



LIGA ACADÊMICA DE COSMETOLOGIA: FORMAÇÃO, COMBATE A DESINFORMAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE USO DE DERMOCOSMÉTICOS

Carolina Parcero Hernandez (Universidade Estadual de Maringá)

Irina Kataoka Silva (Universidade Estadual de Maringá)

Anna Beatriz da Silva (Universidade Estadual de Maringá)

Hellen Julia Talharo da Silva (Universidade Estadual de Maringá)

Ana Carolina Devico (Universidade Estadual de Maringá)

Maria Juliana Soares Marchetto (Universidade Estadual de Maringá)

Jéssica Bassi da Silva de Canini (Universidade Estadual de Maringá)

Marli Miriam de Souza Lima (Departamento de Farmácia –DFA –UEM)

Ra119993@uem.br

Resumo:

A Liga Acadêmica de Cosmetologia (LiACosme) visa promover a educação e disseminação de informações científicas de qualidade sobre o uso de cosméticos, tanto para a comunidade acadêmica quanto para o público em geral. A legislação estabelece normas rigorosas sobre rotulagem e publicidade, garantindo que as informações sobre os produtos sejam verdadeiras e não causem danos aos consumidores. Assim, a LiACosme tem como objetivos o desenvolvimento pessoal e coletivo dos membros ligantes, levando conhecimentos técnico-científicos complementares na área de cosmetologia aos alunos de graduação e à comunidade interna e externa através de atividades e eventos de extensão que abordem temas relevantes, visando ensinar e aprimorar o conhecimento tanto do público acadêmico quanto da população em geral. Dentre estes temas destacam-se as substâncias potencialmente tóxicas cujo uso indiscriminado tem provocado eventos potencialmente tóxicos e danosos aos pacientes. Diante da crescente desinformação no setor, a liga tem como propósito fornecer informações científicas de qualidade, ajudando a população na compreensão dos produtos cosméticos diariamente utilizados e seus potenciais riscos. Com a estratégia das plataformas digitais e atividades abertas à comunidade, a liga pretende conscientizar os consumidores, permitindo que façam escolhas conscientes e mais seguras. Essa abordagem é fundamental para a proteção da saúde e bem-estar da população, especialmente em um mercado repleto de informações conflitantes. A LiACosme visa ser agente de mudança, promovendo a educação



contínua e a conscientização sobre o uso responsável de cosméticos e dermocosméticos na área da Cosmetologia e Estética.

Palavras-chave: Cosmetologia; Estética; Dermocosméticos; Cosméticos; Toxicidade.

1. Introdução

A utilização e o interesse em produtos cosméticos encontram-se presente na vida cotidiana e praticamente de todos os indivíduos, independente da idade, com o mesmo objetivo de alcançar ou manter padrões de beleza da sociedade. O interesse pelos cosméticos remonta há milhares de anos com o uso de maquiagens naturais. (AMORIM, 2022)

Com a busca incessante pela beleza, a partir do século XVIII a indústria de cosméticos se desenvolveu rapidamente devido às diversas inovações tecnológicas. Assim, no começo do século XX, os cosméticos deixaram de ter produção caseira e passaram a ter produção industrial, sendo fabricados em maiores quantidades. Nesse contexto, surgiram também os órgãos regulamentadores, com o objetivo de estabelecer legislações e fiscalizar o cumprimento delas no âmbito cosmético, garantindo a segurança e eficácia destes produtos. (AMORIM, 2022).

O Brasil, atualmente, se encontra na quarta posição mundial em Beleza e Cuidados Pessoais, é um dos principais produtores e exportadores de cosméticos. Segundo a revista Forbes e a *Euromonitor International*, o país é o terceiro maior em lançamentos de produtos cosméticos globais, e exporta produtos para 174 países, dominando metade do setor na América Latina (ARNONI, 2020). Esta posição de destaque reflete a crescente preocupação com a desinformação e disseminação de falsas informações no uso de cosméticos, uma vez que a grande variedade de produtos e ingredientes pode levar a dúvidas e uso pouco responsável desses produtos pela população. Os produtos cosméticos no mercado devem garantir a segurança da saúde humana, quando utilizados conforme as condições normais ou previsíveis. Essa segurança é assegurada não apenas pela qualidade dos ingredientes, mas também pela apresentação, rotulagem e instruções de uso fornecidas pelo fabricante responsável (Comissão Europeia, 2009). A conformidade com essas diretrizes é fundamental



para proteger a saúde dos consumidores e garantir que os produtos não apresentem riscos quando usados de acordo com as especificações indicadas.

Com a crescente diversidade de alegações sobre os cosméticos, tanto na sua função quanto no conteúdo e efeitos, os consumidores enfrentam desafios para discernir a veracidade das declarações. As alegações, que são mensagens de marketing voluntárias, desempenham um papel crucial na comunicação das características e qualidades dos produtos. Elas ajudam os consumidores a fazer escolhas informadas e promovem a inovação e a concorrência entre as empresas. No entanto, a proliferação dessas alegações exige um cuidado e fiscalização, para garantir que não induzam os consumidores a erros e, também, para manter a integridade do mercado.

A legislação europeia, refletida no Regulamento (CE) n.º 1223/2009, e a legislação nacional, como a RDC Nº 752, DE 19 DE SETEMBRO DE 2022, visam assegurar que as alegações sobre produtos cosméticos sejam precisas e não enganem os consumidores. Este quadro legal estabelece normas claras sobre rotulagem e publicidade para evitar que os produtos sejam apresentados de forma a atribuir-lhes características ou funções que não possuem (ANVISA). No Brasil as Normas e Legislações são regulamentadas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA. A crescente busca por informações sobre cosméticos na era digital tem mostrado a importância da disseminação de conhecimento confiável, especialmente considerando a abundância de informações não verificadas disponíveis em blogs, sites e redes sociais, que podem causar desentendimento e medo na população geral (OLIVEIRA & GOUVEIA, 2017; KAMINSKI, 2021). Em resposta a isso, LiACosme enquanto projeto de extensão visa promover a educação sobre o uso correto de cosméticos e os riscos associados ao seu uso, com base em informações científicas, utilizando plataformas digitais, como Instagram, e atividades de ensino e extensão abertas à comunidade.

2. Metodologia

Considerando que um dos objetivos da LiaCosme é o combate à desinformação na área da Cosmetologia, a metodologia desenvolvida até aqui tem sido a compilação de dados e



eventos de desinformação que geraram danos aos pacientes. A confrontação destes dados com a necessidade das informações científicas sobre os ativos empregados com base na literatura científica obtida em base de dados bem com editais/portarias da ANVISA. Essas fontes foram selecionadas por sua relevância e confiabilidade na oferta de informações atualizadas sobre regulamentações e pesquisas na área de cosméticos. Na sequência, as compilações destes dados estão sendo processadas na forma de e-book a ser disponibilizada no site da LiaCosme.

3. Resultados e Discussão

A necessidade urgente de uma abordagem sistemática para enfrentar a desinformação no setor cosmético é uma verdade atual. Assim, a LiACosme foi criada em agosto de 2024, com o objetivo de promover a educação e disseminar informações de qualidade para a comunidade acadêmica e o público em geral teve como trabalho baseado em seus objetivos:

- Contribuição para a formação acadêmica: As reuniões têm tido como objetivo focar na formação de estudantes de Farmácia, especialmente na área de Cosmetologia, incentivando o aprofundamento e o estudo desta Área.
- Motivação do interesse acadêmico: As reuniões tem tido o objetivo de motivar os acadêmicos a se envolverem em pesquisa, extensão e aplicações práticas em Cosmetologia, tanto no ambiente universitário quanto externo á Universidade.
- Eventos de extensão: Organização de cursos, minicursos, palestras, simpósios, jornadas e workshops com a participação de profissionais e acadêmicos, abordando temas relacionados à Cosmetologia.
- Foram realizadas reuniões para estudos de casos e de artigos científicos, buscando constantemente atualização em técnicas, métodos e análises de diversas áreas em que a cosmetologia está correlacionada.
- Compilação dos dados científicos obtidos para serem transmitidos á comunidade Universitária e Externa.

A concretização dessas ações ocorre com base em um cronograma de reuniões e postagens semanais estabelecidos e previstos até o final do ano de 2025, ou seja, abrangendo o período 2024/2025.



4. Considerações

O mercado atual oferece uma ampla gama de produtos cosméticos, com algumas informações conflitantes e/ou incompletas, sendo fundamental, atualmente, o conhecimento sobre os ativos, que podem resultar em efeitos adversos. Uma liga acadêmica voltada para os estudos da cosmetologia é de suma importância, pois é uma fonte de informação científica confiável, para colaborar com o desenvolvimento de alunos, profissionais da saúde e beleza, e da população em geral, que podem não ser devidamente informados sobre ativos e formulações cosméticas. Neste contexto, tendo como propósito o potencial de encorajar a educação continuada, trazendo incentivo ao uso seguro dos cosméticos, baseado em evidências científicas, por meio de eventos e publicações promovidos pela liga. Ao fornecer informações claras, científicas e acessíveis, a LiACosme pode educar consumidores, que farão escolhas mais seguras e conscientes, contribuindo para a proteção da saúde e bem-estar da população.

Referências

AMORIM, M. R. C. COSMETOLOGIA: **Origem, evolução e tendência**. 2022

ARNONI, Helena. **Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo**. Forbes Brasil. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>>. Acesso em: 13 ago. 2024.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Guia de Estabilidade de Produtos Cosméticos, 1ª edição, Brasília**, 2004.

KAMINSKI, M. et al. ‘Dr. Google, **What Is That on My Skin?**’—Internet Searches Related to Skin Problems: Google Trends Data from 2004 to 2019. International journal of environmental research and public health, v. 18, ed. 5, p. 2541. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33806391/>.

OLIVEIRA, G. P., GOUVEIA, T. A. (2017). **Beleza via web: motivações e freios à compra de cosméticos online**. Diálogo com a Economia Criativa, 2(5), 57-70
Relatório da Comissão ao Parlamento Europeu e ao Conselho sobre alegações relativas aos produtos baseadas em critérios comuns no domínio dos cosméticos. Bruxelas, 19.9.2016, COM (2016) 580 final