

A obsessão por beleza precoce: quando cosméticos viram uma ameaça

Antonia Rezende Passos, Beatriz Rol Paci, Violeta Barredo

Orientadora: Adne Abbud Righi, Coorientadora: Ana Claudia Martoni Moraes / Escola Vera Cruz – SP/SP

INTRODUÇÃO

A pele é o maior órgão do corpo humano e atua como barreira protetora contra agressões externas (Carvalho, 2014). Durante a adolescência, o aumento dos hormônios, especialmente os andrógenos, intensifica a produção de sebo, levando ao surgimento de acne, cravos e espinhas — um fator que impacta diretamente a autoestima dos jovens. Em busca da “pele perfeita”, muitos adolescentes recorrem ao uso de cosméticos, mas o uso precoce e sem orientação, especialmente entre crianças influenciadas por redes sociais (conhecidas como “Geração Sephora”), pode causar danos como dermatites, alergias e acne precoce. Por isso, é fundamental usar produtos adequados para cada idade e tipo de pele, sempre com orientação dermatológica (SBD, 2022).

Dessa forma, nota-se, que muitos jovens estão expostos a ideais inatingíveis de beleza e autoimagem e acabam se criticando excessivamente e/ou adotando hábitos e rotinas de skincare inadequadas na tentativa de consertar sua aparência. E, como atingem muitas crianças, pré-adolescentes e adolescentes, grupos mais suscetíveis a influência externa, faz-se urgente o desenvolvimento de métodos eficazes e alternativos de orientação e divulgação científica acerca desses temas (autoimagem, autoestima, dermocosméticos).

O objetivo do presente projeto é auxiliar crianças e adolescentes a desenvolverem uma autoestima saudável, combatendo a influência negativa da mídia e dos padrões de beleza irreais. Além disso, busca-se desenvolver vídeos explicativos para abarcar três dimensões: orientação personalizada, isto é, auxiliar na escolha de cosméticos adequados para cada tipo de pele, evitando produtos que possam causar danos; educação sobre skincare, isto é, explicar que rotinas complexas ou com ativos fortes (como ácidos e retinóides) nem sempre são necessárias — e podem ser prejudiciais para peles jovens; e combate à pressão estética, isto é, discutir como os padrões de

beleza são construídos e por que não precisam ser seguidos.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do presente projeto foi aplicado um questionário para os alunos da Escola Vera Cruz, localizada na região oeste da cidade de São Paulo – SP. Este formulário é importante para fazer o levantamento, dentro da comunidade escolar, sobre o uso de dermocosméticos por pré-adolescentes e adolescentes (10 a 15 anos). Para esse formulário foi utilizada a plataforma da Microsoft forms e foi disponibilizado aos alunos e alunas por computadores da escola durante o período escolar. As questões utilizadas no formulário estão descritas abaixo e foram submetidas ao Comitê de Ética.

Somos alunas do 8º ano e fazemos parte do Máquina do Mundo. Nosso projeto tem como objetivo analisar os efeitos do uso de cosméticos e dermocosméticos em peles de crianças (8 a 12 anos) e adolescentes (13 a 19), bem como suas consequências dermatológicas. Dessa forma, ao responder a este formulário você contribuirá com nossa pesquisa.

1. Qual sua idade?
2. Qual gênero você se identifica?
3. De 0 a 10: você considera que sua rotina diária de cuidados é adequada?
4. Quantos passos de cuidados com a pele você realiza?
5. Quais passos são esses?
6. Você já ouviu falar em "Sephora Kids"?
7. Você sabe o significado da expressão sephora kids?
8. Se você respondeu "sim" na pergunta anterior, onde você ouviu esse termo?
9. Sephora kids são crianças ou adolescentes, que nasceram a partir de 2010, e que usam produtos de skincare (cuidado com a pele) visando cuidar da sua pele quando na verdade estão fazendo uso indiscriminado desses produtos e/ou sem orientação médica, assim "estragando" a sua pele. Um dos produtos que são usados de tal forma é o famoso hidratante da marca "Drunk Elephant", que serve para nutrir e diminuir rugas, além de linhas finas, por exemplo. Agora que você já sabe o significado de sephora kids, responda: você se consideraria um/a "Sephora kid"?
10. Você conhece outras pessoas da sua idade que fazem parte desse fenômeno social, sephora kids?
11. O que você imagina que possa influenciar crianças e adolescentes a comprar, ou querer comprar, itens que, as vezes, não precisa?
12. O que te influencia a comprar, ou querer comprar, itens que, por vezes, não precisa?
13. Agora, depois de responder, e ler todo o formulário, responda novamente: de 0 a 10: você considera que sua rotina diária de cuidados é adequada?

RESULTADOS

A partir do formulário desenvolvido, foram obtidas 380 respostas de alunos de 6° a 9° do ensino fundamental II da Escola Vera Cruz. Dentre os estudantes que responderam ao questionário, 85% não se consideram um(a) Sephora kids e 15% se consideram nesta categoria (figura 1). Dentre esses dados é possível perceber que estudantes com 11, 12 e 13 anos de idade foram a maioria a responder o questionário aplicado (figura 2). Aproximadamente 30% dos alunos e alunas com 11 e 13 anos consideram-se um(a) Sephora kids. E, com o passar dos anos, aparentemente os dados revelam que o percentual de estudantes que se consideram pertencente a esse grupo reduz. Isto é, aos 14 anos apenas 10% dos entrevistados se consideram neste grupo e aos 15 anos esse número cai para 1,8% dos estudantes. Quanto aos alunos que se consideram sephora kids (no geral), 80% das crianças se identificam como do gênero feminino, 16% como do gênero masculino, e 4% como outro, como observado na figura 3. Após ler um trecho do questionário, cerca de 30% dos estudantes responderam que o Tik Tok é o principal motivo de compras desnecessárias, enquanto aproximadamente 20% votaram na opção Amigos (figura 4).

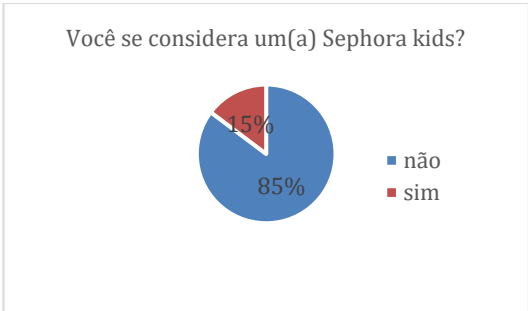


Figura 1: Resultado do questionário aplicado a estudantes de 6° a 9° do ensino fundamental II, com a pergunta “Você se considera um(a) Sephora kids?”

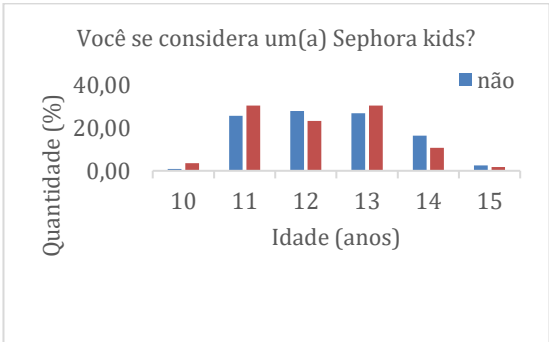


Figura 2: Resultado do questionário aplicado a estudantes de 10 a 15 anos, com a pergunta “Você se considera um(a) Sephora kids?”

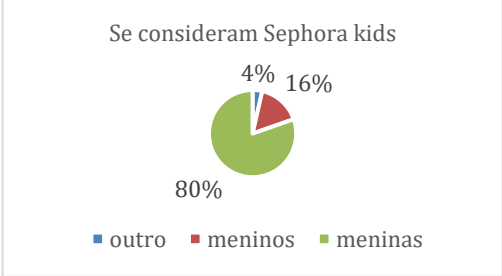


Figura 3: Resultado do questionário aplicado a estudantes de 10 a 15 anos, com a pergunta

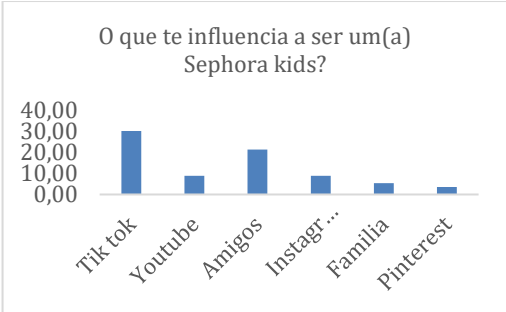


Figura 4: Resultado do questionário aplicado a estudantes de 10 a 15 anos, com a pergunta “O que você imagina que possa influenciar crianças e adolescentes a comprar, ou querer comprar, itens que, à vezes, não precisa?”.

CONCLUSÕES

A partir desse projeto foi possível ver como a tentativa de cuidado com a pele, pode ser perigoso para a saúde de sua pele, principalmente em crianças que estão sendo expostas a conteúdos de redes sociais que possam influenciar compra de produtos. Na sociedade atual, as crianças estão sendo estimuladas o tempo inteiro, e o que poderia ser algo positivo, está se tornando algo perigoso. Esse costume de comprar compulsivamente, sem nem mesmo se perguntar se o produto desejado é necessário, hoje em dia, é tão comum, que foi criado um termo para crianças que usam produtos desnecessários: Sephora Kids.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, TERESA M. S. F., (2014) PROBLEMAS DERMETOLÓGICOS RELACIONADOS AO ENVELHECIMENTO
DISERTAÇÃO DE MESTRADO
- SOCIEDADE BRASILEIRA DE DERMATOLOGIA (SBD).
Diretrizes para o Tratamento da Acne com Anticoncepcionais Orais. Rio de Janeiro: SBD, 2022.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Exposição Infantil a Padrões de Beleza: Uma Revisão Global. Tradução oficial. Genebra: OMS, 2023. 78 p.