

Uso excessivo de produtos de beleza na infância
Entenda os riscos e os motivos para não estimular esse consumo

Publicado por Cintia Ferreira em 15/03/2024

É uma cena que já entrou no imaginário popular: a menina do alto dos seus 3 anos pega a roupa da mãe, arruma o cabelo de modo meio desordenado e enche o rosto de batom. É uma cena fofo e faz parte do universo infantil essa “imitação” da vida adulta. No entanto, é cada vez mais comum que cenas como essa deixem de ser exceções pitorescas na rotina para se tornarem hábitos infantis enraizados. Mas será que faz bem para as crianças usarem tanta maquiagem e produtos de beleza? O que isso pode causar no desenvolvimento emocional delas?

Brasil, campeão de vendas de produtos infantis de higiene e beleza: Antes de responder a essas questões, um dado importante: o Brasil está no ranking mundial de países que mais vendem produtos infantis de higiene e beleza – ocupa o 3º lugar. Segundo dados da Euromonitor, são mais de 5,5 bilhões de dólares em vendas. Atualmente, existem inúmeras influenciadoras mirins fazendo publicidade de produtos para crianças nas principais redes sociais. Muitas vezes, isso é suficiente para que as meninas se encantem com o universo de produtos de beleza, como esmaltes, batons e maquiagens. Muitas marcas utilizam o lúdico como forma de atrair ainda mais a atenção da criançada. No entanto, é importante ter cautela. Por trás do uso indiscriminado de produtos de beleza tem mais danos à infância do que benefícios.

Adultização e outros riscos: Crianças são seres influenciáveis, e isso é um fato. Além disso, elas não têm discernimento suficiente e pensamento crítico para tudo que a publicidade oferece para elas todos os dias. Não à toa, propagandas voltadas para crianças são proibidas, desde 1990, no Brasil. Entre os principais riscos emocionais de expor crianças a muita maquiagem e produtos de beleza, em geral, é o risco da adultização. Uma menina que precisa utilizar batom para sair está tendo acesso precoce a toda pressão estética e padrões de perfeição que a sociedade impõe a todas as mulheres e isso pode impactar, inclusive, na construção da autoestima. Além dos riscos emocionais, o uso de produtos na pele infantil precisa ser criterioso. Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), antes dos 3 anos, as crianças não devem usar maquiagem, pois nessa idade a pele das crianças é mais fina e tem maior propensão a alergias e infecções. Mesmo em faixas etárias acima dos 3, é preciso cuidado. O organismo das crianças absorve os produtos com mais facilidade e há um maior risco de alergias, irritações, coceira, vermelhidão e ressecamento.

Disponível em: <https://www.greenme.com.br/viver/especial-criancas/107518-uso-excessivo-de-produtos-de-beleza-na-infancia/> Acesso em 10.mai.2024.

CONTEXTUALIZAÇÃO E COMANDO: Imagine que, depois de lida a matéria acima, sobre os riscos e os motivos para não estimular esse consumo de produtos de beleza na infância, diante da importância do assunto, decida escrever uma **CARTA DO LEITOR**, endereçada ao editor do Portal Greenme, em cuja carta você manifestará suas impressões/opinião sobre a matéria lida.

Só para lembrar...

A **CARTA DO LEITOR** é o gênero textual que permite o diálogo entre leitor e editores de jornais e revistas – em tais veículos de comunicação é comum haver um espaço reservado para essa interlocução. Por meio da carta, o leitor manifesta sua opinião acerca de matéria veiculada, geralmente, em edições recentes. A **CARTA DO LEITOR** pode, ainda, elogiar a edição, registrar um protesto acerca do assunto, sugerir a tomada de medidas ou decisões etc.

COMO FAZER?

Ainda que comumente não vejamos a moldura da **CARTA DO LEITOR** nos jornais e revistas – isso por economia de espaço – a estrutura é maleável, e deve contemplar: local, data, vocativo, síntese do assunto (quem ler a carta deve saber do que se trata, sem depender da matéria base da Carta do Leitor), dados da publicação da matéria (pág. XX, edição de nº XX), discussão/impressões do leitor, despedida e identificação/assinatura do emissor. Não contém título e geralmente é conduzida na 1ª pessoa do singular. Quando o enunciado da proposta não trouxer um limite, a **CARTA DO LEITOR** deve ser escrita em, aproximadamente, 20 linhas.

ATENÇÃO: A **CARTA DO LEITOR** é, preferencialmente, endereçada ao editor do jornal ou da revista, e não ao autor da matéria sobre a qual o leitor vai escrever. Comece assim: “A abordagem sobre..., da edição nº..., foi muito bem feita. Fulano de Tal tem razão ao dizer que... Entretanto...”.