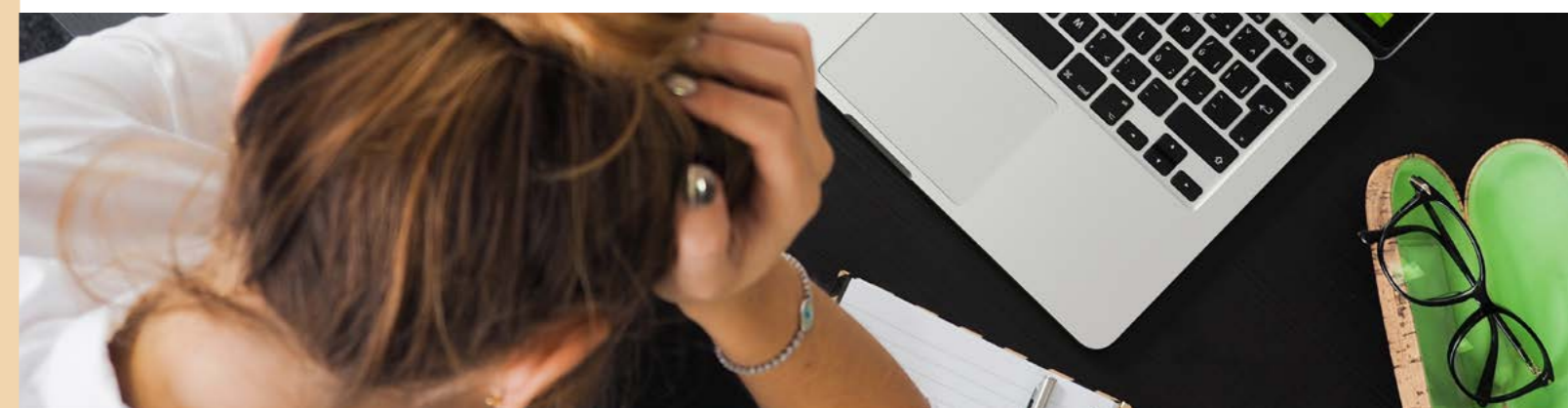
Como consequência, perde-se também um pouco a capacidade de ser razoável, de racionalizar e ponderar antes de tomar atitudes, o que leva a medidas impulsivas.

Esse mecanismo de resposta a ameaças é muito bem controlado pontualmente pela atenção plena, técnicas de respiração e meditação. Atividades físicas, organização do dia e boa alimentação são bons complementos, mas dependendo dos rompantes de humor, também são necessários psicoterapia e tratamento psiquiátrico.

5. TENSÃO MUSCULAR

Está associada ao medo e à ansiedade, que fazem o organismo liberar excesso de cortisol. Esse hormônio aumenta a acidez no corpo, gerando processos inflamatórios.

Entre as medidas essenciais para atenuar esse sintoma estão a prática regular de atividade física, massagem, cuidados com a alimentação e diminuição das sobrecargas, sejam elas de trabalho ou emocionais.



“O MEIO AMBIENTE TAMBÉM FOI UM FATOR IMPORTANTE PELA POLÊMICA DO SULFATO, JÁ QUE É O PRINCIPAL AFETADO PELO USO DO INGREDIENTE NAS FÓRMULAS. CONFORME JÁ CITADO, OS COMPOSTOS (SULFATO E ÁCIDO SULFÚRICO) SÃO PRODUZIDOS DE FONTES PETROLÍFERAS, QUE ESTÃO ASSOCIADAS ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS, POLUIÇÃO E GASES DE EFEITO ESTUFA.”



A POLÊMICA DO SULFATO NOS PRODUTOS DE BELEZA

Fonte: R7 Notícias

O sulfato está presente em vários produtos de beleza, higiene e limpeza em geral. Principalmente em xampus, nos ingredientes ele aparece como Lauril Sulfato de Sódio (SLS). O tema é bastante polêmico, e em vários produtos consta em suas embalagens 'livre de sulfatos, ou 'sem sulfatos,, mas, é preciso entender o que é o sulfato, para saber o motivo de tanta discussão.

O QUE É SULFATO

Ele se forma a partir do ácido sulfúrico, quando reage com outro produto químico. Esses compostos são produzidos de fontes de petróleo e plantas, e é um sal com ação detergente responsável por formar espuma em cremes dentais, sabonetes e xampus. Eles atraem óleo e água e, com isso toda a sujeira da pele e cabelo sai mais facilmente durante a lavagem.

A POLÊMICA DOS SULFATOS

Parte da polêmica surgiu após especulações sobre o sulfato ser ou não cancerígeno. Porém, de acordo com pesquisas, foi comprovado que esse fato é falso. Em entrevista para a ELLE, um doutor em ciências pela Faculdade de Ciências Farmacêuticas de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FCFRP-USP) com ênfase em medicamentos e cosméticos, diz que 'A ideia de que sulfatos são tóxicos e perigosos para o ser humano não se sustenta. As evidências que possuímos é que, para o uso externo, de enxágue,

os sulfatos não são um problema. Se você os ingerir, eles serão, mas eles não são formulados para esse fim.

O único ponto comprovado é que dependendo da quantidade usada na fórmula, essa substância pode causar irritação e sensibilidade, especialmente em pessoas que já tem algum problema com dermatite, rosácea e outros problemas no couro cabeludo, por isso, é sempre recomendado conversar com um dermatologista.

O meio ambiente também foi um fator importante pela polêmica do sulfato, já que é o principal afetado pelo uso do ingrediente nas fórmulas. Conforme já citado, os compostos (sulfato e ácido sulfúrico) são produzidos de fontes petrolíferas, que estão associadas às mudanças climáticas, poluição e gases de efeito estufa. E quando descartado se torna tóxico para animais aquáticos e para a própria água. Outra problemática, é o teste feito em animais, um tema que está sendo muito discutido nos últimos anos.

Portanto, o sulfato não traz risco de câncer, mas pode causar irritações na pele, e danos à natureza. Desse modo, o ideal é conferir em que posição se encontra o sulfato no rótulo. Por exemplo, se um ingrediente conta logo no começo da lista, significa que ele é um dos principais componentes do produto.

COMO FIDELIZAR CLIENTES NA ERA DIGITAL?



GARANTIR UM BOM ATENDIMENTO É TÃO IMPORTANTE QUANTO ENTREGAR UM SERVIÇO DE QUALIDADE E ASSERTIVO ÀS NECESSIDADES DO PÚBLICO-ALVO.

Fidelizar os clientes é uma das estratégias primordiais de qualquer negócio e, ao mesmo tempo, uma das missões mais complexas. Em apenas um clique, os consumidores podem encontrar uma infinidade de concorrentes que entregam os mesmos produtos e serviços, com a mesma qualidade e preços tão atrativos quanto. A luta pela atenção dos usuários nesta era digital está cada vez maior e, para ganhar sua preferência dentre tantas opções, é preciso se munir de ações que tornem sua experiência próxima, personalizada e valorizada.

Fonte: Pontaltech

Garantir um bom atendimento é tão importante quanto entregar um serviço de qualidade e assertivo às necessidades do público-alvo. Afinal, sempre irão existir companhias que trabalhem no mesmo nicho e, o que irá diferenciar seu negócio frente aos demais, será sua atenção e preocupação com o consumidor final em toda sua jornada de compra.

Em um estudo feito pela Think With Google, 63% dos clientes esperam que as marcas tenham uma experiência consistente em todas as interações realizadas. Uma única falha nesse processo, em contrapartida, fará com que busquem outras empresas que ofereçam o que procuram e que estejam dispostas a atendê-los – com uma chance reduzida de voltarem a procurar seu negócio futuramente.

COMO ATRAIR E RETER CLIENTES?

O varejo vive uma luta eterna para fidelizar clientes. É preciso investimentos constantes nas melhores estratégias de atração e retenção e, para alcançarem tal êxito, é necessário ter como ponto de partida um entendimento completo sobre o perfil de seu consumidor. Entenda para quem você está vendendo, quais são seus anseios e produtos desejados. Quanto mais dados forem colhidos constantemente sobre tais perfis, melhor.

Nessa etapa, muitas companhias conseguem captar grande volume de informações por meio das pesquisas de satisfação, nas quais relatam como foi sua experiência, se estão satisfeitos e as chances de recomendarem o serviço para outras pessoas. As respostas, certamente, darão o insumo necessário para identificar o que está dando certo e o que deve ser aperfeiçoado para a evolução constante da empresa – principalmente, por meio dos feedbacks negativos.

A IMPORTÂNCIA DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO NA FIDELIZAÇÃO DOS CLIENTES

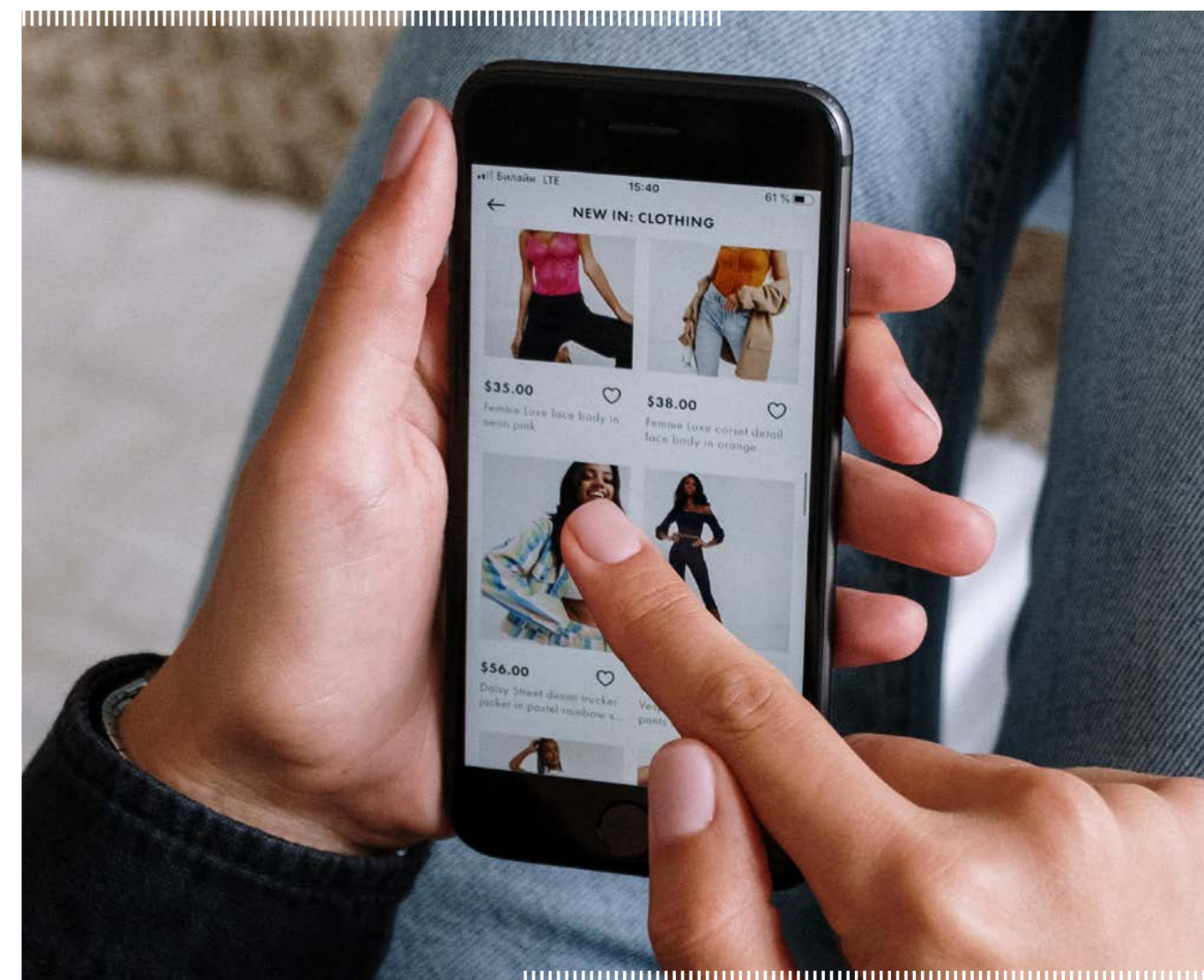
A fidelização dos clientes também depende de uma comunicação próxima. Por mais que a tecnologia tenha contribuído para o desenvolvimento de agentes virtuais que otimizem o atendimento, muitos ainda preferem conversar com um atendente humano em sua jornada de compra. Existem diversos perfis de consumidores que devem ser contemplados de forma igualitária, por meio da oferta de múltiplos canais para que cada um escolha seu meio predileto.

Junto à essa diversidade, todos os canais devem ser interligados, de forma que os consumidores possam iniciar sua jornada em um meio e finalizá-lo em outro. O RCS é um dos maiores exemplos de canais que vêm crescendo no mercado – o qual permite uma jornada rica por meio de um carrossel completo de imagens, mensagens, vídeos e documentos. Os métodos disponíveis

no mercado estão em constante desenvolvimento para trazer soluções cada vez mais completas para o seu negócio.

Priorizar uma comunicação frequente e amigável é essencial. Contudo, é necessário se atentar à linha tênue entre essa periodicidade e a excessividade de mensagens. Contatos massivos irão descredenciar sua marca no mercado, gerando grande insatisfação e repulsão dentre os usuários. Todas essas ações devem ser monitoradas a todo momento, trazendo insights mais assertivos sobre os resultados das estratégias aplicadas.

Nem sempre sua companhia irá acertar nas ações realizadas. Por isso, procure sempre recolher os feedbacks dos usuários e entender o que pode ser aperfeiçoado para trazer uma experiência cada vez melhor. Buscar a fidelidade de um cliente nesta era digital é uma luta constante no mundo corporativo – mas, completamente possível de ser conquistada por meio de uma jornada única e próxima que faça com que se sintam especiais.



A INTERNET DO DINHEIRO

A HISTÓRIA DO DINHEIRO

Por Victor Caribé

Para entender esta disrupção que as criptomoedas estão causando no sistema financeiro e econômico global precisamos voltar no tempo e entender como chegamos até aqui. Nós seres humanos somos uma espécie que está constantemente buscando evoluir. Nós quebramos barreiras anteriormente inatingíveis devido à nossa curiosidade, comunicação, adaptação e habilidades de colaboração. Passamos por múltiplas revoluções: cognitiva, agrícola, científica, industrial, da informação e agora estamos prestes a entrar em uma nova era.

O que explica a ascensão dos seres humanos? O ser humano é a única espécie em mais de 4 bilhões de anos de existência terrestre que é capaz de cooperar com flexibilidade em grandes números e essa é uma das principais razões pelas quais chegamos ao topo da cadeia alimentar apesar de não ser o animal mais forte fisicamente. Porque no nível individual da nossa espécie, somos mais fracos e menos ágeis do que a maioria dos animais. No entanto, no nível coletivo, nos diferenciamos. E o que nos permite ter essa cooperação de forma tão eficaz é a nossa imaginação, que nos dá a capacidade de contar e acreditar em histórias.

Essas histórias, quando fortes o suficiente para criar uma crença compartilhada, podem mover bilhões de pessoas na mesma direção. Vemos isso em realidades fictícias criadas por humanos, como nações, corporações, religião e a mais bem-sucedida em que todos acreditam: o dinheiro.

O QUE É O DINHEIRO E POR QUE FOI CRIADO?

Antes que a tecnologia do dinheiro fosse inventada, os humanos trocavam bens e serviços por meio



VICTOR CARIBÉ

de escambo. Mesmo que a troca funcione por um tempo, ela é extremamente ineficiente e tem um grande problema: para que uma troca ocorra, ambas as partes devem precisar exatamente do mesmo item que a outra pessoa está disposta a trocar. Diferentes experimentos foram usados para tentar resolver esse problema, como o dinheiro-mercadorias na forma de grãos ou sal; no entanto, como os valores das mercadorias tendiam a ser diferentes dependendo do lugar, esse modelo não era muito sustentável. Alguns historiadores dizem que o dinheiro se originou de itens colecionáveis, como conchas, enquanto outros pensam que foi do crédito: a simples matemática de eu deixo você pegar algo emprestado e confio que você me paga depois.

A evolução do dinheiro disparou com a utilização de metais preciosos. Historiadores acreditam que o primeiro uso de metais para troca de bens e serviços teve início na idade do ferro, por volta de 1000 aC. Algumas das principais propriedades que fizeram os metais se tornarem a forma escolhida de dinheiro: escassez, durabilidade, divisibilidade e autenticidade.

Uma definição econômica de dinheiro acreditada foi proposta por William Stanley Jevons em 1875. De acordo com Jevons, o dinheiro tem três propriedades principais: Reserva de valor, meio de troca e unidade de conta.

ERA DOURADA

O ouro foi escolhido por ter as melhores propriedades para ser um dinheiro sólido. O ouro não estraga, não se dissipa na atmosfera, não pega fogo e não envenena ou prejudica o seu dono. É raro o suficiente para dificultar a superprodução e maleável para virar moedas. O ouro não pode ser impresso e só é criado em um evento de supernova, que é uma explosão massiva causada por uma estrela. Por causa dessas características, as civilizações usaram consistentemente o ouro como material de valor.

Com a expansão do comércio pelo globo, tornou-se caro, ineficiente e inseguro transportar o metal para fazer pagamentos. Os primeiros registros do dinheiro em forma de papel foram na China, durante a Dinastia Song por volta de 1000 DC e mais tarde exportado para a Europa, por Marco Polo. Depois surgiram os bancos, oferecendo a custódia do ouro e emitindo notas

com a promessa de pagar alguém com o metal precioso. Com esta nova tecnologia trazendo conveniência e segurança, o comércio explodiu na Europa e os bancos tornaram-se as startups do início do século XVII.

As notas de papel deveriam inicialmente ser resgatadas por quantidades fixas de ouro. Na prática, em muitos lugares, a conversão de papel-moeda em ouro não era permitida, de modo que poderíamos dizer que as primeiras origens das moedas fiduciárias também surgiram nessa época. Desde então, várias moedas fiduciárias foram criadas e encerradas, e algumas mantiveram o lugar como moeda de reserva mundial.

Desde o acordo de Bretton Woods em 1944, o dólar americano tornou-se a moeda de reserva mundial, e ainda era lastreada e conversível em ouro. No entanto, em 1971, o sistema financeiro atual foi estabelecido, quando os Estados Unidos decidiram acabar com a conversibilidade do dólar americano em ouro, após a França ter pedido para converter parte dos seus dólares de volta em ouro. Isso efetivamente encerrou o acordo de Bretton Woods e tornou o dólar oficialmente uma moeda fiduciária, com confiança exclusiva no Federal Reserve dos EUA.



“UMA VEZ QUE AMPLOS PODERES COERCITIVOS SÃO DADOS ÀS AGÊNCIAS GOVERNAMENTAIS, ESSES PODERES NÃO PODEM SER EFETIVAMENTE CONTROLADOS.” FRIEDRICH HAYEK

O Federal Reserve Bank, com seu incontrolável vício em “Quantitative Easing” como estratégia de política monetária, tem sido um dos principais motores da desigualdade de riquezas. Com uma oferta de dinheiro infinita o livre mercado deixa de existir. As pessoas ricas têm seus ativos valorizados e a grande maioria sofre com a inflação e têm suas economias derretidas. As criptomoedas foram inventadas para resolver problemas de confiança profundamente enraizados nos sistemas que criamos como sociedade.

Os Bancos Centrais estão criando suas próprias moedas digitais, chamadas CBDC (Central Bank Digital Currencies) utilizando a tecnologia blockchain. Estas trarão mais eficiência para o sistema existente uma vez que as moedas são digitalizadas completamente e podem ser emitidas e distribuídas para todos os cidadãos em questão de segundos. Porém elas trarão maior controle para os governos em relação a sua população, em países em que as taxas de juros já são negativas eles podem implementar medidas criativas que nos forcem a gastar mais para movimentar a economia. Eles também saberão exatamente com o que utilizamos o nosso dinheiro e poderão executar medidas coercitivas caso entendam que nossas ações não estão alinhadas com os interesses deles, isso se torna principalmente arriscado quando estamos falando de governos autoritários e ditatoriais como já evidenciamos em diversos países.

A INTERNET DO DINHEIRO

Atualmente, as pessoas estão se comunicando, negociando e colaborando com mais eficiência e eficácia além das suas fronteiras. A internet é a descentralização da informação em escala exponencial. Nos anos 90, era difícil imaginar que tipo de transformações isso traria, mas agora podemos ver claramente a ruptura que causou na mídia, comunicação, comércio, educação, transporte e trabalho. O mais importante é que esses movimentos tornaram-se incontroláveis, quanto mais descentralizado o protocolo, mais difícil é interrompê-lo, primeiro com informação e agora com valor. E em 2009 foi criado o protocolo bitcoin para mudar todo o jogo do sistema financeiro e da própria internet.

Hoje, a maioria das transações financeiras é intermediada por bancos comerciais e processadores

de pagamentos, enquanto a política monetária é determinada pelos bancos centrais. O papel moeda foi de fato uma tecnologia inovadora quando introduzido pela primeira vez e permitiu um enorme crescimento econômico em todo o mundo. No entanto, também concentrou poder e riqueza nas mãos de poucos, além de deixar uma grande parte da população mundial para trás, caso ela não tivesse acesso ao sistema financeiro.

Mesmo os indivíduos com acesso a serviços financeiros, a grande maioria não participava de forma justa na distribuição da riqueza, explicado pelo efeito Cantillon em que as pessoas e instituições mais próximas da impressora de dinheiro são as que mais se beneficiam. Depois da invenção da Internet, nossas vidas ficaram cada vez mais online, assim como nossos pagamentos, e a infraestrutura atual precisava ser atualizada. O sistema de pagamentos que usamos hoje foi projetado há mais de meio século.

Ter um pagamento online passando pela infraestrutura financeira atual é como ter nossos carros andando em estradas feitas para cavalos no final do século XIX. Isso é o que aconteceu no início, até que atualizamos nossa antiga infraestrutura de transporte para algo mais apropriado do ponto de vista de segurança, eficiência e velocidade. É aqui que estamos agora, a internet acaba de ganhar sua primeira moeda nativa (bitcoin), seu próprio sistema monetário digital e rede (Bitcoin).

Bitcoin foi criado em janeiro de 2009 por uma pessoa ou grupo de pessoas sob o nome de Satoshi Nakamoto, apoiado por uma comunidade chamada cypherpunks. Foi concebido para forçar um redesenho do sistema financeiro mundial e suas ramificações filosóficas, tecnológicas e econômicas continuam a se expandir. Satoshi Nakamoto aproveitou o trabalho de muitas pessoas nas áreas de criptografia, ciência da computação, economia, teoria dos jogos e matemática para criar uma rede de ciclo virtuoso e a primeira moeda digital verdadeiramente descentralizada, segura e sem permissão.

Uma vez que o gênio está fora da caixa, é impossível colocar ele de volta já que a mente que se abre para uma nova ideia nunca retorna ao seu tamanho original. A eletricidade teve sua primeira aplicação na lâmpada. De repente, todos os eletrodomésticos foram eletrificados. A internet

teve sua primeira aplicação no e-mail. Estamos vendo todos os itens ao nosso redor se tornarem inteligentes e conectados, criando a internet das coisas. O Bitcoin foi apenas a primeira aplicação dessa tecnologia poderosa e revolucionária.

Uma das coisas mais interessantes das criptomoedas é que elas abriram as portas dos ganhos de investimento para todos. Com um smartphone, o acesso a informação na internet e uma carteira digital, qualquer pessoa pode ser seu próprio banco, bem como participar do crescimento econômico de aplicativos descentralizados, seja recebendo por serviços ou investindo. E esses protocolos abertos trazem justiça, acesso global e inclusão. Ao não verificar se alguém é um “investidor acreditado”, novos ingressantes também podem gerar riqueza para suas famílias e comunidades, por mais remotos que estejam. Essa democratização dos mercados financeiros têm o potencial de diminuir a desi-

gualdade financeira no mundo.

Há muito o que aprender quando você entra no mundo das criptomoedas. Você começará a coletar as peças que faltam no quebra-cabeça de diferentes áreas do conhecimento e vai enxergar o mundo de uma nova perspectiva. Você imagina um mundo sem limitações geográficas ou horário comercial, um mundo onde ninguém pode dizer se você é ou não um investidor acreditado, um mundo que oferece um campo aberto para você experimentar e aprender, onde ninguém pode limitar seus ganhos ou dizer você não pode participar do crescimento de um projeto em estágio inicial. Esta sociedade utópica está cada vez mais perto de se tornar uma realidade. A tecnologia que possibilitou o Bitcoin, blockchain, está criando uma nova camada da internet, a web3 ou a internet de valor.

Esta é a mudança de paradigma que será responsável pela maior transferência de riqueza que o mundo já viu. Encontraremos,

então, pessoas das áreas mais vulneráveis e remotas do globo tendo uma chance justa de mudar completamente suas realidades para melhor, por meio da educação financeira e da inclusão. Qualquer pessoa com uma conexão à Internet pode acessar a biblioteca global de informações e, em seguida, aplicar esse conhecimento trazendo valor para suas comunidades. Esse é o tipo de mudança positiva que me entusiasma.

Victor Caribé atuou por 12 anos pela PwC Brasil e US nas áreas de consultoria e auditoria financeira, operacional e de tecnologia. Nos últimos 4 anos liderou projetos de transformação digital utilizando tecnologias emergentes para reinvenção de modelos de negócios e automação de processos. Atualmente foca seu tempo e energia apoiando o crescimento da economia da web3, investindo em protocolos descentralizados, empreendendo e mentorando startups. Também cofundou uma organização chamada Play4Change que navega na interseção do metaverso, impacto social e jogos em blockchain. O projeto educa, oferece oportunidades e integra pessoas de comunidades vulneráveis ao novo mundo das criptomoedas.



O METAVERSO

VAI TRANSFORMAR OS HÁBITOS DE CONSUMO DE MODA E BELEZA?

ESSA É A NOVA QUESTÃO QUE VEM OBCECANDO AS MARCAS: OS HÁBITOS E COMPORTAMENTOS DE COMPRA DOS PRODUTOS DE MODA E BELEZA VÃO MUDAR COM A CHEGADA DO METAVERSO? DEPOIS DE GRANDE PARTE DAS VENDAS DESSES SETORES TEREM SE DESLOCADO PARA PLATAFORMAS DE E-COMMERCE, TODOS QUEREM SABER SE O METAVERSO — MUNDO VIRTUAL POVOADO DE AVATARES — SERÁ O FUTURO CENÁRIO DO CONSUMO.

Fonte: Brazil Beauty News com ETX Studio (Tradução: Maria Marques)

Por enquanto, o marketing ainda está dando os primeiros passos no metaverso: as marcas de moda e de beleza estão engatinhando nesse novo universo e vão aos poucos explorando as infinitas possibilidades que esse recurso virtual oferece. Mas é muito provável que, a partir de 2022, o lançamento de coleções físicas e digitais seja simultâneo.

IRRESISTÍVEL E BARATO

Na vida real, poucos são os que têm a oportunidade e os recursos para adquirir roupas da Gucci, Balenciaga ou Ralph Lauren, e menos ainda um dos sapatos de bico fino e salto altíssimo da marca Louboutin. Para quem não pode recheiar o armário com roupas de grife, o jeito é oferecer artigos de luxo a seu



avatar e sair para jantar num restaurante virtual, vestindo-se como uma celebridade em noite de gala. Um prazer irresistível e barato...

Essa é uma das muitas possibilidades oferecidas pelo metaverso. As marcas, que com esse universo ganharam um novo espaço para gerar experiências e lucros, já começam a apresentar coleções destinadas aos usuários das plataformas mais populares, como Roblox, Zepeto e Fortnite, que lideram o ranking.

Quem mais surpreendeu entre os que chegaram ao universo do Fortnite nos últimos meses foi a Balenciaga. A marca de alta-costura ingressou em um dos jogos de maior sucesso mundial, na forma de uma coleção assinada Balenciaga x Fortnite. Demna Gvasalia, Diretor Artístico da Maison de luxo, conseguiu tornar as fronteiras entre o mundo virtual e o mundo real ainda mais permeáveis. Não somente os jogadores têm a possibilidade de comprar roupas e acessórios para os avatares, como também podem adquirir os modelos Fortnite x Balenciaga – de verdade – nas melhores lojas. Com essa estratégia du-

plamente eficaz, a Maison conseguiu ampliar e consolidar sua comunidade de admiradores. Um exemplo que, desde então, vem sendo seguido pelas marcas Moncler e Jordan: ambas firmaram uma colaboração com a Epic Games, matriz da Fortnite, oferecendo experiências diversas e variadas.

METAVERSO, O SHOPPING 3.0

Vans, Ralph Lauren e Tommy Hilfiger estão entre as marcas que se associaram à plataforma Roblox, disponibilizando coleções e objetos inéditos para os avatares dos usuários. O aplicativo Zepeto não ficou para trás, seduzindo marcas como MCM, Louboutin, Ralph Lauren, Gucci e até a Zara, gigante da moda instantânea, além de marcas como Dior Beauté e Nars no setor de cosméticos. O metaverso sul-coreano foi ainda mais longe, oferecendo roupas associadas a artistas ou a grandes nomes do universo da animação e do esporte, como Miraculous, Selena Gomez, Major League Baseball, Blackpink, A Pequena Sereia e One Piece. E isso é apenas o começo. Todos esses

mundos virtuais devem em breve se transformar num imenso shopping, só que digital.

Nessa mesma ordem de ideias, não é de surpreender que a Nike e a Adidas já tenham se adiantado, criando, cada uma, o seu próprio universo virtual. A marca com o símbolo da vírgula associou-se à Roblox para criar a NikeLand, enquanto a Adidas se uniu à Bored Ape Yacht Club, Gmoney e PUNKS Comic para criar seu próprio metaverso, que convida o usuário a “entrar num mundo de possibilidades infinitas”.

De fato, o metaverso não é apenas um universo em que as marcas podem vender coleções virtuais. Envolvendo desfiles, campanhas publicitárias, jogos, experiências, conferências, compras e muito mais, as possibilidades são realmente infinitas e acessíveis a todos. O luxo supremo consiste em caçar NFTs, em vez de correr atrás de monstrenhos ultracoloridos como em outros jogos. A título de exemplo, mal chegou ao metaverso e a Adidas já lançou seus primeiros tokens digitais, que oferecem acesso a roupas virtuais destinadas tanto ao jogo quanto aos produtos físicos.



NFTS, MAIS UM CAPRICHO DO LUXO

A venda de NFTs, ou tokens não fungíveis, permite adquirir obras e outros produtos digitais raros ou exclusivos, constituindo, sem dúvida, uma bela fonte de renda para as marcas presentes no metaverso. Em certos casos, é quase uma obsessão: não satisfeitas em usar os NFTs para consolidar as relações com sua comunidade de seguidores, as marcas de luxo os transformam num recurso para dar mais destaque a seus compromissos corporativos e a tudo o que as inspira no mundo das artes.

Recentemente, a L'Oréal Paris USA convidou cinco artistas mulheres a criarem NFTs como forma de defender a igualdade entre homens e mulheres no universo da criptomoeda. Outro exemplo

é a Givenchy que, em parceria com o artista gráfico Chito, leiloou vários NFTs, revertendo a renda em benefício de uma entidade neerlandesa que promove a despoluição dos oceanos. Gucci, Burberry, Dolce & Gabbana e Karl Lagerfeld são algumas das numerosas marcas que já estão aproveitando as belas oportunidades oferecidas pelos NFTs, um setor que deve crescer – ou melhor, explodir – com o advento do metaverso e da Web 3.0.

Resta saber de que forma as marcas vão conciliar o compromisso em matéria de RSE com o desenvolvimento do mundo virtual. Cedo ou tarde, o impacto ambiental do metaverso talvez se mostre bem maior que os benefícios sociais por ele gerados, sem falar que suas consequências para a saúde humana ainda não foram plenamente avaliadas.



ATENÇÃO EMPRESAS.

NOVA CLASSIFICAÇÃO DO BURNOUT ACENDE SINAL DE ALERTA

ESPECIALISTA FALA SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA SÍNDROME, A ATENÇÃO QUE O EMPREGADOR DEVE TER COM O AMBIENTE DE TRABALHO E COM A SAÚDE DOS EMPREGADOS

Por Karolen Gualda Beber | Fonte: Guia da Farmácia

Recentemente, a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu que a Síndrome de Burnout está associada aos problemas do emprego e desemprego e ela passou a integrar o Código Internacional de Doenças (CID) 11, compondo o capítulo específico desses problemas.

A advogada especialista na área do Direito do Trabalho, Karolen Gualda Beber, lembra que a definição dada pela OMS é de estresse crônico no local de trabalho que não foi gerenciado com sucesso.

“Essa nova classificação resulta em preocupação para as empresas que vão além dos Equipamentos de Proteção Individuais (EPIs), pois traz risco jurídico e financeiro”, disse a advogada.

Ela lembra também que as empresas têm o dever, portanto, constitucional de proporcionar um meio ambiente de trabalho saudável.

E, AGORA, A ATENÇÃO DEVE SER VOLTADA AO ASSÉDIO MORAL, METAS POUCO REALISTAS, EXCESSOS NA JORNADA E REMUNERAÇÃO INCOMPATÍVEL, POR EXEMPLO, SITUAÇÕES DIRETAMENTE ASSOCIADAS À SÍNDROME.

“As empresas devem atuar em três frentes: eliminação ou redução dos fatores do estresse no ambiente de trabalho; oferta de programas para

evitar o adoecimento, e atuar nos casos em que o profissional já está doente”, disse Beber.

A SENSÇÃO DE ESGOTAMENTO, CINISMO OU SENTIMENTOS NEGATIVOS RELACIONADOS AO TRABALHO, POR EXEMPLO, PODEM SER INDÍCIOS DA DOENÇA.

“Os sintomas podem ser físicos ou psicológicos, mas, a comprovação é sempre feita por laudo médico que envolverá não só a análise do indivíduo, como também do seu ambiente de trabalho. É um diagnóstico clínico, onde o profissional deverá diferenciar a burnout da depressão ou de um estresse”, explica a advogada.

BURNOUT NAS EMPRESAS

Karolen também destaca que a nova classificação da síndrome vai impactar a Previdência Social, uma vez que estudos apontam que 30% dos trabalhadores brasileiros têm ou tiveram Burnout.

O PAÍS PERDE APENAS PARA O JAPÃO EM NÚMERO DE PROFISSIONAIS AFETADOS.

“Os empregados doentes poderão ser afastados do trabalho com o recebimento do benefício auxílio-doença acidentário, e, no caso de incapacidade permanente, aposentadoria por invalidez ocupacional”, conclui Beber.



ÁCIDO GLICÓLICO

ESTÁ ENTRE OS CINCO ATIVOS MAIS BUSCADOS EM CUIDADOS FACIAIS

O ácido glicólico é um alfa-hidroxiácido (AHA), extraído da cana-de-açúcar a partir de processos biotecnológicos enzimáticos. Por promover a renovação celular, ele é capaz de remover as células mortas, estimular a produção de colágeno, reduzir linhas de expressão e rugas finas, controlar a oleosidade, clarear manchas e dar à pele um aspecto de luminosidade e viço – ou “glow”, tendência no segmento, uma vez que o acabamento matte cedeu espaço para uma pele mais natural. Com tantos benefícios, o ingrediente vem ganhando cada vez mais espaço na formulação de produtos de skincare.

No final do ano passado, O Boticário apresentou uma linha inteira dedicada ao ativo. “Com o lançamento em 2020 de Botik, nossa linha de cuidados faciais, investimos inicialmente em ativos já consagrados neste segmento, como o

Por Renata Martins | Fonte: Brazil Beauty News

ácido hialurônico e a vitamina C. O ácido glicólico é nossa mais recente aposta”, diz Gustavo Dieamant, diretor executivo de pesquisa e desenvolvimento do Grupo Boticário. “Em pesquisas prévias de desenvolvimento da linha, diagnosticamos que o ativo era um dos cinco mais buscados e desejados pelas consumidoras de cosméticos”.

De acordo com o executivo, a renovação celular é um processo fundamental para o tratamento de algumas alterações cutâneas, como a acne e a hiperpigmentação. “O ácido glicólico é o menor e mais potente dos AHAs. Por ação química, ele gera uma esfoliação da barreira cutânea e, conseqüentemente, uma resposta biológica das camadas epidérmicas inferiores, que começam a ter uma multiplicação saudável das células e melhoraram o aspecto geral da pele”, afirma Dieamant.

Especializada em dermocosméticos, a Be Belle tem em seu portfólio um sabonete de limpeza profunda com alta concentração de ácido glicólico (10%). “O que muita gente não sabe é que quando se fala de ácido, mais importante

ESTIMULANDO A RENOVAÇÃO CELULAR, O INGREDIENTE DERIVADO DA CANA DE AÇÚCAR DEVE GANHAR AINDA MAIS ESPAÇO EM FORMULAÇÕES DE SKINCARE.

que a concentração do ativo é o pH da solução. É a partir deste parâmetro que teremos maior ou menor penetração e profundidade de ação na pele”, explica Ludmila Bonelli, diretora científica da empresa.

Ela aponta outro benefício do ácido glicólico no produto da marca. “A forma ácida do sabonete Poros consegue romper algumas estruturas na camada mais superficial da pele, facilitando assim a melhor absorção de outros ativos de tratamento”.

Lançado recentemente pela Adcos, o sérum Glico Renovador associa o ácido glicólico (5%) a outros ingredientes, como os ácidos lactobiônico, mandélico e salicílico, além de niacinamida. “O ácido glicólico é o protagonista dessa formulação, que promove renovação celular, corrige os sinais do envelhecimento e as imperfeições de peles oleosas e acneicas”, diz o gerente de produto Leandro Menezes.

Para ele, o ácido glicólico é o ativo de maior destaque na categoria de skincare atualmente. “A quantidade de lançamentos com ácido glicólico se intensificou em 2021 e o componente teve crescimento superior a ingredientes mais tradicionais, como vitamina C e ácido hialurônico”.

Menezes acredita que o ativo deve ganhar ainda mais espaço na categoria de cuidados faciais. “A expectativa é de que cresça à medida em que os consumidores vão se familiarizando com seu uso e percebendo os resultados visíveis e rápidos que ele proporciona na pele. Além disso, sua versatilidade contribui para o aumento do uso pela indústria de cosméticos”, diz o gerente da Adcos.

“A tendência é continuarmos lançando produtos com esse ativo nos próximos anos”, finaliza.



LINHA O BOTICÁRIO COM ÁCIDO GLICÓLICO



BE BELLE POROS PRO

Imagem: Reprodução.

Imagem: Reprodução.



MAQUIAGEM PARA OS LÁBIOS

NA ERA DAS MÁSCARAS E APÓS ELA

BATONS DE LONGA DURAÇÃO, LIP TINTS E BALMS GANHARAM DESTAQUE COM O USO DO ACESSÓRIO DE PROTEÇÃO.

E Entramos no terceiro ano da pandemia da Covid-19 e as máscaras seguem como item de uso obrigatório em muitos países, incluindo o Brasil. Mas não é porque os lábios permanecem escondidos atrás desses acessórios de proteção que deixaram de ganhar a atenção das consumidoras no país.

Por Renata Martins | Fonte: Brazil Beauty News

“A maquiagem para os lábios continuou a fazer parte do dia a dia das brasileiras”, afirma Juliana Barros, diretora executiva de marketing da Avon. Mas ela cita uma mudança na preferência das compradoras: “Produtos que não transferem e de longa duração auxiliam muito com o uso da máscara e se tornaram a nova escolha dessa consumidora”.

Com batons líquidos que prometem até 16 horas de duração, sem transferir ou borrar, a linha Power Stay foi lançada pela Avon no Brasil no segundo semestre de 2019. Em 2020, a coleção foi ampliada, com novas cores e a versão tradicional do batom em bala. No ano passado, foi a vez dos lip tints entrarem no portfólio. “O Lip Tint Power Stay é um produto ideal para não borrar os lábios, manchar a máscara ou deixar sensação de lábios ressecados”, diz Barros.

Pela pigmentação mais leve, os lip tints também se destacaram na pandemia. A marca de produtos

naturais Unevie, que acaba de lançar sua primeira linha de maquiagem, a BruAzevedo Natural Beauty, se surpreendeu com o sucesso do produto. “A venda do lip tint superou todas as nossas expectativas”, revela Bruna Azevedo, supervisora de produção da marca de cosméticos e “madrinha” da linha de maquiagem. “As mulheres passaram a usar mais lip tint, que além de deixar os lábios mais naturais, têm melhor fixação”, acrescenta.

Mas, segundo ela, o êxito do produto está em sua composição, com ativos hidratantes como ácido hialurônico e D-Pantenol. “As pessoas co-

começaram a se olhar mais, gastar mais tempo com o autocuidado e, conseqüentemente, ser mais exigentes com os produtos, buscando por aqueles que não apenas embelezam, mas tratam a pele, inclusive a dos lábios”, opina Azevedo.

A Dailus, que já tinha uma coleção de lip tints em seu catálogo, lançou em 2021 uma linha de tint balms com FPS 8. “As mulheres querem lábios bonitos e bem cuidados. Nosso Tint Balm foi desenvolvido justamente com essa proposta”, diz Carolina Bertelli, diretora de marketing, P&D e novos negócios da marca. Com fórmula enriquecida por óleo de mamona, cera de candelila e vitamina E, o produto tingue suavemente, hidrata e protege os lábios.

A Yves Saint Laurent Beauté trouxe para o Brasil no final do ano passado seus clássicos batons Rouge Pur Couture, com FPS 15, extratos naturais e ativos antioxidantes. “A brasileira tem um perfil muito ligado à beleza e está preocupada em cuidar da pele para que a maquiagem seja um toque final na sua rotina. Os batons YSL garantem o efeito de textura e cor e, ao mesmo

tempo, proporcionam conforto e hidratação”, afirma a gerente de marketing Carolina Vidal.

Para uma era pós-mascaras, a executiva da Avon aposta na maquiagem como forma de expressão da personalidade e um impulso na autoestima. “Com os lábios expostos, certamente a mulher vai ousar e se emponderar, trazendo mais cores para sua vida”, projeta Barros.

Azevedo acredita que a busca por produtos naturais e multibenéficos seguirá em alta. “Quando paramos de usar máscara, a procura por maquiagem com ativos do bem, que tratam da pele, vai continuar crescendo. É uma espécie de despertar para uma condição mais natural”, diz a supervisora da Unevie.

Já a gerente da YSL Beauté espera pela retomada das vendas. “Na pandemia, observamos uma queda no segmento de maquiagem. Quando o dia chegar e pudermos flexibilizar o uso da máscara, nossa expectativa é de crescimento na categoria, sobretudo quando falamos de produtos para os lábios”, finaliza Vidal.



Imagem: Reprodução.

Univar Solutions amplia parceria com a Novozymes para atender países da América do Sul

Com parceria iniciada em 2021, a Univar Solutions e a Novozymes **ampliaram os serviços conjuntos nos segmentos de Household Care, Medical Cleaning & Professional Cleaning** para atender vários países da América do Sul como: Brasil, Paraguai, Bolívia e Uruguai.

A parceria oferecerá uma distribuição rápida, eficiente e com atendimento técnico personalizado aos clientes. Com soluções revolucionárias e mais sustentáveis ao portfólio de produtos que vão desde as enzimas clássicas, até as que contam com tecnologias inovadoras, como maior estabilidade em fórmulas de alto teor de água e sequestrantes fortes. A parceria contempla a distribuição das enzimas, que são matérias-primas seguras, biodegradáveis e alinhadas às demandas e necessidades globais de sustentabilidade e performance.



COM O IMPULSO DA K-BEAUTY E DA J-BEAUTY SOMADO AO CRESCENTE INTERESSE PELOS COSMÉTICOS NATURAIS, O USO DE INGREDIENTES FERMENTADOS NOS PRODUTOS DE BELEZA VEM SEDUZINDO MUITOS CONSUMIDORES. PRESENTE HÁ ANOS NA COZINHA PARA A PREPARAÇÃO DE LEGUMES E LATICÍNIOS, COM BENEFÍCIOS COMPROVADOS PARA O MICROBIOMA INTESTINAL, A FERMENTAÇÃO VEM CONQUISTANDO ESPAÇO TAMBÉM NAS PRATELEIRAS DO BANHEIRO.



BELEZA E FERMENTAÇÃO | A GRANDE TENDÊNCIA DE 2022?

Fonte: Brazil Beauty News com ETX Studio | Tradução: Maria Marques

Os hábitos de beleza passaram por grandes mudanças desde o início da pandemia: as consumidoras, que antes não hesitavam em sobrepor camadas e camadas de cosméticos, passaram a adotar uma rotina mais minimalista e mais holística que, além de preservar a pele, protegendo-a contra fatores ambientais nocivos – como poluição, cigarro, sol etc. –, restaura e fortalece o tecido cutâneo. Surfando nessa onda, os prebióticos e os probióticos, que continuam bombando no mercado, deram origem a uma nova tendência muito semelhante: a fermentação.

PROCESSO ANCESTRAL

Utilizada em muitos países, principalmente da Ásia, a fermentação biológica é um processo ancestral que ocorre quando certos materiais orgânicos sofrem transformações sob a ação de enzimas secretadas por micro-organismos. Em outras palavras, esses micro-organismos – que podem ser enzimas, bactérias ou fermentos – provocam a decomposição de materiais ou ingredientes básicos, transformando-os em componentes

cuja ação é muitas vezes potencializada por esse processo. A exemplo dos prebióticos, o objetivo é induzir a proliferação de bactérias “boas”, em detrimento das bactérias “ruins”, a fim de intensificar o efeito de cada ativo e aumentar os benefícios proporcionados à pele.

A fermentação é um processo praticado há muitos anos com o objetivo de provocar a transformação de certos alimentos. Nos produtos de beleza, o processo utilizado é exatamente o mesmo. Segundo os defensores dessa técnica, a fermentação não somente potencializa os ativos, como também permite obter uma concentração mais alta de nutrientes e antioxidantes (adeus, marcas da idade!), otimizando também a penetração dos ativos na pele. Para completar, as substâncias naturais desenvolvidas durante o processo de fermentação podem contribuir para aumentar o prazo de validade das fórmulas.

2022, O ANO DOS COSMÉTICOS FERMENTADOS?

Já há bastante tempo, algumas marcas de nicho oferecem cosméticos à base de ingredientes fermentados. O que observamos hoje é que, aos poucos, os gigantes do setor também estão buscando se adaptar aos novos anseios dos clientes. Aliás, o uso de fermentação no setor de cosméticos é uma das tendências que mais deverão crescer ao longo de 2022, segundo projeções da agência WGSN. Não seria de surpreender que, na esteira desse fenômeno, a kombucha, bebida à base de chá fermentado, encabece a lista dos ingredientes mais valorizados pelos consumidores.

Enquanto isso, já é possível se familiarizar com essa nova geração de cosméticos, graças a marcas como Gallinée, grande especialista dos prebióticos, que oferece um creme para a lavagem dos cabelos rico em água de arroz fermentado. Outras marcas também estão apostando nessa tendência, entre as quais a Innisfree, que comercializa máscaras à base de soja fermentada, e a Whamisa, empresa especializada em ingredientes fermentados.

PULSO DE VERÃO

TRAZ AS TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS DO PRIMEIRO TRIMESTRE

Por Isabela Silva | Fonte: Score Group

Ano novo e junto vem os recomeços. Por isso a Score Retail - empresa especialista de retail e shopper experience da B&Partners.co - e a Hibou publicaram o primeiro Pulso de 2022 (veja aqui na íntegra) medindo as expectativas e tendências do primeiro trimestre de 2022 tendo como base as respostas de 1.800 pessoas.

Metade dos brasileiros (50%) deseja ganhar mais dinheiro em 2022, além disso 13% aguardam uma vaga de emprego, e 12% não estão satisfeitos e desejam mudar de emprego.

Em relação ao consumo para o ano, 53% dos entrevistados responderam que será 'Buscando Promoções, 51% 'Economizando em tudo que posso, e 35% 'Cuidando da pele, looks e cabelo,. Quanto ao gasto, 39% disseram que irão gastar menos que em 2021, 25% gastarão o mesmo e 12% mais que em 2021. Ainda sobre as economias, 52% iniciam o ano com as contas em dia, 36% com alguma dívida e 12% com dinheiro sobrando.

De acordo com o estudo, 52% dos entrevistados apontam que começam o ano com as contas em dia e 12% afirmam que estarão com dinheiro sobrando. 36% declararam que devem iniciar o ano com dívidas - dentre eles, 26% afirmaram que os valores devidos ultrapassam os R\$ 15 mil.

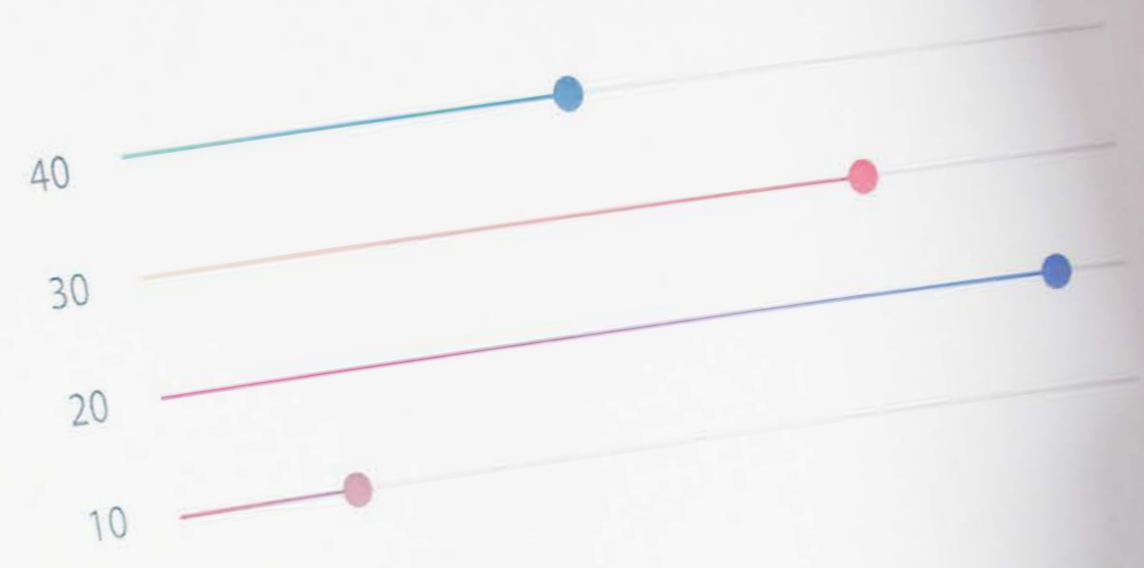
As dívidas dos consumidores se dividem em:
 2% Até R\$100,00
 5% Entre R\$100,01 e R\$500,00
 24% Entre R\$500,01 e R\$2.000,00

24% Entre R\$2.000,01 e R\$5.000,00
 19% Entre R\$5.000,01 e R\$15.000,00
 26% Mais de R\$15.000,01.

Os brasileiros querem equilibrar suas finanças neste ano. Economizar ao máximo, usar cupons de descontos e promoções são hábitos herdados de 2021 e que vão permanecer, aponta a pesquisa. Para 2022, as escolhas sobre os locais de compras tendem a ser as mesmas de 2021. 30% vão comprar tanto em lojas físicas quanto online; enquanto 29% pretendem manter as compras pela internet; e 8% querem comprar mais em lojas físicas.

Mesmo com o desejo de ganhar mais dinheiro em 2022, 39% dos brasileiros pretendem gastar menos do que no ano anterior; 25% acreditam que os gastos serão mantidos; 12% acreditam que vão gastar mais. 23% ainda não sabem como serão os gastos.

A pesquisa também analisou como as pessoas pretendem aproveitar o Verão, e 43% disseram que irão viajar. O meio de viagem escolhido ficou dividido entre carro - 71%, avião - 43%, ônibus - 12% e moto - 2%. Quanto aos destinos:
 Praia Deserta: 51%
 Sítio/Chácara: 32%
 Hotéis Fazenda: 31%



STOP L
 INFORM
 Information in certification is presented from November 2017 to April 2019

Cidade do interior: 30%
Resorts all inclusive: 29%
Cidades históricas: 29%
Trilhas e natureza: 26%
Praia agitada: 21%
Parques aquáticos: 16%
Metrópole (urbana): 10%
O Carnaval, que já foi cancelado em algumas cidades, mostra alguns dos planos para este ano:
Não me sinto seguro para sair - 45%
Descansando um pouco - 44%
Maratonando filmes ou séries em TV - 38%
Passando mais tempo com a família - 24%
Por fim, o Pulso abordou se existem planos de adquirir um bem durável atualmente ou nos próximos 18 meses:
Carro: 24%
Imóvel: 23%
Eletroeletrônicos: 17%
Moto: 3%

"Começamos o ano com algumas incertezas, por isso os consumidores estão com uma mentalidade mais econômica e cautelosa. Os planos de viagem ainda devem mudar mais e alguns hábitos de 2021 ainda vão permanecer, como as compras online, a busca por promoções, cupons e o streaming em alta. O relacionamento com o consumidor ainda terá muitos pontos de contato no mundo digital por isso a busca por entretenimento irá aumentar cada vez mais, tanto no online quanto no físico." comenta Ana Letycia, Head de planejamento da Score Retail.

COM A INFLAÇÃO EM ALTA E UM CENÁRIO ECONÔMICO INCERTO, OS DESAFIOS ECONÔMICOS ENFRENTADOS PELA PANDEMIA COLOCARAM AS FINANÇAS NA MIRA DOS BRASILEIROS.



ABISA 20 S U D E S T E 22

EM NOVA DATA!
11 E 12
DE MAIO

7 EVENTOS NO MESMO PAVILHÃO!
GARANTA SUA EMPRESA NO MAIOR
EVENTO DA **AMÉRICA LATINA!**

MAIS DE 4000
PESSOAS
TRANSITANDO POR
DIA NO LOCAL!

**EXPO**
D. PEDRO
CAMPINAS - SP

4º ABISA SUDESTE



**FENAGRA 2022**
Feira Internacional da Agroindústria
FEED & FOOD
TECNOLOGIA e PROCESSAMENTO

- EXPO PET FOOD
- EXPO ÓLEOS & GORDURAS
- EXPO AQUA FEED
- EXPO ANIMAL FEED
- FEED & FOOD
- RECICLAGEM ANIMAL

MAIORES INFORMAÇÕES:

+ 55 21 986244595
WWW.ABISA.COM.BR

PESQUISA REVELA QUE MULHERES A PARTIR DE 55 ANOS

ESTÃO MAIS SATISFEITAS COM A PRÓPRIA PELE DO QUE AS MAIS JOVENS

Fonte: Guia da Farmácia

A pele é o maior órgão do corpo, além da parte mais visível. Por essa razão, é comum relacioná-la à forma como cada pessoa se enxerga e, portanto, cuidar da sua saúde pode influenciar questões emocionais, como autoestima e confiança. Foi o que mostrou um estudo conduzido pelo IBOPE DTM no início deste ano, e realizado com duas mil mulheres internautas de todo o Brasil, de classes A, B e C, a partir dos 16 anos. De acordo com a pesquisa, que trouxe um panorama sobre os hábitos de autocuidado das mulheres brasileiras com sua pele, as mulheres com idade a partir de 55 anos são as mais satisfeitas com a pele do rosto – 39% delas fazem a afirmação, contra 20% no caso das mais jovens. E, não à toa, são elas que se mostraram mais atentas à saúde da pele, já que 57% das entrevistadas que estão nessa faixa etária se consultam com o(a) dermatologista, enquanto no caso das mais jovens essa porcentagem cai para 37%. Ou seja: essa maior satisfação com a pele pode ser consequência do maior cuidado que as mulheres 55+ têm com sua saúde.

Por outro lado, há um ponto em comum entre as mulheres de todas as idades: a importância da hidratação. A maioria (91%) das entrevistadas, considerando todas as faixas etárias, considera a prática fundamental para a saúde da pele. Entre as de maior idade, a pesquisa indicou que 80% afirmam usar algum produto hidratante no rosto, e 86% no corpo, sendo que 68% delas concordam com a afirmação de que uma hidratação só é eficaz quando é profunda, o que reforça a necessidade de produtos que proporcionem esse benefício na rotina de autocuidado de todas as mulheres.

CUIDADOS COM A SAÚDE DA PELE MADURA

O envelhecimento é um processo natural da pele, e ela é uma das primeiras a dar os sinais de que os anos estão passando. Perda de elasticidade e da hidratação natural, por exemplo, são alguns dos reflexos do efeito do tempo. Pele mais seca, inclusive, foi uma das questões apontadas pelas mulheres acima dos 55 anos. Do total das entrevistadas, 7% responderam que identificam sua pele como sendo seca. Já entre as de 55+, 14% afirmam ter a pele seca.

“Com o passar do tempo, a pele diminui a produção de lipídios – que ajudam a evitar o ressecamento e a perda de água – e tende a ficar mais ressecada, podendo até apresentar descamação. Por isso, é sempre importante manter os cuidados, principalmente no que se refere à sua hidratação”, explica a dermatologista e membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia e Gerente Médica da Bayer, Juliana Machado Canosa.

Para uma rotina de cuidados completa, o primeiro passo é realizar a limpeza da pele, idealmente, com um gel suave. “O mais recomendado são produtos que não contenham agentes detergentes agressivos, como o sabão, e que consigam remover a sujeira, partículas de poluição e o excesso de oleosidade sem danificar a barreira cutânea, ou seja, sem remover gordura (lipídios) e sem sensibilizar a pele”, comenta a dermatologista.

Lançado recentemente pela marca Bepantol® Derma, o Gel Facial Limpeza Delicada é recomendado para a pele normal a seca, e conta com

LEVANTAMENTO DO IBOPE ENCOMENDADO PELA MARCA BEPANTOL® DERMA, QUE TRAZ UM PANORAMA SOBRE OS HÁBITOS DE AUTOCUIDADO DAS BRASILEIRAS COM A SAÚDE DA SUA PELE, APONTA QUE MULHERES MAIS MADURAS TAMBÉM VÃO MAIS AO DERMATOLOGISTA.

com fórmula livre de sabão e parabenos, oferecendo uma combinação de ingredientes que permitam uma limpeza delicada, enquanto preserva os níveis de hidratação natural, deixando a pele com uma sensação suave, sem irritá-la.

Mesmo optando por um gel de limpeza com propriedades hidratantes, é importante reforçar que ele não substitui o uso de um hidratante adequado. Tanto para a pele do corpo, quanto para a do rosto, é importante aplicar o creme hidratante para complementar a rotina de autocuidado.

“Na hora da escolha de um produto, para obter uma hidratação intensa, o ideal é optar por aqueles que ofereçam ingredientes com mecanismos de ação diversificados, para agir em todos os níveis da pele seca, complementa a médica. Os hidratantes da nova linha de Bepantol® Derma contam com Dexpantenol Repair Complex* em sua fórmula, que age na causa principal da pele seca, restaurando-a de dentro para fora, pois auxilia no processo de restauração natural e evita a perda de água.

PARA AS MULHERES CUIDAREM DA PELE

Para o cuidado com a pele do rosto, a marca oferece a loção Hidratante Revitalizante com FPS 25, que proporciona uma hidratação imediata com duração de até 48 horas, e o Hidratante Restaura-

dor Noturno, que contém ingredientes especiais que ajudam a restaurar a pele durante a noite. Ambos são indicados para pele sensível e seca.

Já para o corpo, a nova linha conta com três produtos: duas variantes do Hidratante Restaurador loção pele seca, nas versões de 200ml e 400ml, que oferece uma hidratação imediata e intensa por até 48 horas, além do Balm Regenerador, indicado para pele extrasseca e descamativa, pois oferece alívio imediato e prolongado do ressecamento e previne a recorrência da irritação e do ressecamento intenso.

“O cuidado com a hidratação da pele não se trata apenas de um ato de vaidade, mas sim de um hábito importante em prol da saúde deste órgão. A hidratação adequada protege o organismo contra os agentes externos – como poluição, bactérias, partículas capazes de causar alergias, por exemplo –, pois reforça sua barreira de proteção, evitando assim possíveis irritações, além de melhorar sua textura e amenizar aquele aspecto esbranquiçado. O momento ideal para hidratar a pele do corpo e rosto é logo após o banho, quando a pele ainda está úmida, com foco em áreas mais ásperas como joelhos, cotovelos e calcanhares, que tendem a ficar mais ressecadas”, conclui a médica.

**Fórmula globalmente desenvolvida em parceria com dermatologistas.*



OLHOS

GUIA DEFINITIVO PARA CUIDAR DA PELE DA REGIÃO



A PELE SENSÍVEL REQUER CUIDADOS ESPECIAIS

Fonte: Redação Harpers Bazaar

Mais fina e sensível do que no resto do rosto, a pele da região dos olhos requer cuidados especiais. Conversamos com a dermatologista Larissa Oliveira, membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia, para montar um guia definitivo de como se cuidar:

ROTINA SKINCARE

Para tratar a área dos olhos é necessário, antes de tudo, uma boa rotina de cuidados, com três passos fundamentais: limpeza, hidratação e proteção solar.

Além de um sabonete específico para cada tipo de pele, também são indicados água micelar e tônicos suaves, necessários para remoção de resíduos e maquiagem.

Para hidratar, cremes à base de ácido retinóico, ácido hialurônico e vitamina C, em apresentações específicas para cada tipo de pele e idade. Filtros solares adequados ao tom de pele e oftalmologicamente testados, devem ser usados pela manhã e reaplicados a cada duas horas.

TRATAMENTOS SEM CIRURGIA

Dentre os tratamentos não invasivos mais indicados para essa região estão:

1. Toxina botulínica para tratamento das rugas dinâmicas como os pés de galinha, abertura do olhar e reposicionamento das sobrancelhas.
2. Ácido hialurônico para preenchimento de sulcos e olheiras, tratamento das rugas finas e melhora da hidratação da região.
3. Fios de tração para reposicionar as sobrancelhas caídas e promover o brow lifting sem cortes cirúrgicos.
4. Fios lisos para tratar a flacidez e rugas finas da pálpebra inferior, em especial, as rugas que não podem ser tratadas pela toxina botulínica.
5. Ultrassom focado: para tratamento das rugas finas e flacidez na pálpebra inferior e superior e para tratar a queda das sobrancelhas.
6. Lasers para tratamento do pigmento (olheiras escuras e manchas de sol) e vasos na região de pálpebra inferior.

RECEITINHA CASEIRA, PARA AR DESCANSADO

Uma dica prática e barata que alivia o aspecto da olheira escura e face cansada é utilizar chá de camomila. “Use gaze ou algodão embebidos em chá de camomila concentrado e gelado ou molhe os sachês do chá de camomila em água fria e repouse sobre os olhos. Em ambas as técnicas permaneça com as compressas durante 15 minutos sobre os olhos”, indica a dermatologista.



SALÃO CES

INDÚSTRIA DE BELEZA OFERECE
NOVAS EXPERIÊNCIAS COM O
METAVERSO

20

22

Por Vincent Gallon | Fonte: Brazil Beauty News | Tradução: Maria Marques

Com mais de 2.200 expositores previstos inicialmente, o Consumer Electronics Show precisou rever para baixo o número de participantes, em razão das muitas anulações provocadas pela pandemia. Apesar das condições difíceis, o salão foi mais uma vez o palco de uma série de inovações de ponta dedicadas à indústria de cosméticos.

NOVOS APARELHOS ELETRÔNICOS

Na edição deste ano, a L'Oréal, gigante mundial do setor de beleza, apresentou duas novidades: o Colorsonic, aparelho de coloração capilar para uso em casa, e o Coloright, sistema conectado à IA destinado aos cabeleireiros. Já a startup eslovena Ninu exibiu um aparelho portátil capaz de criar uma fragrância personalizada usando um aplicativo para smartphone.

Depois de ter dado uma pequena amostra de sua tecnologia no ano passado, a Ninu revelou desta vez o conceito final de seu "perfume inteligente", que oferece 100 fragrâncias em um único frasco. O aparelho é conectado via Bluetooth a um smartphone Android ou iOS. Por meio de um aplicativo, o usuário pode escolher entre uma coleção de fragrâncias criadas por mestres perfumistas, ou solicitar ajuda à IA para selecionar um perfume em função da hora, de seu estado de espírito ou do clima.

Paralelamente, a IFF e a SleepScore Labs apresentaram uma solução inédita que utiliza perfumes para melhorar a qualidade do sono.

EXPERIÊNCIAS METAVERSO

Mas foi principalmente o crescimento do conceito de beleza virtual que marcou a edição do CES deste ano, sobretudo por sua relação com um novo mundo que vem dando o que falar: o Metaverso. A Procter and Gamble, por exemplo, optou por

DEPOIS DE APRESENTAR A EDIÇÃO 2021 INTEIRAMENTE ON-LINE, O CES (CONSUMER TECHNOLOGY ASSOCIATION), ADOTOU O FORMATO HÍBRIDO NA EDIÇÃO 2022, REALIZADA DE 5 A 7 DE JANEIRO EM LAS VEGAS, NEVADA. EMBORA OS APARELHOS DE BELEZA FUTURISTAS AINDA FOSSEM O GRANDE DESTAQUE DESTA EDIÇÃO, A BELEZA VIRTUAL CONTINUOU A ALÇAR VOO, IMPULSIONADA PRINCIPALMENTE PELO METAVERSO.

uma experiência 100% on-line. A empresa criou um estande virtual chamado LifeLab, por meio do qual os participantes podiam entrar em contato e conversar on-line com representantes de marcas como Gillette e Oral-B.

Dando os primeiros passos no Metaverso, a P&G Beauty ofereceu também aos visitantes a possibilidade de interagir virtualmente com as marcas do Grupo, por meio de conteúdos transmitidos ao vivo ou simulados. Disponível no site BeautySPHERE.com e acessível a partir de um computador em qualquer lugar do mundo, a experiência interativa e imersiva em 3D não desapareceu com o fim do CES: ela constitui a primeira iniciativa do Grupo no sentido de oferecer experiências educativas e envolventes com suas marcas.

Da mesma forma, a Perfect Corp., empresa originária de Taiwan que fornece experiências digitais baseadas em IA e realidade aumentada, reduziu sua presença em Las Vegas, preferindo dar aces-

cesso a suas tecnologias mais inovadoras por meio de uma experiência virtual Metaverso, disponível no site da empresa. O objetivo era oferecer um panorama das inovações tecnológicas voltadas para os setores de beleza e moda e destinadas a proporcionar aos consumidores experiências mais ricas, bem como preparar as marcas para a chegada iminente do Metaverso.

Entre as novas soluções da Perfect Corp. para que o consumidor experimente virtualmente os produtos antes de comprar, estão uma nova ferramenta para testar bases faciais, um aplicativo de maquiagem em realidade aumentada por ví-

deo-chat, além de uma ferramenta de teste virtual de bijuterias. A Perfect Corp. promete democratizar o acesso a objetos virtuais de beleza e moda, disponibilizando os produtos digitais do Metaverso para todos os aparelhos equipados com câmera fotográfica. A empresa pretende também criar NFTs de beleza e moda e proporcionar experiências totalmente imersivas de e-commerce com teste virtual no Metaverso.

Embora tenha sido bem mais tranquila que as de outros anos, esta edição do CES ofereceu um panorama fascinante dos novos horizontes da Beauty Tech.



2022 SERÁ UM ANO DIVISOR DE ÁGUAS PARA A ADOÇÃO DA

IA

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL TERÁ UM IMPACTO MAIOR NA INDÚSTRIA DO QUE QUALQUER OUTRA CIÊNCIA OU TECNOLOGIA. SUA CRESCENTE ADOÇÃO E USO GENERALIZADO INDICAM QUE ESTAMOS À BEIRA DE UMA TRANSFORMAÇÃO.

Por Jim Chappell* | Fonte: Indústria 4.0

Em 1950, o matemático inglês Alan Turing se perguntou se as máquinas poderiam exibir um comportamento inteligente. Passados mais de 70 anos, elas certamente parecem fazê-lo. Seja como assistentes de smartphones, mecanismos de pesquisa úteis que parecem completar seus pensamentos ou como automóveis que alertam sobre situações de tráfego potencialmente perigosas, a inteligência artificial (IA) está ao nosso redor.

No entanto, nós sequer arranhamos a superfície do tremendo potencial da IA. A tecnologia já provou seu valor, com empresas de setores como indústria pesada e Óleo & Gás usando Inteligência Artificial para gerar valor por mais de uma década. Projeções indicam que 2022 pode ser um ano decisivo, com a adoção mais ampla da tecnologia nos negócios e na indústria. À medida que a tecnologia atinge a maioria, as organizações continuarão investindo nela para otimizar suas operações, reduzir custos, aumentar a eficiência e promover a resiliência das cadeias de valor. Em parte, como resposta à pandemia, a receita global de software de IA deve chegar a US\$ 62,5 bilhões este ano, um aumento de 21,3% em relação a 2021, de acordo com o Gartner. Vamos dar uma olhada em algumas das diferentes maneiras pelas quais a IA pode ser

implantada em 2022, e além.

DIFERENTES FORMAS DE IA ESTÃO COMEÇANDO A FUNCIONAR JUNTAS

O guarda-chuva da IA abrange muitas tecnologias diferentes que são aplicadas de várias maneiras. Algoritmos de aprendizado de máquina (Machine Learning), por exemplo, apoiam-se em modelos de dados para fazer previsões. Já o aprendizado por reforço permite que sistemas inteligentes testem novas abordagens e se adaptem de acordo com o fracasso ou o sucesso. O processamento de linguagem natural ajuda os computadores a se comunicarem com humanos, entre outros casos de uso.

Agora, começamos a ver vários tipos de IA sendo aplicados em um único ambiente de software para fornecer uma solução ainda mais avançada. Esses diferentes subcampos — cada um, uma tecnologia única — estão começando a trabalhar juntos para aprimorar a capacidade organizacional e melhorar o valor dos negócios.

Por meio de uma combinação de Inteligência Artificial e simulação baseada em física, por exemplo, vemos análises de ponta em ação na otimização preditiva de ativos, nas quais

prováveis falhas de ativos podem ser previstas juntamente com o fornecimento de um conjunto otimizado de ações para mitigar perdas. O tempo de inatividade da máquina e as perdas de produção podem, assim, ser eliminados, evoluindo ao longo do tempo para máquinas autônomas de autorrecuperação, economizando potencialmente centenas de milhões de dólares para grandes empresas industriais, o longo do caminho.

OS SISTEMAS DE IA TRANSFORMAM A CAPACIDADE HUMANA

Os sistemas de IA são um parceiro natural para a inteligência humana, e veremos essa sinergia nos próximos anos, à medida que o mundo adota os conceitos por trás da Indústria 5.0. Os modelos de inteligência artificial já ajudam na tomada de decisões humanas, fornecendo insights baseados em dados para melhorar o valor e a sustentabilidade — algo que a AVEVA chama de Performance Intelligence.

Agora, os computadores estão começando a ter um papel cada vez maior no trabalho pesado e na realização de análises detalhadas para seus parceiros humanos. No processo, os sistemas de IA tornarão os humanos melhores no que fazem. Tarefas

repetitivas já foram automatizadas. O próximo passo é reduzir erros com melhores parâmetros de tomada de decisão e maior eficiência.

Ao fornecer orientações sofisticadas e acionáveis aos humanos, a IA expandirá o escopo de nossos trabalhos e nos permitirá fazer mais coisas, com mais rapidez, elevando nossa capacidade e percepção ao longo do caminho.

SISTEMAS DE IA INCLUSIVOS E CONSCIENTES ESTÃO CHEGANDO

O uso generalizado da Inteligência Artificial fará com que os humanos deleguem quantidades cada vez maiores de trabalho às máquinas. Nesse contexto, as empresas precisarão pensar nos dados que estão coletando e em como os modelos de inteligência refletem consciente e inconscientemente os preconceitos do mundo real. Quando a IA é aplicada a dados tendenciosos, pode resultar em decisões ruins ou impróprias. Os regula-

dores também começarão a perceber esses vieses tecnológicos, e a sua eliminação será essencial para que as soluções de IA sejam confiáveis e aceitas.

O resultado disso é que as empresas começarão a adotar soluções de IA responsáveis, baseadas em princípios como justiça e transparência, resultando no uso de conjuntos de dados abrangentes e inclusivos e em melhor governança corporativa.

A simulação baseada em física combinada a modelos de dados de IA pode ajudar a aliviar os vieses de Inteligência Artificial no mundo industrial, um projeto no qual a AVEVA já está trabalhando. O software de simulação modela processos do mundo real e cria pseudo-sensores. Quando estes são introduzidos em um modelo de IA junto com dados de sensores físicos, podem melhorar significativamente o resultado em termos de precisão de previsão e redução de viés.

A IA MUDARÁ O MUNDO COMO O CONHECEMOS

Como tecnologia, a Inteligência Artificial tem o potencial de transformar a maneira como vivemos e trabalhamos. De plantas industriais a resultados ambientais, a IA terá um impacto maior na indústria e nos negócios do que qualquer outra tecnologia até agora na história do mundo. E ela está apenas mostrando seu potencial e, à medida que progride, terá um impacto crescente em todas as pessoas, em todos os setores.

Assim como a internet começou com o e-mail nas últimas décadas do século XX antes de se expandir para o ambiente conectado ao nosso redor hoje, estamos agora à beira de perceber e criar a natureza multifacetada e o valor da Inteligência Artificial. E seu uso crescente e generalizado indica que 2022 será o início dessa transformação. (*)

**Jim Chappell é Chefe Global de IA e Análise Avançada da AVEVA.*



2022

EVENTOS PRESENCIAIS

CAMPINAS - 11 E 12 DE MAIO
SALVADOR - 09 A 11 DE OUTUBRO

GARANTA SUA PARTICIPAÇÃO!
21 98624.4595 | zoe.abisa@gmail.com
WWW.ABISA.COM.BR



Imagem: Reprodução.

OS DESAFIOS DO CLAREAMENTO DAS REGIÕES DAS DOBRAS DO CORPO

A hiperpigmentação de axilas, virilhas, raiz da coxa e dobras do pescoço é sempre um desafio terapêutico, especialmente, porque para a obtenção de bons resultados, o auxílio no tratamento com clareadores tópicos é crônico.

Por isso, oferecer clareamento sem o desconforto de irritação, prurido e descamação, provocado por ativos despigmentantes, é um dilema enfrentado pelo dermatologista.

Essa dificuldade é ainda mais evidente em um país

caracterizado por misturas raciais e com peles com maior tendência ao escurecimento pós-inflamação e exposição solar.

Sabendo dessa realidade, a TheraSkin® possui uma linha completa de clareadores, desenvolvida especialmente para a pele brasileira. Um desses produtos é o Klassis® Speciale, que tem uma formulação inovadora livre de ácidos, com substâncias ativas clareadoras de eficácia comprovada e menor potencial para o desencadeamento de reações adversas, sendo indicado para todos os tipos de pele e uso durante o ano todo.

Fonte: TheraSkin

O produto foi especialmente desenvolvido para as áreas sensíveis e de dobras como as axilas e virilhas, com resultados comprovados em estudos clínicos, apresentando boa tolerabilidade clínica e eficácia no auxílio do tratamento das hiperpigmentações (desordens de pigmentação que tem origem numa produção exagerada de melanina).

OS BENEFÍCIOS DE KLASSIS SPECIALE

Em seu último estudo mais recente, realizado para investigar o potencial clareador de Klassis® Speciale, aplicado duas vezes ao dia na virilha, o produto ofereceu clareamento a partir do 28º dia e continuou clareando de forma gradual e contínua até o 84º dia.

O produto possui um Complexo Pró-iluminador com quatro agentes clareadores, entre eles o inovador Peptídeo Clareador (Oligopeptídeo-34). Tem ainda SymCalmin® com ações anti-inflamatórias e antioxidantes. Entre os benefícios do produto, estão:

- Melhora significativa da luminosidade da pele.
- Melhora significativa da qualidade de vida.
- Traz em sua composição o SepiWhite™, derivado de aminoácido que inibe a atividade dos hormônios estimuladores de alfa-melanócitos (MSH), cuja função é estimular as células da pele a produzir melanina.
- Garante a pele uniforme e bem cuidada.
- Promove um clareamento de

até 90% em axilas, avaliado em estudo clínico.

MERCADO PROMISSOR

De acordo com o censo da Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) sobre doenças da pele, os transtornos da pigmentação constituíam a terceira principal causa de consultas dermatológicas, mesmo em uma amostra de maioria branca (77%), acarretando impacto estético e social negativo nos pacientes acometidos.

A linha Klassis® é atualmente a linha mais prescrita pelos dermatologistas. "Klassis® Speciale irá reforçar nossa posição de liderança no segmento de dermoclareadores", afirma o gerente de produtos da TheraSkin®, Márcio Tinelli.



Imagem: Reprodução.

DE ACORDO COM O CENSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE DERMATOLOGIA (SBD) SOBRE DOENÇAS DA PELE, OS TRANSTORNOS DA PIGMENTAÇÃO CONSTITUÍAM A TERCEIRA PRINCIPAL CAUSA DE CONSULTAS DERMATOLÓGICAS, MESMO EM UMA AMOSTRA DE MAIORIA BRANCA (77%), ACARRETANDO IMPACTO ESTÉTICO E SOCIAL NEGATIVO NOS PACIENTES ACOMETIDOS.

ESTA É A GRANDE QUESTÃO DO MOVIMENTO QUE PREGA UMA VIDA SAUDÁVEL E, EM TESE, EQUILIBRADA.

Por Anna Paula Buchalla | Fonte: Harpers Bazaar

A essa altura, você já ouviu falar dos grupos ativistas anti-vaxx. Muitos trazem na bagagem o não à vacina contra o coronavírus como forma de protestar pela obrigatoriedade de injetar o que eles consideram uma “droga” no organismo. E fazem da liberdade de escolher uma vida saudável e livre de químicas sua bandeira, alegando que a vacina altera níveis energéticos e vibracionais do corpo, com efeitos desconhecidos a longo prazo.

Há ainda um pequeno grupo que vai além, e se envolve em teorias conspiratórias, como as que pregam que todos que tomam a vacina contra a Covid-19 passam a ser rastreáveis por meio de um microchip. É o extremo do extremo.

De sucos e smoothies naturais que evitam e até curam câncer, à meditação como remédio natural contra doenças reais, diabetes entre elas, as redes sociais se tornaram palco de propagação de receitas de alimentos e atitudes milagrosas em prol da boa saúde. Em comum, todos defendem que os obstáculos podem ser superados apenas com dieta orgânica, exercícios, níveis suficientes de vitamina D e pensamento positivo. E nada mais.

Depoimentos se multiplicam em Instagram, Facebook e Youtube, com histórias de pessoas que curaram anos de distúrbios intestinais com um bowl de nutrientes anti-inflamatórios, ou a depressão grave com meditação transcendental. Nenhum deles com comprovação científica, apenas relatos de casos – o que vai contra os princípios e a base da ciência ocidental, o que de melhor temos como embasamento até agora. É o que especialistas têm chamado de “dark side of wellness”.

Nada errado com o arsenal natureba – muito pelo contrário, ele é, de longe, a melhor arma da boa saúde. Mas defender o uso de métodos de cura alternativos no lugar dos cientificamente reconhecidos como eficazes é a raiz do pro-

blema que o mundo enfrenta hoje. Por conta da rápida disseminação dessas informações, muitas pessoas acabam embarcando em teorias de influenciadores wellness com pouco ou nenhum background para suas pregações. Ser vegano não faz de ninguém um porta-voz da saúde alternativa em detrimento da medicina tradicional. “É preciso ter cuidado porque há muito engodo e charlatanismo na internet. Siga apenas fontes sérias e coerentes com pesquisas clínicas corretas”, alerta o médico nutrólogo Daniel Magnoni, do Hospital do Coração, de São Paulo.

Ignorar a ciência tem se provado mais perigoso do que se imaginava – e a explosão de casos da nova variante ômicron do coronavírus está aí para provar que países que não aderiram à vacinação em massa estão pagando o seu preço com a alta das internações, inclusive. Ou seja, a atitude de poucos pode impactar na maioria.

O ideal de saúde holística tem ainda um outro questionamento: pode funcionar, sim, mas para um classe mais privilegiada social e economicamente, com acesso a bons hospitais e medicamentos, caso a terapia estritamente natural não se mostre efetiva. Não é o que acontece com os menos favorecidos – em todo o mundo, pretos e pobres são os mais afetados pela Covid-19.

“É PRECISO TER CUIDADO PORQUE HÁ MUITO ENGODO E CHARLATANISMO NA INTERNET. SIGA APENAS FONTES SÉRIAS E COERENTES COM PESQUISAS CLÍNICAS CORRETAS.[...]”

EGOWELLNESS:

QUAL O LIMITE ENTRE CUIDAR DE SI E TER COMPORTAMENTOS EGOÍSTAS?

Imagem: Reprodução.

Há ainda uma indústria bilionária por trás dos gurus de wellness, que vendem um universo de suplementos de clean eating, superfoods, cristais, banhos de autocuidado, skincare vegano e, claro, todo tipo de acessório para as práticas de ioga e meditação.

A indústria do bem-estar hoje vale 4,5 trilhões de dólares, com a marca Goop, de Gwyneth Paltrow valendo 250 milhões sozinha. Seu site, aliás, fez uma lista de produtos recomendados por seu "praticante de medicina funcional" para ajudar a aliviar a Covid longa. Nenhum respaldo médico. Pessoas como Paltrow e a modelo australiana Miranda Kerr, que lançou sua marca de skincare Kora Organics, e tem mais de 12 milhões de seguidores no Instagram, têm enorme poder de sedução e persuasão. E há um esquadrão de pessoas desassistidas e vulneráveis em busca de todo o tipo de atenção.

Por fim, o movimento wellness é inegavelmente importante, mas, sem controle, codifica um individualismo desenfreado: a ideia de que somente você é responsável por seu bem-estar. Os gurus tratam a si mesmo como uma fonte de melhorias sem fim. Mas o fato é que, no fim das contas, a pandemia trouxe à tona a verdade de que a boa saúde é um luxo. Nos países mais ricos, como a Inglaterra, os mais abastados vivem em média uma década a mais do que os mais pobres.

Mais do que olhar para dentro, esse é um momento de olhar para fora, para o mundo, e entender como melhorá-lo. E isso inclui alguns sacrifícios e atitudes contra a vontade, em prol de um bem maior. Como tomar a vacina, por exemplo, e proteger a si e aos mais vulneráveis. O bem-estar cego, ao contrário, incentiva as pessoas a encontrarem realização espiritual e um corpo saudável olhando única e exclusivamente para si. Um wellness egoísta, enfim.

HÁ AINDA UMA INDÚSTRIA BILIONÁRIA POR TRÁS DOS GURUS DE WELLNESS, QUE VENDEM UM UNIVERSO DE SUPLEMENTOS DE CLEAN EATING, SUPERFOODS, CRISTAIS, BANHOS DE AUTOCUIDADO, SKINCARE VEGANO E, CLARO, TODO TIPO DE ACESSÓRIO PARA AS PRÁTICAS DE IOGA E MEDITAÇÃO.



MAQUIAGEM:

APROVEITAR A INFINIDADE DE CORES QUE O MUNDO VEGETAL OFERECE

PARA ATENDER À DEMANDA POR PRODUTOS COSMÉTICOS MAIS NATURAIS, VÁRIAS MARCAS DE MAQUIAGEM HOJE OFERECEM BATONS, BASES FACIAIS E RÍMEL À BASE DE CORANTES NATURAIS DE ORIGEM VEGETAL. A ÉPOCA DA MAQUIAGEM NATURAL SEM BRILHO, INCAPAZ DE OFERECER UMA GAMA DE CORES ATRAENTE, É COISA DO PASSADO: HOJE, OS LABORATÓRIOS DE FORMULAÇÃO DISPÕEM DE UMA SELETA COLEÇÃO DE CORANTES OBTIDOS DE PLANTAS. COM ESSES INGREDIENTES DE GRANDE INTENSIDADE E ESTABILIDADE, AS MARCAS PODEM SE EMANCIPAR NÃO SOMENTE DO USO DE DERIVADOS DA INDÚSTRIA PETROQUÍMICA, COMO TAMBÉM DE INSUMOS COMO CARMIM E PIGMENTOS MINERAIS.

Fonte: News Quimiweb

A marca Le Rouge Français, uma das pioneiras da área, oferece fórmulas à base de corantes fabricados com plantas tintoriais, como ruiva-dos-tintureiros (*Rubia Tinctorum*), ibirapitanga (ou pau-brasil-da-índia), flor de lótus e hibisco. Já a marca La Bouche Rouge utiliza pigmentos obtidos de algas, por exemplo o wakame (*Undaria pinnatifida*).

De fato, hoje já é possível criar fórmulas de maquiagem sustentáveis, com alta porcentagem de ingredientes naturais, em que cada componente objetiva amplificar a ação das moléculas de pigmentação e estabilizá-las.

FLORES, RAÍZES, FOLHAS E TUBÉRCULOS RICOS EM SUBSTÂNCIAS CORANTES

Muitos vegetais, alguns dos quais já são utilizados na indústria de cosméticos, contêm pigmentos muito interessantes para a formulação de produtos de maquiagem.

O cártamo (*Carthamus tinctorius L.*), também conhecido como açafão, contém quinonas de cor vermelha/marrom, como alizarina, purpuroxantina, rubiadina, pseudopurpurina, bem como cartamina de cor rosa fúcsia e vermelho carmim. O pastel-de-tintureiro, ou ísatis (*Isatis tinctoria L.*), contém indicano - também presente nas folhas do indigueiro e precursor do pigmento azul indigotina. A romã (*Punica granatum*) contém taninos de cor amarela, cinza acastanhado, ocre e cáqui, entre outras tonalidades.

ESTABILIZAR E INTENSIFICAR OS PIGMENTOS

Existem vários métodos para estabilizar os pigmentos vegetais, protegendo-os contra a luz, o pH e o calor, e para intensificar as moléculas corantes. Um deles é o uso de CO₂ supercrítico associado a substratos inertes - como argila, sílica, carbonato de cálcio - ou a açúcares, como maltodextrina.

Os corantes são incorporados a esses substratos e estabilizados graças a processos patenteados e altamente complexos. A cuidadosa dosagem de ingredientes que compõem as fórmulas tem um impacto decisivo no resultado.

Para intensificar a cor no processo de formulação, os laboratórios podem integrar óleos voláteis naturais, como alcanos de cadeia curta obtidos a partir de biomassa vegetal, associando-os a agentes filmogênicos naturais.

Mas existem outras possibilidades: o pululano

hidrodispersível pode ser usado em fórmulas de rímel à base de água; o exsudato de Shorea Robusta (árvore-de-sal), substância lipodispersível, é usado, por exemplo, na fabricação de blush e de bases faciais em pó. Esses dois ingredientes, que garantem resistência e durabilidade às cores, têm um papel fundamental na formulação.

Portanto, muitas soluções técnicas estão disponíveis atualmente e podem ser adaptadas aos pigmentos selecionados. Assim, abrem-se novos horizontes de atuação para as empresas especializadas em maquiagem.



Prímola
Fragrâncias

A emoção de
perfumar a vida

Matriz: Lauro de Freitas/BA
Filiais: Goiânia/GO e Nova Lima/MG

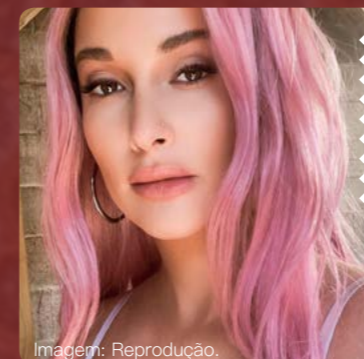
Prímola Fragrâncias Ltda.
www.primola.com.br

Fonte: Redação Harpers Bazaar

10 TENDÊNCIAS DE CABELO PARA 2022



O novo ano já chegou e com ele as tendências de beauté que prometem bombar em 2022. Na nossa lista, revelamos 10 apostas de cabelo que vão fazer sucesso. Anote as dicas:



CORES FORTES

O cabelo com cores fortes, como rosa e azul, não vai sair de moda em 2022. Pode apostar que a cor do ano segundo a Pantone, a Very Peri, vai ser o hit do ano.



MEIO PRESO

Deixe o rabo de cavalo de lado e aposte no cabelo meio preso, como o da artista Ursula Stephen. O segredo deste penteado é dar volume e brilho aos fios com óleos capilares de sua preferência.



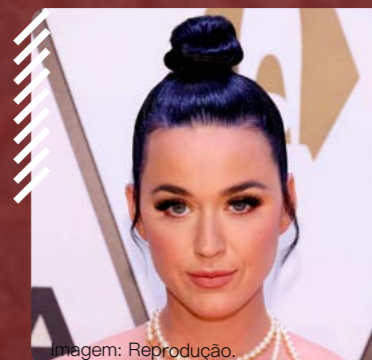
O GRISALHO

A onda do cabelo grisalho ganhou força na pandemia e veio para ficar. O visual natural tem muito fôlego para continuar em alta em 2022, como mostra a atriz Andie McDowell.



MORENAS

Nomes como Billie Eilish e Katy Perry deixam o loiro "de praia" de lado e adotam o preto – as morenas vão reinar no ano que vem!



MUITO BRILHO

A regra de 2022 é ter fios marcados pelos brilhos, como os da modelo Cindy Bruna.





CAMADAS BAGUNÇADAS

Prático e elegante: o corte em camadas e os fios bagunçados são apostas certas, como mostra a atriz HoYeon Jung.

FRANJAS RETRÔ

A franja de 2022 é longa e puro glam, com seu ar retrô e usada de lado, como a da artista Megan Thee Stallion.



O "BOB" CLÁSSICO

Difícil encontrar um corte mais prático do que o "bob" clássico. Selena Gomez adotou o seu na altura do queixo.

ANOS 1990

O cabelo ondulado e cheio de volume, que fez a cabeça das supermodelos nos anos 1990, está de volta, como mostra Olivia Wilde.



COQUE EM NÓ

O clássico coque chega renovado com o recurso do nó, como usa Madelyn Cline. Uma ótima dica para o penteado de casamento.

QUER — VER SUA EMPRESA EM NOSSA REVISTA



ENTRE EM CONTATO CONOSCO
E DISPONIBILIZAREMOS TODAS
AS INFORMAÇÕES POSSÍVEIS!

+55 21 986244595
zoe.abisa@gmail.com

SKINCARE PARA PELES NEGRAS:

CONHEÇA OS CUIDADOS ESSENCIAIS PARA O ROSTO E CORPO

Fonte: iBahia

A pele negra possui características que são exclusivas, como o alto nível de melanina e colágeno, que evitam o envelhecimento precoce e a torna mais resistente ao sol. Mesmo com essas proteções naturais, a pele negra precisa de cuidados para não adquirir manchas, foliculite ou o excesso de oleosidade, sendo essas as principais queixas.

A dermatofuncional da HTM Eletrônica, Aline Caniçais, explica que, por ter mais colágeno, a pele negra acaba sendo mais firme e resistente a rugas e linhas de expressão. "Além de sofrer pouco com os efeitos do amadurecimento, essa pele aparenta menos celulite e flacidez de pele, por ser mais firme. No entanto, há mais propensão a manchas escuras (hipercromias pós inflamatórias e melasmas), e também se faz necessário redobrar o cuidado com queloides" afirma.

A profissional preparou algumas dicas indispensáveis para a pele negra do rosto e do corpo. Confira:

OLEOSIDADE NUNCA MAIS

Por ter glândulas sebáceas maiores, a pele negra acaba sendo bem oleosa e, por esse motivo, precisa ser limpa duas vezes ao dia para evitar o entupimento dos poros e a formação de cravos e espinhas. Além disso, vale consultar um profissional da área para uma limpeza mais profunda e tratamentos complementares.

PROTETOR SOLAR, O MELHOR ALIADO

Por causa da alta quantidade de melanina, a pele negra possui uma proteção natural. Por outro

lado, ela não é suficiente para prevenir a região contra os danos dos raios solares. Por isso, é importante passar protetor solar todos os dias.

PELE MACIA PARA SEMPRE

Ao mesmo tempo em que a pele do rosto produz mais sebo e oleosidade, a pele do corpo resseca facilmente. Por isso, uma dica é fazer uma esfoliação potente no banho em áreas como pés, joelhos e cotovelos, que costumam ser bem ressecadas, a fim de retirar as células mortas e impurezas, dando lugar a uma pele de melhor qualidade e mais suave ao toque. As partículas encontradas nos produtos limpam a pele e a deixam mais lisa e fina, melhorando sua textura.

XÔ, MANCHAS

Quando as manchas já estão instaladas na pele, há várias opções disponíveis especialmente para as peles negras, mas sempre com indicação profissional. Entre eles, está o uso de LEDs, que atuam de modo a promover homogeneidade da coloração, por meio de hiper hidratação tecidual e melhora na função dos melanócitos (células que produzem a melanina), normalizando a produção e auxiliando na reabsorção do pigmento excessivamente instalado. Pode-se, inclusive, fazer uso de cosméticos que são ativados pela luz, potencializando ainda mais os efeitos.

MESMO COM ESSAS

PROTEÇÕES NATURAIS, A PELE NEGRA PRECISA DE CUIDADOS PARA NÃO ADQUIRIR MANCHAS, FOLICULITE OU O EXCESSO DE OLEOSIDADE, SENDO ESSAS AS PRINCIPAIS QUEIXAS.



PADRÕES DE BELEZA

EXCESSO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS PODE SER UM REFLEXO DAS NOSSAS EMOÇÕES



De acordo com uma pesquisa da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), nosso País é campeão mundial em cirurgias plásticas. Para ter uma noção, só em 2018 foram realizadas mais de 1,4 milhão no Brasil.

Apesar de ser ótimo sermos livres para fazer o que bem entendermos com nossos corpos, é importante entender primeiro qual é a nossa motivação para realizar um procedimento estético. Muitas vezes, há um problema emocional por trás dessa decisão, ou até mesmo um transtorno psicológico.

O doutor José Octavio Gonçalves de Freitas, presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica – Regional São Paulo (SBCP-SP), conta que isso sempre é avaliado pelos profissionais quando a paciente vai ao consultório. “A maior preocupação das mulheres normalmente é com o corpo. Não é a beleza em si, mas como ela se sente em relação a si mesma. Cabe ao médico ver se o ‘problema, está ligado realmente ao que ela demonstra”, explica.

Em outras palavras, o cirurgião precisa checar se a paciente quer fazer uma rinoplastia porque ela não gosta do nariz ou porque acha que só vai ser aceita pelo seu parceiro e amigas se tiver um nariz exatamente igual ao de uma influencer. Percebeu a diferença?

E a busca por um padrão de beleza que nem existe na vida real, potencializado pelas redes sociais ou por situações que nos deixam mais vulneráveis, como um término de namoro, acaba levando, muitas vezes, ao excesso desses procedimentos. “Na tentativa de resolver um proble-

ma, você cria outro, porque só transfere a sua queixa a outro local. Depois de operar o nariz, a paciente decide que agora as orelhas precisam ser alteradas”, complementa o cirurgião.

Em casos mais graves, esse desejo de mudar totalmente o corpo pode ser, inclusive, um indício de dismorfismo corporal – um transtorno psicológico no qual o portador fica constantemente preocupado com algum defeito na aparência que não é visto ou não é significativo para o resto das pessoas. É um grave problema que afeta cerca de 2% da população mundial, trazendo consigo ansiedade, baixa autoestima e depressão.

QUAL A SOLUÇÃO PARA ESSAS SITUAÇÕES?

Se esse for o seu caso, o ideal é procurar ajuda com um profissional formado em um curso de psicologia ou psiquiatria. “Se você buscar de cara um bom cirurgião plástico, ele irá negar a cirurgia e recomendará que busque orientação desses especialistas”, relata Freitas.

O presidente da SBCP conta que, na maioria das vezes, infelizmente, as mulheres vão em busca de novas opiniões médicas ao receber um “não”, até encontrar alguém que faça o procedimento. Por isso, é muito importante que você procure um profissional conceituado e com boas recomendações. Ele será capaz de avaliar se a sua queixa é movida pela sua vontade própria ou pela pressão estética que a sociedade nos impõe. “Lembre-se: cirurgia plástica não faz milagre”, conclui Freitas.

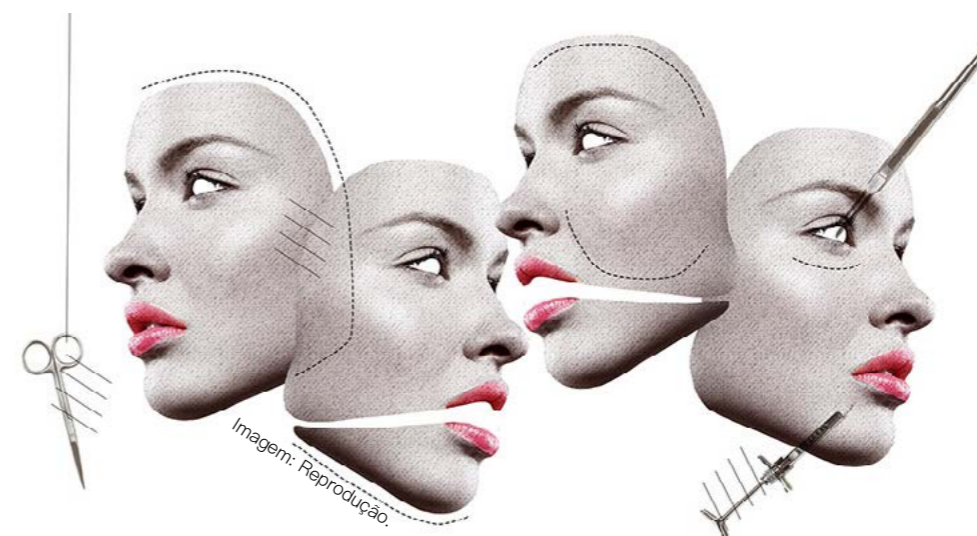


Imagem: Reprodução.



FRAGRANCES



e espuma

ACESSE NOSSAS EDIÇÕES ANTERIORES EM
WWW.ABISA.COM.BR

