

Povos Indígenas no Brasil

Fonte O Globo Class.: 40
 Data 31/07/93 Pg.: 4 - Ela

Beleza com papo-cabeça

Anita Roddick,
da Body Shop,
ama os Caiapós

EVA JOORY

A inglesa Anita Roddick, dona da cadeia de lojas Body Shop, virou uma espécie de símbolo para as **businesswomen**. Quando há dez anos montou sua primeira loja em Londres, ela não imaginava que iria fazer tanto sucesso. Em pouco tempo espalhou sua cadeia pela Inglaterra e depois por outros 42 países. Enquanto isso, Body Shop virava sinônimo de qualidade, com sua variedade de produtos de beleza naturais, suas campanhas ambientais e sua recusa em apoiar, em prol da vaidade humana, crueldades contra animais na indústria dos cosméticos. Tudo muito politicamente correto.

A imagem de mulher batalhadora e idealista conquistou um lugar no mundo dos **businessmen**. Tanto trabalho parece não esgotar Anita. Além de cuidar, ao lado do marido Gordon, da qualidade de seus produtos, ela ainda encontra tempo para viajar pelo mundo à procura de ingredientes e dar palestras. Em entrevista exclusiva ao GLOBO por fax, de Londres, Anita diz que um dos aspectos mais importantes para os negócios é o idealismo:

— Companhias como a nossa mostram que o capitalismo instruído oferece mais esperança para o futuro. Imagine o quanto o mundo seria melhor se todos que fizessem sucesso no mundo dos negócios recolocassem mais do que recolhem.
Bonito, não?



A dona da Body Shop em Gana, na África

Anita, amiga de Denise Stoklos, com índios africanos em Maasi, Quênia



‘Não me identifico com os anos 80’

O GLOBO — Quando você começou, pensava que sua loja iria se transformar num grande negócio?

ANITA RODDICK — O segredo do sucesso de qualquer empresário é identificar uma necessidade. Sabia que a Body Shop era uma coisa necessária quando abri minha primeira loja em Brighton (a 50 minutos de Londres), mas não tinha a mínima idéia de que fosse se transformar num negócio global.

O GLOBO — Qual foi a sua intenção inicial? O que mudou?

ANITA — Meu desejo imediato era sustentar minhas filhas enquanto meu marido viajava pelas Américas. O desperdício gerado pela indústria dos cosméticos me desagradava. Foi isso que determinou o perfil da Body Shop. As pessoas devem poder comprar produtos sem o excesso das embalagens, que geralmente elevam os preços. Também gostava da idéia de vender produtos

naturais, inspirada na prática de outras culturas. A Body Shop ainda usa esses critérios hoje.

O GLOBO — Você misturou o idealismo dos anos 60 com o instinto empresarial dos 80?

ANITA — Sim, meus ideais foram formados pela abertura dos anos 60, mas não identifico meu instinto empresarial com uma década tão excessiva quanto a de 80. Prefiro pensar no meu instinto como uma extensão natural da minha personalidade.

O GLOBO — Alguma coisa mudou por você ser mulher?

ANITA — O fato de ser mulher me fez trabalhar mais arduamente, afinal eu estava lidando com um mundo dominado por homens. Mas como mulher não tinha idéia de como entrar no jogo deles, por isso me senti livre para quebrar regras.

O GLOBO — Tem alguma filosofia de vida?

ANITA — O princípio que me guia é, nas palavras do escritor americano Ralph Waldo Emerson, “colocar amor onde o trabalho está”. E principalmente ser corajosa, porque não há um lugar que não esteja cheio.

O GLOBO — O que lhe dá mais prazer?

ANITA — Conhecer novos lugares, aprender coisas novas. Mas meu maior prazer é a intimidade: conversar com pessoas que amo, ou com pessoas cuja visão é mais clara que a minha. Em suma, uma educação contínua.

O GLOBO — É difícil passar tempo com sua família?

ANITA — Minhas filhas têm 23 e 21 anos e já vivem suas vidas. Como viajo muito, vejo-as cada vez menos. Tentamos nos falar toda semana, mas não é fácil quando se está na Amazônia!

O GLOBO — Quais os mate-

riais brasileiros que você usa nos seus produtos?

ANITA — Temos o condicionador de cabelos Brazil Nut, que é formulado com óleo da castanha do Pará pelos índios Caiapós. Trabalhamos também com óleo de semente de babaçu, que usamos para os sais de banho.

O GLOBO — Tem planos de vir ao Brasil?

ANITA — Visito o Brasil duas vezes por ano, por causa de nosso trabalho com os Caiapós. Na minha última temporada fiquei amiga de Denise Stoklos. Ela é um exemplo de uma visão mais clara que a minha.

O GLOBO — Qual o segredo do sucesso da Body Shop?

ANITA — Acho que é devido a um apelo honesto ao bom senso. Sempre estivemos interessados em educar nossos clientes. Com isso, descobri que muita gente pensa como eu.

Fotos de arquivo pessoal/Anita Roddick



Com os índios Caiapós, na Amazônia, numa de suas duas visitas anuais ao Brasil



No Quênia, com o chefe Ole Koyie

‘A Body Shop tem um condicionador de cabelos Brazil Nut, feito com óleo da castanha do Pará pelos índios Caiapós’

‘Abri a primeira loja apenas para sustentar minhas filhas’