



USO DE COSMÉTICOS EM ESTUDANTES DE BOA VISTA, RORAIMA: ORIENTAÇÕES E AUTOCUIDADO

Anna Júlia Mendes dos Santos¹
Gabriella Prado e Silva²
Maria Eduarda Pereira de Sousa³
José Carlos Pacheco de Souza⁴
Renato Augusto Carvalho Leão⁵

Resumo: Nos dias de hoje, torna-se fácil perceber a importância da beleza física no mundo e na vida das pessoas, evidenciado pelo uso de cosméticos, especialmente para as novas gerações. O uso de dermocosméticos vem sendo feito de maneira cada vez mais precoce. Aliado a isso, a influência das mídias sociais como formadores de opinião, acabam levando crianças e adolescentes a pularem etapas importantes de seu processo evolutivo-educativo. Porém, é necessária a difusão do conhecimento sobre a importância do autocuidado e as aplicações dos produtos existentes no mercado e suas relações com os tipos de pele. O objetivo deste trabalho foi avaliar e orientar quanto ao uso de dermocosméticos, debatendo sobre as formas de autocuidado com a pele em jovens. Foi realizada uma pesquisa quantitativa em 50 jovens em idade escolar, de 13 e 14 anos matriculados em uma escola pública de Boa Vista, Roraima. A pesquisa foi autorizada pela direção da escola através de documento oficial solicitando uma visita, seguida de palestra e aplicação dos questionários. As perguntas versaram sobre o uso de dermocosméticos, com qual idade começaram a fazer uso, como obtiveram acesso e quem as influenciou a usá-los. Além da aplicação do questionário, foi realizada uma palestra com a finalidade de orientar sobre o uso e a finalidade dos principais produtos de autocuidado existentes no mercado. Os resultados indicaram que 57% das entrevistadas iniciaram o uso dermocosméticos antes dos 10 anos de idade. Em relação a aquisição dos produtos, 69% alegou que compraram por conta própria mesmo desconhecendo ou pouco conhecendo suas finalidades. A influência das mídias sociais foi citada como principal na aquisição e uso de dermocosméticos (43%), enquanto apenas 9% indicou como influência principal suas mães. Em relação ao autocuidado, 57% afirmou que procura manter uma rotina diária básica com a pele. No entanto, 67% possuem algum grau de acne e alegou não procurar tratamento. Outro ponto importante foi o uso do protetor solar, onde 68% afirmou fazer uso diário, embora não façam a reaplicação durante o dia, nem façam a distinção entre os fatores de proteção e a incidência de radiação ultravioleta. Ao concluirmos o presente trabalho, devemos ressaltar entre nossos achados, a falta de orientações adequadas acerca do uso e finalidade de cada produto, bem como a influência cada vez maior das mídias sociais em detrimento da influência materna no cuidado e aquisição de cosméticos. Como pontos positivos, destaca-se a consciência do uso de protetor solar, embora de forma inadequada, além da procura em realizar o autocuidado, ainda que de forma insipiente. Portanto, uma estratégia direcionada esta faixa etária, abordando as implicações éticas e sociais e as necessidades da faixa etária,

¹ Acadêmica do Curso de Bacharelado em Biomedicina do Centro Universitário Estácio da Amazônia email: najusantoss@gmail.com.

² Acadêmica do Curso de Bacharelado em Biomedicina do Centro Universitário Estácio da Amazônia, e-mail: gabriella.pradorr@outlook.com.

³ Acadêmica do Curso de Bacharelado em Biomedicina do Centro Universitário Estácio da Amazônia, e-mail: mariaasousaa85@gmail.com.

⁴ Acadêmico do Curso de Bacharelado em Biomedicina do Centro Universitário Estácio da Amazônia, e-mail: josecarlosparnaiba19@gmail.com.

⁵ Docente do Curso de Bacharelado em Biomedicina do Centro Universitário Estácio da Amazônia, leao.renato@estacio.br.





informando sobre autocuidado, escolha e uso consciente de cosméticos, visando a cada vez mais crescente participação do adolescente no mercado consumidor.

Palavras chave: Cosméticos, Autocuidado, Adolescência.

Abstract: Nowadays, it is easy to see the importance of physical beauty in the world and in people's lives, evidenced by the use of cosmetics, especially for the new generations. The use of cosmetics is being used at an increasingly earlier age. Combined with this, the influence of social media as opinion makers ends up leading children and adolescents to skip important stages in their evolutionary-educational process. However, it is necessary to spread knowledge about the importance of self-care and the applications of products on the market and their relationship with skin types. The objective of this work was to evaluate and guide the use of cosmetics, debating ways of self-care for the skin in young people. Quantitative research was carried out on 50 young people of school age, aged 13 and 14, enrolled in a public school in Boa Vista, Roraima. The research was authorized by the school management through an official document requesting a visit, followed by a lecture and application of the questionnaires. The questions were about the use of cosmetics, at what age they started using them, how they gained access and who influenced them to use them. In addition to applying the questionnaire, a lecture was held with the purpose of providing guidance on the use and purpose of the main self-care products on the market. The results indicated that 57% of those interviewed started using cosmetics before the age of 10. Regarding the acquisition of products, 69% claimed that they purchased them on their own even though they were unaware or had little knowledge of their purposes. The influence of social media was cited as the main influence in the acquisition and use of cosmetics (43%), while only 9% indicated their mothers as the main influence. Regarding self-care, 57% stated that they try to maintain a basic daily skin routine. However, 67% have some degree of acne and claimed not to seek treatment. Another important point was the use of sunscreen, where 68% said they used it daily, although they did not reapply it during the day, nor did they distinguish between protection factors and the incidence of ultraviolet radiation. Upon concluding this work, we must highlight among our findings the lack of adequate guidance regarding the use and purpose of each product, as well as the increasing influence of social media to the detriment of maternal influence in the care and acquisition of cosmetics. As positive points, the awareness of the use of sunscreen stands out, although inappropriately, in addition to the attempt to carry out self-care, even if in an incipient way. Therefore, a strategy aimed at this age group, addressing the ethical and social implications and needs of the age group, informing about self-care, choice and conscious use of cosmetics, aiming at the increasingly growing participation of teenagers in the consumer market.

Keywords: Cosmetics, Self-care, Adolescence.

REFERÊNCIAS

- FERREIRA, D. **Entre a Infância e a Adolescência: O Consumo de Produtos de Beleza por Pré-adolescentes do Sexo Feminino.** Revista da Faculdade de Administração e Economia. São Paulo, 2013.
- SOUZA, D.L.; OLIVEIRA, A.; PEREIRA, M.J.; VILLAR, Y.; SOUZA, T.A. **O que leva o consumidor adolescente a optar por um cosmético sustentável?** 14^a Jornada Científica e Tecnológica do Ifsuldeminas. Minas Gerais, 2022.
- TAKEITI, B.A.; CARNEIRO, C.; PERES, S.O. **Adolescência e suas marcas: o corpo em questão.** Desidades. Rio de Janeiro, 2021.

