

# COMPORTAMENTO

## Apesar das máscaras e do home office.

PUBLICIDADE



Imagem: Unsplash/Park Street

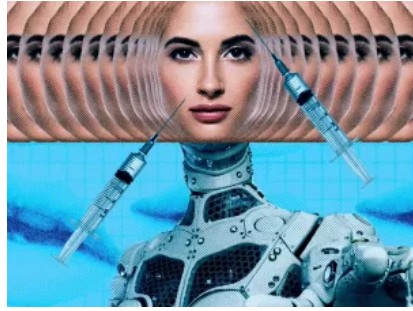
**Do TAB**

06/06/2021 04h01

Fechados dentro de casa ou com parte do rosto encoberto pela máscara, os brasileiros não deixaram de lado a rotina de beleza. Aliás, até gastaram mais com ela. Na comparação com 2019, em 2020 a ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) registrou alta de 21,9% nas vendas de produtos de cuidados com a pele, com destaque para um aumento de 91% na categoria de máscaras faciais, e de 153,2% nos esfoliantes corporais.

Não é segredo que o skincare ganhou espaço durante a pandemia, impulsionado pelo discurso de autocuidado em que o mercado da beleza já vinha apostando há algum tempo. Nesta semana, a trupe do CAOScast discute exatamente esse assunto no novo episódio veiculado em **TAB**, que

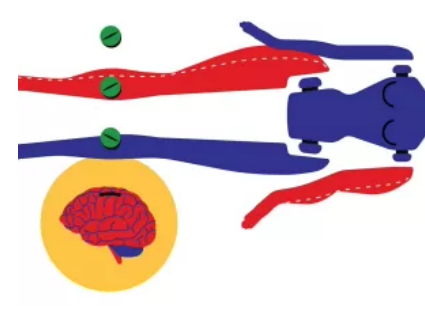




'Não quero magoar ninguém': como é uma consulta de harmonização facial



No Brasil, setor cosmético cresce junto com contingente de revendedoras sem vínculo trabalhista



Transumanismo mira manutenção da juventude, mas acerta na pressão estética e escancara a desigualdade social



O Brasil é o quarto país no ranking mundial de gastos com produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos segundo a Euromonitor, e é geralmente a população de menor renda que investe o maior percentual de seu salário em perfumes, por exemplo. O que explica isso? O pesquisador Tiago Faria dá uma pista: "Eu gosto sempre de lembrar do conceito de passabilidade social, presente no comportamento das classes mais baixas. São pessoas que precisam investir em beleza e cuidado para garantir que certos espaços as recebam. Obviamente que nessas sub camadas de códigos sociais tem muito preconceito, muito racismo" **(ouça a partir de 9:23)**.

Os altos gastos com beleza vão dos xampus e maquiagens da perfumaria às clínicas de estética. Mesmo sem encontrar muita gente na rua, todo mundo vê os outros — e a si mesmo — nas redes sociais o tempo todo. Aí pesam os filtros, que distorcem a nossa visão de como somos fora das câmeras e nos fazem crer que os outros são mesmo aquela versão "melhorada" (ou mais adequada aos padrões). O feed do Instagram virou um paradoxo: em um post, vemos a influenciadora com pele perfeita e rosto simétrico, no

crescimento muito grande nessa palavra horrrosa que é empoderamento, todo mundo começou a questionar os padrões de beleza e começou a tentar lutar cada vez mais por diversas outras formas de se sentir bonita, de se sentir bem, de bem-estar também. Nesse mesmo jogo, a gente ficou cada vez mais confortável com as alterações estéticas. Afinal, o Brasil é um país onde a gente está batendo panela para entender que todo mundo pode ser bonito, mas quando pode dá uma escapadinha no consultório de cirurgia plástica para fazer uma manutenção e um reparo", analisa o antropólogo Michel Alcoforado **(a partir de 23:22)**.

O mercado junta essas duas ideias num combo perfeito para estimular o consumo e ainda seguir "empoderando": é a ideia de que os produtos de beleza não vão nos transformar na modelo X ou nos dar uma pele igual à da influenciadora Y; o que esse monte de cosmético e intervenção pode fazer é te ajudar a encontrar a melhor versão de si mesma.

Se por um lado é claro que o interesse econômico predomina, por outro, a pesquisadora Rebeca de Moraes vê aí um aspecto positivo. "Eu acho que a gente pode enxergar, nesse novo modelo de relação entre marcas e consumidores de produtos estéticos, de beleza, a busca por essa pluralidade que a gente está falando, mas também a busca por produtos que se preocupam com o cuidado com o meio-ambiente e transparência com sua composição", avalia ela **(a partir de 40:44)**.

Quer entender melhor como o paradoxo da beleza vem se desenvolvendo aqui no Brasil? Escute o episódio completo de CAOScast acima!

COMUNICAR ERRO 

NEWSLETTERS | **TAB**<sub>uol</sub>

As melhores histórias contadas por repórteres do UOL que estão na rua em busca da realidade. Receba toda quarta.

Preencha seu email

CADASTRAR

## As mais lidas agora



Professor e candidato a



O que o experimento de



Conheça o laboratório de SP

Conteúdo De Marca

Medida pode c  
demis  
de RS