

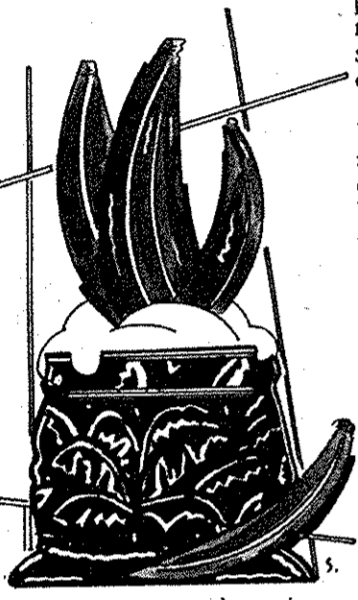
Quinta-feira — 26-7-90

# Modo de Vida

ANTENA

## BODY SHOP. COSMÉTICOS PARA NATURALISTA NENHUM COLOCAR DEFEITO.

É la é um fenômeno. No espaço de dez anos, a inglesa Anita Roddick transformou uma fabriqueta de cosméticos e uma lojinha numa rua de pouco movimento, em Londres, num império comercial que hoje abrange 37 países e teve lucros de 24 milhões de dólares no ano passado. Filha de pais italianos, 48 anos, cabelos pretos e anelados, gestos largos e uma energia radiante, Anita deixa qualquer um zozno quando começa a falar de suas atividades e dos planos que pretende pôr em prática. Se possível, no minuto seguinte. As palavras saltam dos lábios da empresária como pipocas em panela quente.



Do Brasil à Malásia, dos EUA à União Soviética, haverá sempre alguém fazendo alguma coisa por ela ou para ela. Melhor, para a "Body Shop", a indústria de cosméticos que fundou com o marido — o escocês Gordon Roddick — para que pudesse sobreviver com as duas filhas enquanto ele realizava um sonho: percorrer a América do Sul, no lombo de cavalos. O dinheiro que tomaram emprestado do banco para executar o projeto foi pago sem maior esforço, porque o sucesso da loja — ajudado por uma agência funerária — foi imediato. Em menos de dois anos surgia a primeira filial, e outras brotariam como cogumelos em metrópoles de todo o mundo.

Foi tudo muito rápido. As ações da "Body Shop" apareceram na Bolsa em 1984. Anita ganhou o título de "Empresária do Ano" em 1985, a "Body Shop" foi indicada pela Confederação das Indústrias Britânicas como a "Companhia do Ano" em 1987 e no ano seguinte, a Primeira-Ministra Margaret Thatcher recomendou a rainha Elizabeth II que conferisse a ela a "Ordem do Império Britânico".

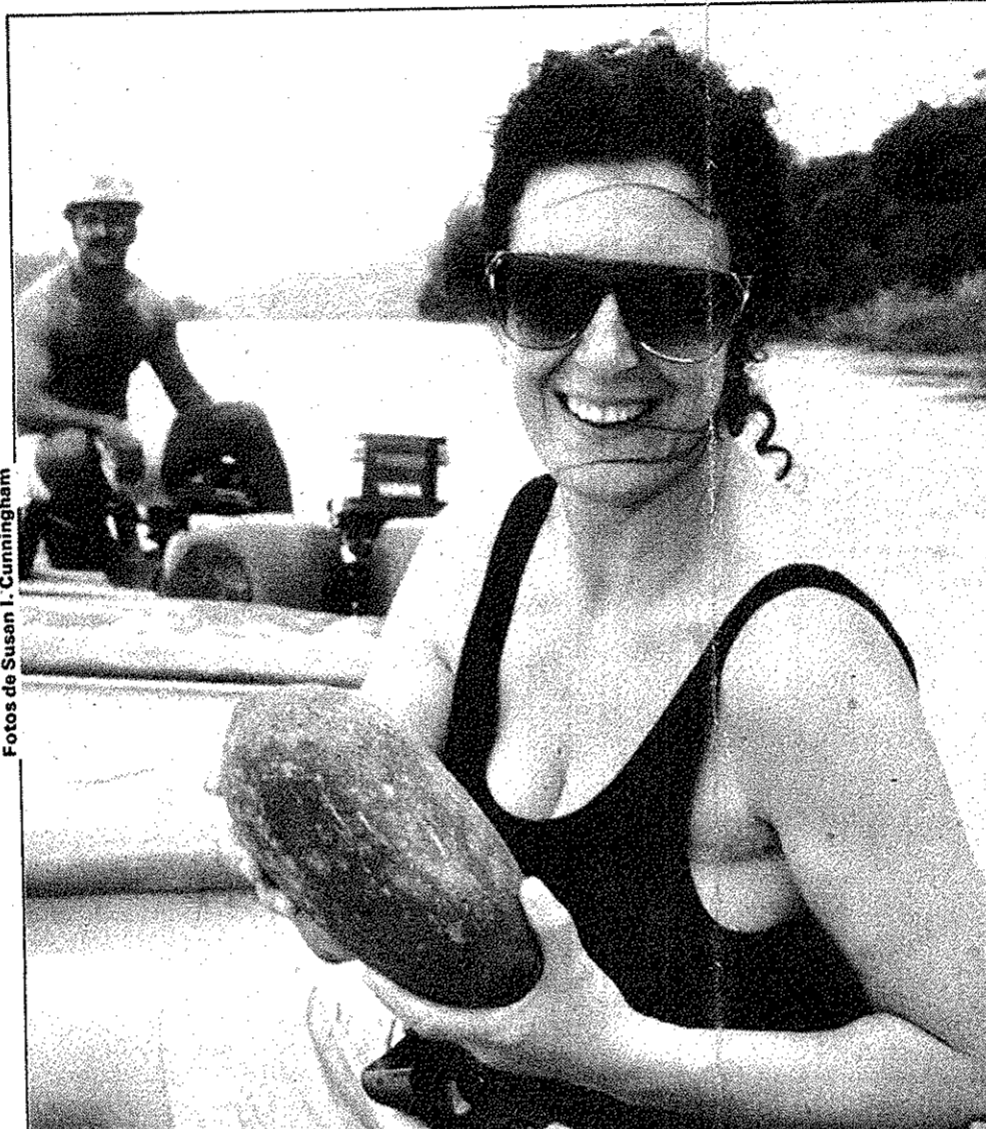
A "Body Shop" é um sucesso porque à frente da empresa está uma mulher dinâmica, que enxerga onde outros não conseguem ver. Anita Roddick percebeu, antes de todo mundo, que as velhas pregações dos hippies estavam voltando a surtir efeito, e que crescia acelerada a preferência do público por produtos naturais, na alimentação e para cuidados com o corpo. Outro fator de sucesso é o seu envolvimento em projetos comunitários e em campanhas de repercussão internacional, pela preservação da natureza.



Contato estreito com a vida nas florestas brasileiras

Nas lojas da rede, só para citar alguns exemplos, o papel usado na embalagem dos produtos é reciclado ou feito de material renovável. Todo o vazilhame com cremes e shampôs pode ser levado de volta para reaproveitamento, e quem o faz ganha descontos. Há um jornal, sempre à disposição nos balcões, orientando os fregueses sobre formas de combater o desperdício, de preservar o meio ambiente e de ajudar a salvar as florestas tropicais. Quando as queimadas na Amazônia atingiram um ponto em que deixou a Europa alarmada, Anita pediu aos seus fregueses que mandassem cartas de protesto para as lojas da "Body Shop" que ela se encarregaria de endereçar às autoridades brasileiras. E para que a campanha tivesse maior repercussão — e teve —, ela juntou os sacos cheios de envelopes e cobriu com eles a porta da Embaixada do Brasil em Londres. A "Body Shop" que fez de Anita uma das dez mulheres mais ricas do Reino Unido (uma fortuna avaliada em 50 milhões de dólares) e garantiu sua inclusão no livro "The New Tycoons" (Editora Simon Schuster), tem projetos em desenvolvimento em mais de uma dezena de países, dois deles envolvendo índios e seringueiros da Amazônia. Anita esteve no Brasil um punhado de vezes. Sozinha, com uma das filhas e com Gordon, visitou a Amazônia, alguns garimpos, conversou com os índios, fez negócios com eles, envolveu a Universidade de Belém na pesquisa de novos produtos, e saiu do país, na última vez, convencida de que o Brasil tem uma mina nas mãos e não está sabendo explorá-la.

Numa entrevista longa que deu ao correspondente José Carlos Santana, de Londres, para o "Modo de Vida", na verdade, foi mais um monólogo do que um diálogo, Anita falou de sua origem humilde, dos seus tempos de hippie, das dificuldades iniciais da "Body Shop", da briga que vem travando contra a idéia de que produtos de beleza não precisam ser testados em animais, dos projetos no Brasil, dos índios, e de tanta coisa mais que esta página não comportaria se tudo fosse mencionado.



Fotos de Susan L. Cunningham

A dinâmica Anita Roddick: levando o cupuçu da Amazônia para o Inglaterra.

**Modo de Vida — É todo dia assim, essa confusão de gente entrando e saindo, ou hoje é um dia especial na vida da sua empresa?**

**Anita —** Não, não há nada de especial, é assim mesmo. Esse é o meu jeito de trabalhar. Se surge um problema ou alguma idéia nova, prefiro que venham me dizer logo, enquanto ela está fresca, porque se eu pedir que esperem, que me falem noutra hora, o pensamento muda e muita coisa boa se perde. Isto aqui é uma família. Parece confusão mas funciona bem.

**MV — Uma família italiana, naturalmente...**

**A —** Pois é, como você sabe, sou italiana. Nasci neste país mas sou filha de pais italianos e herdei o temperamento e a energia deles.

**MV — O tino para os negócios também, não?**

**A —** Creio que sim. Quando meus pais vieram para cá, para Littlehampton, abriram um café para poder criar os filhos. Meu pai morreu quando eu era ainda uma criança, e desde então nunca mais parei de trabalhar. Primeiro com minha mãe, no café, e depois fazendo outras coisas. Meus amigos dizem que trabalho demais, mas eu não sei fazer outra coisa. Quando jovem, nunca pude e nunca tive tempo para o lazer.

**MV — Eu ouvi você dizendo na televisão que é uma hippie capitalista, é possível?**

**A —** Acho que sim. Eu acredito e guardo comigo muito do que li e ouvi nos meus tempos de hippie, mas minhas andanças pelos EUA. E ao mesmo tempo não tenho o menor preconceito, não me envergonho de dizer que quero ganhar muito dinheiro. Infelizmente, neste mundo em que vivemos o dinheiro vem em primeiro lugar, e para ajudar a fazer deste mundo um lugar melhor de se viver, só com muito dinheiro.

**MV — Você deve ter também sangue cigano, porque, com frequência, os jornais noticiam sua presença nos lugares mais estranhos do mundo.**

**A —** Eu realmente não paro. Nem eu nem o Gordon. E não é somente pelo prazer de viajar, mas porque, como você sabe, a "Body Shop" tem hoje mais de 300 lojas no mundo inteiro, funcionando no sistema de "franchise", e temos de assegurar que todas elas tenham a mesma decoração, o mesmo padrão, e ofereçam produtos com a mesma qualidade dos que vendemos aqui. Além disso, estamos sempre pesquisando, coletando e analisando materiais diferentes, naturais, para novas linhas de produtos. Nosso trabalho é muito excitante, muito interessante, porque mantemos contatos com pessoas de culturas a mais diferentes.

**MV — A "Body Shop", pelo que li a seu respeito, seria resultado desse interesse pela vida de outros povos, pelo que se passa em outras terras.**

**A —** Sim, claro e não só a idéia de fabricar produtos de higiene e beleza comervas, frutas e essências naturais, mas o próprio nome da empresa — Body Shop — eu trouxe de fora, foi inspirado em tabuletas que vi

em oficinas de consertos de automóveis nos Estados Unidos.

**MV — O que a imprensa diz sobre o começo da "Body Shop", em Brighton, é muito interessante. O famoso episódio da funerária, por exemplo, aconteceu mesmo?**

**A —** Aconteceu sim...  
**MV — Mas primeiro, de onde surgiu a idéia de trabalhar com cosméticos?**

**A —** Quando conheci o Gordon, que era escritor, eu não queria dar aulas porque neste país a vida de um professor é muito difícil. Ninguém te dá o valor que você merece. Então, resolvemos abrir um restaurante, deu tudo certo, foi ótimo para ganhar dinheiro, mas minhas viagens, sempre observei a maneira como diferentes povos, comunidades mais primitivas cuidavam da higiene e da pele. Quando estive na Polinésia, por exemplo, fiquei intrigada ao ver que as mulheres tinham peles ótimas, aveludadas, apesar de todo aquele sol e do banho freqüente no mar. Naturalmente que aquilo não era resultado de produtos importados da Europa, com rótulos famosos. O que elas passavam na pele era, simplesmente, manteiga de cacau. No Sri Lanka as mulheres usam a casca do abaca-

xi, o lado de dentro naturalmente, para massagear o rosto e o corpo.

**MV — E daí surge a idéia da loja com produtos naturais.**

**A —** Exato. Com a ajuda de um herbalista meu amigo começamos a fabricar cremes, sabonetes e shampôs, tudo absolutamente natural, e montamos a loja. Como havia muito pouco o que oferecer aos fregueses, pouco mais de uma dezena de produtos, o que fizemos foi diversificar o tamanho dos invólucros dos cremes, que eram garrafinhas de plástico usadas em laboratórios. Os sabonetes tinham cores diferentes, os rótulos nós preenchíamos a mão, e o resto ficava por conta da decoração. Deu certo.

**MV — E a encrenca com a funerária?**

**A —** Minha loja ficava exatamente do lado de uma funerária, e os proprietários acharam que eu devia mudar o nome, que não poderia chamá-la "Body Shop". Eles achavam que seria de mau gosto, muito constrangedor para quem fosse encomendar um enterro e deparasse com uma tabuleta sobre a porta do lado escrita "Loja do Corpo". Em cidade pequena estas coisas dão o que falar. Veio um repórter do jornal local conversar comigo, eu disse que os proprietários da funerária estavam ameaçando a sobrevivência de uma pobre dona de casa com filhos para criar, que eu só queria vender os meus cremes, pus a boca no mundo. O assunto rendeu e a publicidade fez aumentar a freguesia da loja.

**MV — Você acredita nos milagres que a indústria de cosméticos promete para quem usa os seus produtos?**

**A —** Que ninguém venha me dizer que este ou aquele creme elimina rugas ou faz com que a pele volte a ser um veludo, como na juventude. Os cremes que oferecemos na "Body Shop" são bons porque são naturais e porque ajudam manter a humidade da pele, a restaurar o seu equilíbrio e a evitar que se tornem quebradiças, sem vida. Não prometemos nada mais do que isto, porque sabemos que não estaríamos sendo honestos.

**MV — Qual é o "natural" que você defende?**

**A —** Vai desde o uso de composições simples com leites e óleos de plantas para manter a vida na pele, passa pela homeopatia e envolve até o modo de vida dos índios, cuja preservação defendo com ardente paixão.

**MV — Qual a lição que os índios brasileiros te passaram?**

**A —** Eles sabem mais da vida do que todos os cientistas juntos. No meio deles nada se perde, tudo se transforma de uma maneira equilibrada e com uma sabedoria preciosa. Nós estamos empregando seringueiros e os índios na colheita de frutos e raízes que usamos há anos nos nossos produtos.

**MV — Há algum novo produto que você tenha desenvolvido a partir desse contato mais estreito com a flora brasileira?**

**A —** Pretendemos lançar toda uma linha baseada na castanha do Pará. No seu leite, no óleo e farelo. O Pessoal da Universidade de Belém está trabalhando para a gente na pesquisa e análise.

O uso da polpa da banana para domar e amaciar os cabelos é outra novidade. Os produtos derivados da banana foram testados nos EUA, primeiro, e brevemente estarão à venda em todas as lojas da rede.

**"Nas minhas andanças pelo mundo, percebi que as polinésias passavam manteiga de cacau na pele. No Sri Lanka, elas usam a casca do abacaxi para massagear o corpo."**

**"Estou empregando seringueiros e índios brasileiros na coleta de frutos e raízes. Pretendo lançar uma linha baseada na castanha do Pará e outra na polpa da banana."**

No Xingu, em busca de um sabedoria em extinção

