

## O impacto das mídias sociais no tratamento da acne vulgar

*The impact of social media on Acne Vulgaris treatment*

DOI: <http://www.dx.doi.org/10.5935/scd1984-8773.2023150198>

### RESUMO

**Introdução:** A acne vulgar é uma doença de pele que, com o advento das mídias sociais, ficou mais suscetível à propagação de informações não confiáveis.

**Objetivos:** Este trabalho objetiva caracterizar a influência das mídias sociais na escolha do tratamento da acne vulgar sem orientação médica, identificar complicações do manejo inadequado, destacar a mídia social mais influente para esta finalidade e a qualidade de vida desses pacientes.

**Métodos:** Trata-se de um estudo transversal descritivo e de abordagem quantitativa, cuja amostra foi composta por 306 usuários de mídias sociais maiores de 18 anos. Após a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), dados foram coletados por meio de um formulário autoaplicável junto com o questionário "Índice de Qualidade de Vida em Dermatologia - DLQI-BRA", via "google forms", por 30 dias. Os dados foram trabalhados em documento online e analisados conforme estatística descritiva.

**Resultados:** Os resultados mostraram grande impacto, principalmente da rede social Instagram, na disseminação de conteúdo sobre o assunto e destacaram o médico dermatologista nas redes sociais como a principal fonte de informações eleita pelo público.

**Conclusões:** O público mostrou-se rigoroso quanto à qualidade das informações, porém ainda são necessárias maior inserção de profissionais capacitados e informações baseadas em evidências científicas nas redes sociais.

**Palavras-chave:** Acne vulgar; Redes sociais online; Automedicação; Qualidade de vida; Dermatologia

### ABSTRACT

**Introduction:** Acne Vulgaris is a skin disease that, with the advent of social media, has become more susceptible to the spread of unreliable information.

**Objective:** This study aims to characterize the influence of social media on the treatment choice for Acne Vulgaris without medical advice, identify complications of inadequate treatments, and highlight the most influential social media for this purpose and the life quality of these patients.

**Methods:** It is a descriptive cross-sectional study with a quantitative approach whose sample consisted of 306 social media users over 18 years of age. After signing the Informed Consent ("Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - TCLE") the data was collected through a self-administered form along with the questionnaire "Dermatology Life Quality Index - DLQI-BRA" via "Google forms" over 30 days. The data was then tabulated online and analyzed according to descriptive statistics.

**Results:** The results showed a great impact, especially from "Instagram", in the dissemination of content on the subject and highlighted the role of the dermatologist on social networks as the source of information chosen by the public.

**Conclusions:** The public was strict about the quality of the information, but there is still a need for greater insertion of trained professionals and information based on scientific evidence on social media.

**Keywords:** Acne vulgaris; Online social networking; Self medication; Quality of life; Dermatology

## Artigo Original

### Autores:

Yzadora Vitória Nunes Lima<sup>1</sup>

Ana Clara de Oliveira Boeing<sup>1</sup>

Rubens Pontello Júnior<sup>2</sup>

Tânia Maria Gomes da Silva<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Cesumar, Maringá (PR), Brasil.

<sup>2</sup> Instituto Pontello de Dermatologia, Londrina (PR), Brasil.

<sup>3</sup> Universidade Cesumar, Programa de Pós-graduação em Promoção da Saúde, Maringá (PR), Brasil.

### Correspondência:

Yzadora Vitória Nunes Lima

Email: yzadoravittorialima@hotmail.com / yzadoralima123@gmail.com

**Fonte de financiamento:** Nenhuma.

**Conflito de interesses:** Nenhum.

**Data de submissão:** 12/11/2022

**Decisão Final:** 12/02/2023

### Como citar este artigo:

Lima YVN, Boeing ACO, Pontello Júnior R, Silva TMG. O impacto das mídias sociais no tratamento da acne vulgar. Surg Cosmet Dermatol. 2023;15:e20230198.



## INTRODUÇÃO

O padrão de beleza é um conceito relacionado à cultura e aos valores sociais, variando de acordo com diferentes regiões e tempos históricos, alimentando debates filosóficos, inspirando poetas e pintores.<sup>1</sup> Desde que as mídias tradicionais, a exemplo de jornais, revistas, rádio e TV, facilitaram a propagação de ideias, valores e comportamentos, a beleza ganhou cada vez mais destaque. Com o advento das redes sociais eletrônicas, a corrida em busca de um modelo ideal de beleza foi potencializada.<sup>2</sup>

Grandes marcas comerciais do mundo da beleza, como Shiseido, L'Oréal e Estée Lauder, estão adotando uma estratégia de *marketing* diferente, em que influenciadores digitais conseguem vender seu produto ao despertar no público um sentimento de participação ativa no processo de escolha desse produto bem como um sentimento de simpatia do consumidor pelo influenciador digital. O ambiente virtual possibilitou a interação entre vendedor e consumidor e até mesmo entre os próprios consumidores em comunidades criadas nas redes sociais, onde compartilham experiências e recomendações de produtos de beleza, procedimentos estéticos e medicamentos, sem orientação médica.<sup>3</sup>

A pele, além de suas funções biológicas como órgão protetor contra agressões externas, também desempenha um papel social, sendo meio de expressão cultural e individual. No cenário atual, em que as mídias sociais são amplamente acessíveis e influentes, há uma grande valorização do que se convencionou ser a “beleza ideal”. Esta representação está ancorada na ideia de que o belo é ter uma pele uniforme, livre de imperfeições. O enaltecimento da aparência externa faz com que as pessoas que não se enquadram nos padrões estéticos definidos, a exemplo daquelas que têm lesões de pele, como a acne vulgar, sofram um grande impacto psicológico, capaz de gerar distúrbios emocionais que comprometem muito a qualidade de vida. O resultado disso é vergonha, baixa autoestima, ansiedade e depressão.<sup>4</sup>

A acne vulgar é uma das queixas dermatológicas mais comuns na rotina ambulatorial, sendo prevalente em adolescentes em fase puberal (95%) e com uma crescente prevalência entre adultos, principalmente mulheres, representando um impacto psicossocial e emocional em cerca de 40% dessa população.<sup>5</sup>

Por definição, a acne vulgar é uma doença multifatorial crônica do folículo pilosebáceo que tem como resultado formações não inflamatórias, como os comedões, ou formações inflamatórias, que incluem pápulas, pústulas e lesões nódulo-císticas.<sup>6</sup>

Como uma doença multifatorial, sua etiopatogenia é complexa e envolve diversos fatores genéticos e ambientais, como tabagismo, presença de antígenos bacterianos no folículo pilosebáceo, dieta lipídica, interação com neuropeptídeos, desregulação do microambiente hormonal da pele, hiperplasia de glândulas sebáceas gerando seborreia, alterações da composição de ácidos graxos do sebo, inflamação e disfunção da imunidade inata e adaptativa. Essas interações e desregulações no folículo piloso são responsáveis pela transformação de microcomedões

fisiológicos em comedões e outras lesões inflamatórias.<sup>7</sup>

Segundo Gollnick<sup>8</sup>, acne é uma doença incompreendida tanto por médicos quanto pela população geral, sendo encarada como um acometimento simples, autolimitado e restrito à população púbere. À negligência da seriedade da acne vulgar se junta o sentimento de insatisfação com a autoimagem e o anseio por um tratamento imediato, o que predispõe o paciente à tentativa de encontrar uma resolução por vias não confiáveis, como dicas de influenciadores digitais, experiências compartilhadas em grupos de redes sociais e recomendações de produtos e medicamentos por pessoas pouco capacitadas.

A automedicação, definida como uso de medicamentos sem prescrição médica, é uma prática cada vez mais presente entre pacientes com acne vulgar.<sup>3</sup> Na Dermatologia, frequentemente encontram-se pacientes com complicações decorrentes do uso sem orientação médica de esteroides tópicos potentes, sendo este um grande problema a ser enfrentado.

O tratamento inadequado da acne vulgar sob influência das mídias sociais pode causar complicações físicas, como reações adversas a produtos utilizados sem recomendação médica, piora da inflamação, formação de cicatrizes e manchas indesejáveis, intensificando ainda mais a insegurança em relação à autoimagem bem como despertando sintomas de ansiedade e depressão. Por esse motivo, é imprescindível compreender o impacto das mídias sociais no tratamento da acne vulgar e identificar as causas da negligência ao tratamento médico, a fim de se estabelecerem estratégias que aumentem a adesão do paciente ao tratamento sob cuidado de um profissional especializado, prevenindo, assim, futuros danos por terapias baseadas em informações equivocadas das redes sociais.

## METODOLOGIA

Tratou-se de estudo de abordagem quantitativa, de natureza exploratória e descritiva. A amostra do estudo foi constituída por 306 pessoas, com dados coletados por via remota, por meio de um formulário autoaplicável digital na plataforma *google forms*, sendo composto por uma página para assinatura e consentimento do TCLE. A coleta teve início no dia 30 de agosto de 2021 e encerrou-se no dia 30 de setembro de 2021, sendo, então, analisados os dados.

Nessa investigação, foram incluídos os seguintes itens de avaliação por meio do questionário autoaplicável:

- Identificação: idade, sexo e grau de escolaridade;
- Conhecimentos gerais sobre acne vulgar: o entrevistado considera a acne uma doença? O entrevistado se declara portador de acne vulgar?;
- Identificação de possível influência das mídias sociais para o manejo correto da acne vulgar: questionamentos sobre automedicação por indicações das redes sociais; qual mídia social é utilizada para esta finalidade (televisão, revistas, Internet, outros); qual a rede social mais utilizada para este fim (WhatsApp, Facebook,

Instagram, outros); a quem o entrevistado geralmente recorre para conseguir indicações sobre medicamentos ou produtos destinados à acne (amigos próximos, familiares, grupos de redes sociais, influenciador digital, esteticistas, dermatologistas);

- Questionamentos sobre como a acne está sendo conduzida pelo paciente: interrogada a frequência de consultas dermatológicas; qual o medicamento ou produto é atualmente usado para tratar a acne; e grau de satisfação do tratamento atualmente usado;
- Identificação das complicações por procedimentos ou automedicação por influência das mídias sociais: questionado qual foi a complicação; qual foi o procedimento/produto que gerou a complicação;
- Aplicação do questionário “Índice de Qualidade de Vida em Dermatologia DLQI-BRA”. O questionário, composto por 10 perguntas, avalia o quanto o problema de pele interfere na qualidade de vida e nas atividades diárias do paciente durante a semana que passou.

Para a análise dos dados, foi realizada a análise descritiva com tabelas de frequências univariadas, com distribuições percentuais para as variáveis qualitativas e com o cálculo de medidas de tendência central como medianas, médias e desvios-padrão para as variáveis quantitativas.

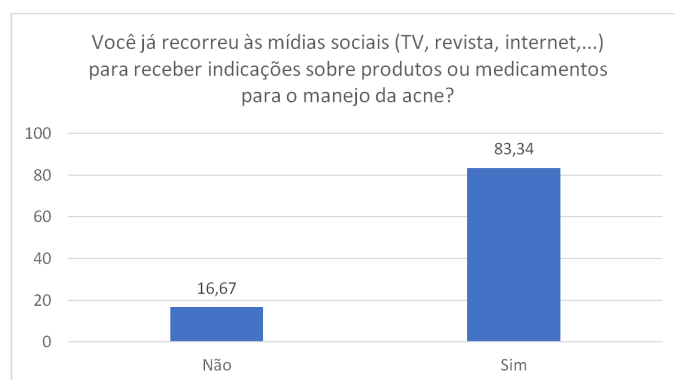
O projeto foi aprovado pelo Comitê Permanente de Ética em Pesquisa envolvendo seres humanos da Unicesumar, conforme a Resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde.

## RESULTADOS

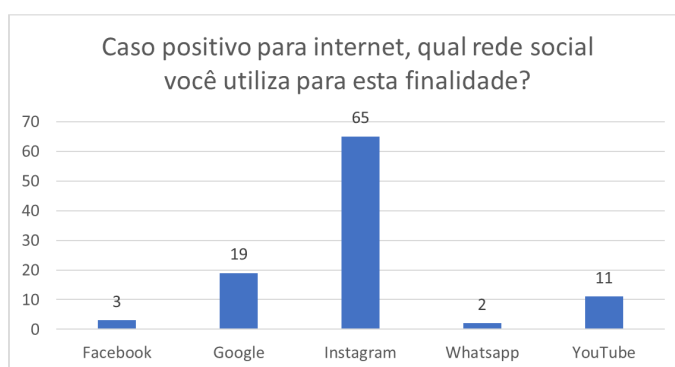
A população de estudo foi constituída por 306 pessoas usuárias de Internet. A idade média foi de 27,86 anos. Dentre a população analisada, 88% (269) eram do sexo feminino

**Tabela 1: Frequência de pessoas de acordo com a faixa etária, 2022**

Faixa etária	Quantidade de pessoas
18-21	86
22-25	85
26-29	36
30-33	32
34-37	17
38-41	13
42-45	6
46-49	15
50-53	4
54-57	4
58-61	2
<b>Total = 306</b>	



**FIGURA 1:** Distribuição percentual dos avaliados que procuraram as mídias sociais para indicações sobre manejo de acne, 2022



**FIGURA 2:** Distribuição percentual de qual é a rede social de escolha para obtenção de informações sobre produtos/procedimentos para manejo da acne, 2022

e 12% (37), do sexo masculino. A faixa etária entre 18-21 anos foi a mais frequente, totalizando 28,10% (86) dos entrevistados (Tabela 1).

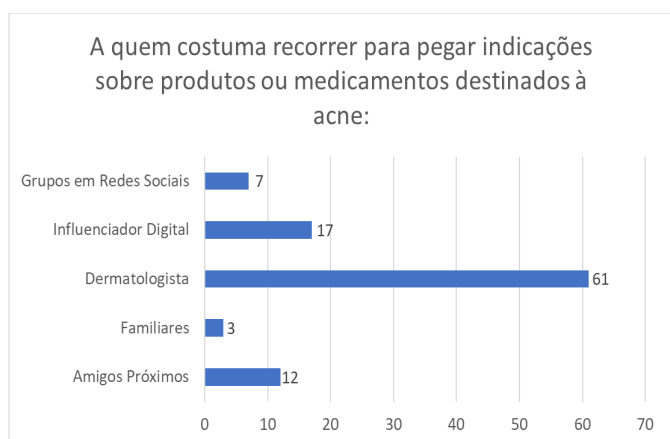
A tabela 1 mostra a quantidade de pessoas analisadas de acordo com a faixa etária.

Quanto ao grau de escolaridade, 45,09% (138) tinham ensino superior completo, 35,29% (108) possuíam ensino superior incompleto e 16,99% (52) tinham ensino médio completo. Ensino médio incompleto foi equivalente a 2,28% (7) e fundamental completo, 0,32% (1).

Quando avaliados os conhecimentos gerais sobre acne, 29,41% (90) dos entrevistados disseram que a acne é uma condição da pele malcuidada, enquanto 70,58 (216) afirmaram ser uma doença.

Dentre a população investigada, 58,16% (178) afirmaram possuir acne, enquanto 13,07% (40) disseram “talvez” possuir acne e 28,75% (88) do total de investigados negaram possuir acne.

A figura 1 apresenta informações sobre o questionamento em relação a se, alguma vez, o avaliado recorreu às mídias sociais (televisão, Internet ou revistas) para receber indicações



**FIGURA 3:** Distribuição percentual de qual é a fonte de escolha para obtenção de informações e indicações sobre produtos medicamentosos ou procedimentos para manejo de acne, 2022

sobre produtos ou medicamentos para o manejo da acne. Dentre eles, 83,33% (255) afirmaram já ter realizado esta prática.

Dos entrevistados que afirmaram procurar as mídias sociais para encontrar indicações para manejo de acne, a Internet foi o meio mais citado, totalizando 82,35% (252), seguido pela busca em revistas, com 0,65% (2) e, por último, a televisão com 0,32% (1).

Dentre os que afirmaram utilizar a Internet para obter informações sobre manejo de acne, a rede social mais frequente usada para tal finalidade foi o Instagram, com 65% (164), seguido por Google, com 19% (49) e YouTube com 11% (27). A figura 2 traz informações sobre a distribuição percentual da rede social utilizada pelos entrevistados.

Quando se questionou sobre a quem o entrevistado recorre para obter informações sobre cuidados com a acne, 61% (187) afirmaram seguir indicações de dermatologistas; 17% (52) preferem informações de influenciadores digitais; e 12% (38)

costumam recorrer a amigos próximos. A figura 3 mostra a distribuição dos dados citados.

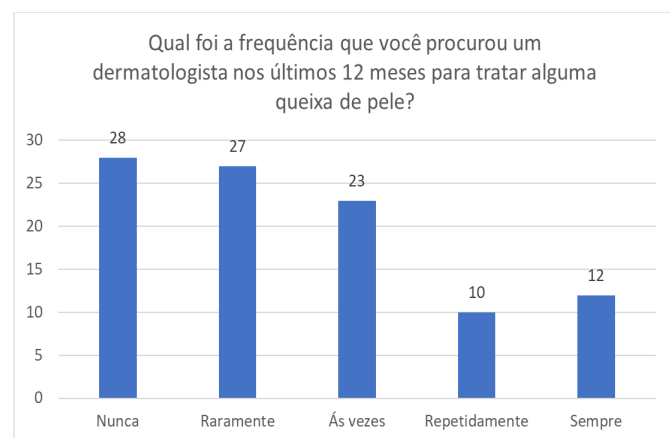
Dentre o total da população investigada, 28% (87) afirmaram que nunca procuraram consulta com dermatologista nos últimos 12 meses para manejo de alguma queixa relacionada à pele; 27% (82) raramente procuraram o dermatologista; e 23% (69) marcaram a frequência como “às vezes”. Do total de entrevistados, apenas 12% (37) afirmaram sempre consultar um dermatologista quando apresenta uma queixa de pele. (Figura 4).

No que se refere a complicações após procedimentos ou uso de automedicação influenciada pelas redes sociais, 10,13% (31) afirmaram ter passado por tal situação. Dentre as queixas, a irritação da pele correspondeu a 58,84% dos pacientes que tiveram complicações, seguida por 20,58% com piora da acne e 20,58% com queixa de manchas após uso de produtos indicados pelas mídias sociais.

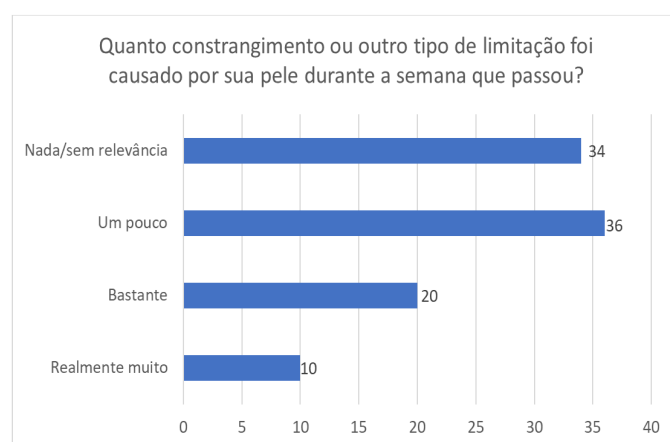
Quando se questionou se a acne está em tratamento, 54,24% (166) afirmaram fazer algum tipo de tratamento. Destes, 36,74% (61) fazem uso de ácidos tópicos; 21,68% (36) tratam a acne apenas com sabonetes comercializados como antiacne; 13,85% (23) fazem uso de isotretinoína oral; e 11,44% (19) a tratam com combinação de ácido tópico e antibiótico tópico. O tratamento exclusivo com anticoncepcional oral totalizou 6% (10) dos entrevistados, seguido pelo uso de espironolactona com 3,61% (6) e dieta 3,61% (6).

Em relação ao grau de satisfação com o tratamento atual da acne, 38% (115) mostraram-se satisfeitos; 34% (103) estavam indiferentes; 15% (47) estavam muito satisfeitos; 11% (35) estavam insatisfeitos; e apenas 2% (6) se mostraram muito insatisfeitos com o atual tratamento da acne.

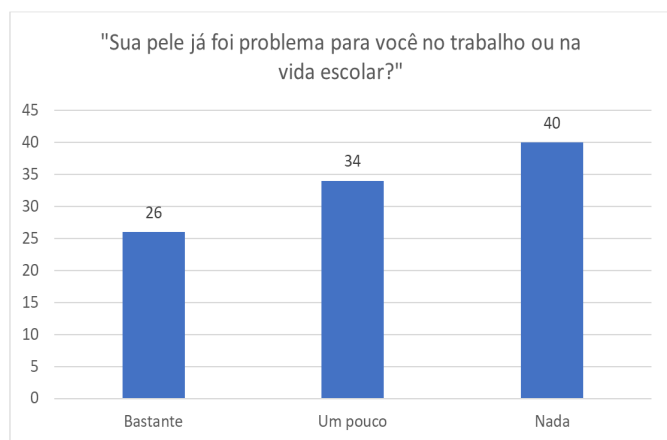
Ao serem questionados sobre o quanto a pele foi afetada durante a semana que passou por causa de coceira, inflamação, dor ou queimação, 37,25% (114) afirmaram “pouco”; 35,29% (108) afirmaram “nada”, enquanto 18,3% (56) indicaram como “bastante” e 9,15% (28) marcaram como “realmente muito”.



**FIGURA 4:** Distribuição percentual da frequência de procura pelo especialista dermatologista nos últimos 12 meses para manejo de queixa relacionada à pele



**FIGURA 5:** Distribuição percentual de quanto constrangimento ou outro tipo de limitação foi causado na última semana devido ao estado da pele, 2022

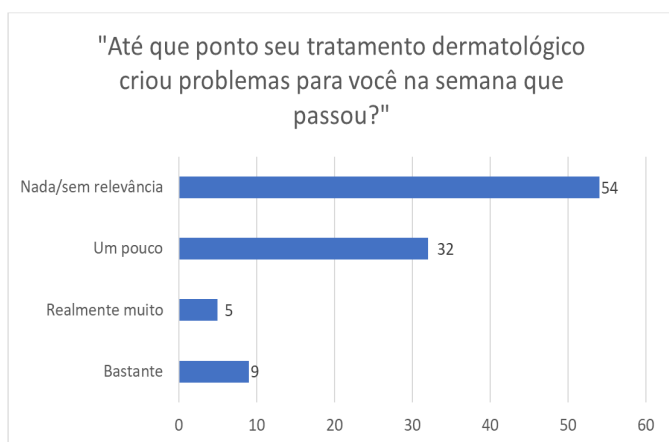


**FIGURA 6:** Distribuição percentual de entrevistados que responderam que a pele não foi um empecilho para estudar ou trabalhar na última semana, mas o foi em algum momento da vida, 2022

A figura 5, seguindo o Questionário de Qualidade de Vida em Dermatologia (DLQI-BRA), mostra o percentual de entrevistados que se sentiram constrangidos ou limitados devido à condição de sua pele durante a última semana. Da população total, 20% (61) relataram como “bastante” e 10% (31) marcaram “realmente muito”.

Sobre o quanto sua pele interferiu nas suas atividades de compras ou passeios, em casa ou locais públicos durante a semana que passou, 13% (40) relataram “bastante”; 9,8% (30) como “realmente muito”, enquanto “um pouco” ou “nada” totalizaram juntos 77,12% (236).

Quando se questionou até que ponto a pele interferiu na semana que passou nas roupas que normalmente usam, 79,4% (243) afirmaram “pouco” ou “nada”. Em contrapartida, 11,43% (35) afirmaram “bastante” e 9,15% (28) disseram “realmente



**FIGURA 7:** Distribuição percentual das respostas à pergunta: “até que ponto seu tratamento dermatológico criou problemas para você na semana passada?”

muito”.

Em relação ao quanto a pele afetou qualquer uma das atividades sociais ou de lazer na semana que passou do entrevistado, 33,4% (102) afirmaram “um pouco”; 14,7% (45) disseram “bastante”; e 10,45% (32) afirmaram ter sido “realmente muito” afetados no âmbito social e de lazer.

Para 8,16% (25) dos entrevistados, sua condição de pele dificultou “realmente muito” a prática de esportes durante a semana que passou. Cerca de 11% (34) afirmaram que houve bastante dificuldade para a execução de atividades físicas e 29% (89) assinalaram “pouco”. O maior percentual foram aqueles que não se sentiram afetados, com 51,63% (158).

Apenas 3,6% (11) dos entrevistados afirmaram que sua condição de pele os impediu que fossem trabalhar ou estudar na última semana. Para os entrevistados que responderam que a pele não interferiu no trabalho ou nos estudos, o questionário DLQI seguiu indagando para esta população se, em algum momento da vida, a pele já foi um problema no âmbito escolar ou de trabalho. Desse grupo, 26% (67) afirmaram “bastante” e 34% (88) declararam que a pele, em algum momento, já havia sido um problema, como mostra a figura 6.

Em outro momento, quando se questionou “o quão problemática se tornou a relação com o(a) parceiro(a), amigos próximos ou parentes por causa de sua pele”, 12% (36) afirmaram “bastante”, 9% (28) assinalaram “realmente muito”, 31% (94) disseram “um pouco”, enquanto a maioria, 48% (148), negou a interferência da pele em relações interpessoais.

No que se refere ao quanto a pele interferiu em relações sexuais na última semana, a maioria dos entrevistados – 60% (182) – negou ter sido afetada e 26% (81) afirmaram “um pouco”. O grupo que se considerou bastante afetado nesse quesito totalizou 8% (25) da população e aqueles “realmente muito” afetados foram apenas 6% (18).

Por fim, a figura 7 traz informações sobre o questionamento de “até que ponto seu tratamento dermatológico criou problemas para você na semana que passou”. A maioria, que totalizou 54% (166) dos entrevistados, negou ter tido algum problema, enquanto apenas 9% (28) tiveram “bastantes” problemas relacionados ao atual tratamento dermatológico.

## DISCUSSÃO

O presente estudo demonstrou que as mídias sociais, principalmente a Internet, tem um grande impacto no manejo da acne. As plataformas *online* fornecem informações rápidas e de fácil compreensão, o que pode contribuir para a preferência por este meio na obtenção de informações sobre produtos e tratamentos para a acne.<sup>2</sup>

O Instagram destacou-se como a rede social prevalente para obtenção de informações sobre a acne, com 65% de preferência pelos entrevistados. Como apontado por Ward<sup>9</sup>, a heterogeneidade de qualidade de mensagem, a possibilidade de escolha da fonte de informação e o uso de hashtags como ferramenta de busca parecem favorecer esta rede social ao facilitar a procura de

posts sobre assuntos mais específicos com variedade de opiniões acerca de um mesmo tema.<sup>9</sup> Também pela vasta diversidade de informações, destaca-se a importância do médico dermatologista neste meio para proporcionar informações com embasamento científico e alertas quanto a procedimentos e automedicações com potencial risco dermatológico.

Dermatologistas em redes sociais tiveram grande destaque como fonte de informações acerca do manejo da acne. Mais da metade dos entrevistados (61%) recorria aos profissionais dermatologistas nas redes sociais para obtenção de conhecimento sobre o assunto, o que pode ter contribuído ao vasto entendimento da acne como uma doença multifatorial (70%). Além disso, a pouca procura por atendimento presencial com dermatologista devido a queixas relacionadas à pele ressalta a importância da presença *online* do profissional dermatologista para a educação pública a fim de reduzir automedicações e consequentes complicações que impactam na saúde física e emocional dos portadores de acne.<sup>4</sup>

Complicações geradas por procedimentos ou automedicação por influência das mídias sociais representaram uma pequena parte do total de entrevistados (10%), um provável reflexo da preferência do público por informações de qualidade em fontes com maior embasamento científico. A grande frequência do uso de ácidos tópicos na população em estudo, principalmente os retinoides, também evidencia a influência do profissional dermatologista para a escolha do manejo da acne, assim como destaca a revisão sistemática de Pena, Hill e Feldman<sup>10</sup> em que o número de prescrições de retinoides tópicos por dermatologistas é substancialmente maior que entre outros profissionais médicos.

Outro indicativo importante foi quanto ao “Índice de Qualidade de Vida em Dermatologia” (DLQI). Os entrevistados não tiveram impacto significativo da acne no cotidiano, mas um número expressivo de entrevistados (60%) declarou que a acne, em algum momento da vida, já foi um problema no âmbito escolar ou no trabalho, o que pode estar relacionado ao atual controle da doença e consequente satisfação com o tratamento vigente.<sup>11</sup>

## CONCLUSÃO

Como previsto, as mídias sociais exercem uma grande influência sobre as decisões acerca do manejo da acne vulgar. Apesar da preferência por conteúdo *online*, os usuários das redes sociais estão cada vez mais rigorosos quanto à qualidade de informações consumidas e, no que se refere ao manejo da acne vulgar, o médico dermatologista é a referência eleita pelo público. À vista disso, a ocorrência de efeitos colaterais indesejáveis devido ao uso de produtos para a acne sem prescrição médica foi relatada por uma pequena parte dos entrevistados, o que também pôde ser observado na alta taxa de satisfação com a atual condição da pele.

Ainda assim, a facilidade de encontrar produtos comercializados para a acne por meio da Internet parece, muitas vezes, substituir consultas presenciais com médicos dermatologistas, o que pode contribuir para a ocorrência de aumento de cicatrizes e irritação da pele. Nesse sentido, é necessária a criação de ferramentas de verificação de confiabilidade das informações relacionadas à acne vulgar nas diversas plataformas *online*, além de maior participação de profissionais capacitados na disseminação de informações com embasamento em evidências científicas de alta qualidade. ●

## REFERÊNCIAS:

1. Lipovetsky GA. Terceira mulher: permanência e revolução do feminismo. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras; 2000.
2. Silva AFDS, Neves LDS, Japur CC, Penaforte TR, Penaforte FR. Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. *Demetra: Alimentação, Nutrição e Saúde*. 2018;12(2):395-411.
3. Mota BS, Bittencourt M, Viana PMF. A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia. *E-Compós*. 2015;17(3):1-25.
4. Kandre DD, Kariya MM, Patel AV. Prevalence of stress, anxiety and depression in patients of acne vulgaris. *IP Indian J Clin Exp Dermatol*. 2020;6(3):243-8.
5. Skroza N, Tolino E, Mambrin A, Zuber S, Balduzzi V, Marchesiello A, et al. Adult acne versus adolescent acne: a retrospective study of 1,167 patients. *J Clin Aesthet Dermatol*. 2018;11(1):21-5.
6. Dreno B, Bordet C, Seite S, Taieb C. 'Registre Acné' Dermatologists. Acne relapses: impact on quality of life and productivity. *J Eur Acad Dermatol Venereol*. 2019;33(5):937-43.
7. Zouboulis CC. Endocrinology and immunology of acne: two sides of the same coin. *Exp Dermatol*. 2020;29(9):840-59.
8. Gollnick HP, Finlay AY, Shear N. Global alliance to improve outcomes in acne. Can we define acne as a chronic disease? If so, how and when? *Am J Clin Dermatol*. 2008;9(5):279-84.
9. Ward S, Rojek N. Acne information on Instagram: quality of content and the role of dermatologists on social media. *J Drugs Dermatol*. 2022;21(3):333-5.
10. Pena S, Hill D, Feldman SR. Use of topical retinoids by dermatologists and non-dermatologists in the management of acne vulgaris. *J Am Acad Dermatol*. 2016;74(6):1252-4.
11. Singh IP, Poonia K, Bajaj K. Quality of life in young adults with acne: results of a cross-sectional study. *J Cosmet Dermatol*. 2021;20(12):4017-23.

#### CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES:

**Yzadora Vitória Nunes Lima**  ORCID 0000-0003-3518-7410

Análise estatística; aprovação da versão final do manuscrito; concepção e planejamento do estudo; elaboração e redação do manuscrito; obtenção, análise e interpretação dos dados; participação efetiva na orientação da pesquisa; participação intelectual em conduta propedêutica e/ou terapêutica de casos estudados; revisão crítica da literatura; revisão crítica do manuscrito.

**Ana Clara de Oliveira Boeing**  ORCID 0000-0001-9607-2209

Análise estatística; aprovação da versão final do manuscrito; concepção e planejamento do estudo; elaboração e redação do manuscrito; obtenção, análise e interpretação dos dados; participação efetiva na orientação da pesquisa.

**Rubens Pontello Júnior**  ORCID 0000-0002-2101-9080

Aprovação da versão final do manuscrito; concepção e planejamento do estudo; elaboração e redação do manuscrito; participação efetiva na orientação da pesquisa; participação intelectual em conduta propedêutica e/ou terapêutica de casos estudados; revisão crítica da literatura; revisão crítica do manuscrito.

**Tânia Maria Gomes da Silva**  ORCID 0000-0002-5495-9968

Aprovação da versão final do manuscrito; elaboração e redação do manuscrito; participação efetiva na orientação da pesquisa; participação intelectual em conduta propedêutica e/ou terapêutica de casos estudados; revisão crítica da literatura; revisão crítica do manuscrito.