

La seducción de lo natural

Los productos ecológicos, un filón que une bienestar y sostenibilidad.

I. DE LA FUENTE

No se trata de un matrimonio de conveniencia. La cosmética empieza a ir de la mano de la ecología. Es el inicio de una pequeña revolución: tras la comida sana, la cosmética saludable. Una vuelta a la tierra, convertida ahora, junto al agua, en la materia prima de maquillajes y cremas *bio*. La palabra *natural* vende, es ya en sí misma un mensaje publicitario. "Sugiere una apuesta por lo sostenible, respeto al medio ambiente, compromiso ético", afirma Mariela Leonardelli, asesora técnica de Ainhoa Bio. Pero no basta solo con utilizar ingredientes naturales, sino incorporar el concepto orgánico o ecológico a la cosmética.

"La diferencia entre un producto natural y uno ecológico es que este lleva certificación Ecocert, un sello que garantiza que ha sido formulado con ingredientes naturales de origen biológico y respetando el medio ambiente", afirma la asesora de Ainhoa Bio. Esta línea, asegura, se ajusta a estos criterios, ya que el 95% de sus ingredientes son naturales, con solo un 5%, como máximo, de ingredientes de síntesis. Para cumplir con los parámetros exigidos, un 95% de esos ingredientes naturales tienen que ser vegetales, y un 10% al menos, proceder de la agricultura biológica.

Además de la cosmética *bio*, Ainhoa tiene otras líneas convencionales y forma parte de Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética). La línea Bio está pensada para personas con una piel proclive a sufrir alergias o expuesta a tratamientos intensivos o situaciones de estrés. De todos modos, si la piel es extremadamente reactiva, sus fabricantes aconsejan probar el producto en la cara interna de la muñeca antes de aplicarla a la cara.

El aceite de argán es uno de los elementos más valorados dentro de la cosmética natural. El árbol del argán se encuentra en Marruecos, en la región berber de Issahra, y es el elemento primordial que distribuye la empresa Arganoil. "Es un producto novedoso

en España, pero muy conocido en Francia, de donde importamos la marca, Issahra", informa Eva Monge. En estado puro o combi-

nando este aceite con principios activos naturales al cien por cien, la firma ha creado un abanico de productos cosméticos que incluye lociones, cremas y jabones. En muchos de ellos están presentes también el aceite de jojoba, rosa mosqueta, pomelo... Todos están libres de parabenos, fenoxietanol, ingredientes de origen animal, aceites minerales y colorantes químicos. Cuentan, además, con la certificación Ecocert y, de acuerdo con la filosofía *bio* que los inspira, no se experimentan en animales.

El aceite de argán suele usarse como regenerador de la piel y en tratamientos para combatir problemas tan diversos como psoriasis, acné o estrías, según sus promotores. Arganoil lo distribuye no solo en España, sino en México y Corea. Parte de esta línea se dirige a *spas* y se utiliza en centros de belleza tan conocidos como el de Lorena Morlote y los de la cadena Sesebene.

"Existen entidades de carácter

Europa no tiene una normativa específica para la cosmética natural

Hay firmas 'bio' que rechazan la experimentación con animales

privado que han establecido criterios para clasificar algunos cosméticos como naturales u orgánicos. La Unión Europea, sin embargo, no contempla aún una normativa específica para la llamada cosmética natural", explica Ruth Expósito, doctora en Biología adscrita al Instituto de Estudios Biofuncionales del Departamento de Química-Física de la Facultad de



El fruto del argán, cuyo aceite es un poderoso activo empleado en la cosmética biológica (arriba, izquierda).

Farmacia de la Complutense. "Aunque existe una directiva de 1976 que regula el sector de la cosmética y que se ha ido modificando en los últimos años según las nuevas necesidades, queda pendiente afrontar el creciente mercado de los productos de belleza de origen orgánico. España es el socio de la Unión que está liderando el grupo de trabajo de normas ISO para avanzar en seguridad", continúa. Expósito forma parte del equipo que dirige la doctora Ángeles Heras en Farmacia y que en estos momentos investiga la introducción de ingredientes activos en nanopartículas para uso cosmético.

Se trata de un universo en auge "dentro de un mercado hondamente saturado", afirma la empresaria Nuria Stisin, distribuidora e importadora de productos de belleza y salud. "Busco productos prácticos y efectivos que no obligue a utilizar una gran cantidad de cosméticos", explica. Desde hace tiempo distribuye Cereal's, una gama facial basada en germen de arroz. "El aceite esencial se obtiene en el momento en que germina este cereal", explica. "Cereal's",

añade, "se fundamenta en diversas investigaciones y estudios clínicos, y el porcentaje de principios activos que incorpora es muy alto. Ahora bien, al no contener perfumes ni colorantes, son cremas 'que huelen' y su aspecto es más rústico", advierte. Stisin acaba de lanzar Young and Pure, una línea para pieles problemáticas, jóvenes y alérgicas. "Sin ingredientes petroquímicos y sintéticos ni parabenos, por lo que es apta también para vegetarianos y veganos", señala. Más adelante desarrollará una tercera gama, *Belleza sin crueldad (Beauty without cruelty)*, que cumplirá los criterios de respeto medioambiental a rajatabla.

Uno de sus cosméticos estrella es, sin embargo, el bautizado como "el mejor polvo de tu vida". Se trata de polvos sueltos o prensados que pueden aplicarse como maquillaje, colorete y sombra de ojos. En la gama corporal, Stisin confía en el poder de plantas como la meliloto, que debido a sus efectos drenantes ayuda a mejorar la circulación.

"La producción ecológica permite controlar el proceso de elab-

oración desde su origen. Es sin duda uno de sus principales valores. Pero hay que incidir también en la seguridad. No por ser naturales están todos libres necesariamente de alergénicos o de algún contaminante que pueda dañar a determinadas personas", explica Ruth Expósito. "En ese sentido, convendría establecer normas de etiquetado de los productos naturales en las que se incluya el porcentaje de cada uno de sus ingredientes".

Una de las firmas más jóvenes, Green People, se suma al filón de lo natural con el valor añadido de que gran parte de los activos que emplea provienen del comercio justo. Así, la manteca de *karité* que trae de Ghana está asociada a una iniciativa que da empleo a mujeres de la zona. Green People pertenece al grupo empresarial MBT, y como no podía ser menos, cuenta con una línea de cuidados para los pies. En ella, además de minerales o vitaminas, se utilizan papaya, melón o incluso seda líquida. Unos ingredientes que se deducen con solo nombrarlos. Aunque en este caso no entren por los ojos, sino por los pies. ■