



**CENTRO UNIVERSITÁRIO PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS - UNIPAC**  
**CURSO DE NUTRIÇÃO**

**MYLENA CAROLINE BARROS DE PAULA**  
**PÂMELA LADEIRA DA SILVA**  
**TAINÁ NAISA DA SILVA BARRETO**

**COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A SUA RELAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS E  
ESTADO NUTRICIONAL DE JOVENS ADULTAS DE BARBACENA - MINAS GERAIS**

**BARBACENA**  
**2020**

**MYLENA CAROLINE BARROS DE PAULA  
PÂMELA LADEIRA DA SILVA  
TAINÁ NAISA DA SILVA BARRETO**

**COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A SUA RELAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS E  
ESTADO NUTRICIONAL DE JOVENS ADULTAS DE BARBACENA - MINAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Nutrição do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC, como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharela em Nutrição.

Orientadora: Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli.

**BARBACENA**

**2020**

**MYLENA CAROLINE BARROS DE PAULA  
PÂMELA LADEIRA DA SILVA  
TAINÁ NAISA DA SILVA BARRETO**

**COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A SUA RELAÇÃO COM AS REDES SOCIAIS E  
ESTADO NUTRICIONAL DE JOVENS ADULTAS DE BARBACENA - MINAS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Nutrição do  
Centro Universitário Presidente Antônio  
Carlos – UNIPAC, como requisito  
obrigatório para obtenção do título de  
Bacharela em Nutrição.

Orientadora: Gilce Andrezza De Freitas  
Folly Zocateli.

Entregue em: 07/12/2020

**GILCE ANDREZZA DE FREITAS FOLLY ZOCATELI**

**MYLENA CAROLINE BARROS DE PAULA**

**PÂMELA LADEIRA DA SILVA**

**TAINÁ NAISA DA SILVA BARRETO**

**BARBACENA**

**2020**

## COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A RELAÇÃO COM REDES SOCIAIS E ESTADO NUTRICIONAL DE JOVENS ADULTAS DE BARBACENA – MINAS GERAIS

Mylena Caroline Barros de Paula,<sup>1</sup>

Pâmela Ladeira da Silva,<sup>1</sup>

Tainá Naisa da Silva Barreto<sup>1</sup>,

Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli<sup>2</sup>

1. Acadêmicas do curso Bacharelado em Nutrição, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC, Barbacena-MG.

2. Professora orientadora do curso de Nutrição, Nutricionista, Mestra em Saúde e Nutrição, Centro Universitário Presidente Antônio Carlos – UNIPAC, Barbacena-MG.

### RESUMO

**Introdução:** A procura por padrões estéticos com influência das mídias pode influenciar no comportamento alimentar e nos determinantes de Ingestão Externa, Ingestão Emocional e Restrição Alimentar, além de interferir no estado nutricional. **Objetivo:** Relacionar as redes sociais com o comportamento alimentar e o estado nutricional de jovens adultas de Barbacena - Minas Gerais. **Metodologia:** Em 100 mulheres jovens adultas de 20-30 anos foram aplicados questionário semiestruturado das redes sociais e Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QHCA) e, posteriormente, avaliados seus resultados usando SPSS® Statistics 20. **Resultados:** Relatou-se que a mídia com mais acesso é o Instagram. A maioria das entrevistadas relataram utilizar redes sociais por mais de 10 horas/dia e isto teve interferência na Ingestão Externa. 34% declararam que seguiam blogueiras fitness e mais da metade diziam ser influenciadas por elas, e isto interferiu no componente de Restrição Alimentar. 87% disseram que as redes sociais podem influenciar nas escolhas alimentares, interferindo também na Restrição Alimentar. Já as que acham que as redes sociais são fontes de informações sobre alimentação e dieta obtiveram diferença na Ingestão Emocional. As mulheres que fazem dieta das redes sociais apresentaram diferença na Ingestão Externa. As mulheres que já fizeram acompanhamento nutricional apresentaram alteração na Restrição Alimentar. E as mulheres obesas possuem maior média de Ingestão Emocional. **Conclusão:** As redes sociais possuem grande influência no comportamento alimentar de jovens adultas podendo trazer benefícios ou malefícios

para o seu estado nutricional. É importante a conscientização destas mulheres quanto ao acompanhamento com nutricionista visando melhorias ao estado nutricional.

**Palavras-chave:** Comportamento alimentar (D005247). Estado nutricional(D009752). Rede social (D060756).

## **ABSTRACT**

**Introduction:** The search for aesthetic standards influenced by the media can influence eating behavior and the determinants of External Ingestion, Emotional Ingestion and Food Restriction, in addition to interfering with nutritional status. **Objective:** To relate social networks with eating behavior and nutritional status of young adults from Barbacena - Minas Gerais. **Methodology:** In 100 young adult women aged 20-30 years, a semi-structured social media questionnaire and the Dutch Food Behavior Questionnaire (QHCA) were applied and, later, their results were evaluated using SPSS® Statistics 20. **Results:** It was reported that the media with more access is Instagram. Most of the interviewees reported using social networks for more than 10 hours / day and this had an impact on External Ingestion. 34% declared that they followed fitness bloggers and more than half said they were influenced by them, and this interfered with the Food Restriction component. 87% said that social networks can influence food choices, also interfering with food restriction. Those who think that social networks are sources of information about food and diet obtained a difference in Emotional Ingestion. Women on a social media diet showed a difference in External Intake. Women who have already undergone nutritional monitoring showed changes in Food Restriction. And obese women have a higher average Emotional Intake. **Conclusion:** Social networks have a great influence on the eating behavior of young adults and can bring benefits or harms to their nutritional status. It is important to raise the awareness of these women regarding the follow-up with a nutritionist in order to improve nutritional status.

**Keywords:** Feeding Behavior. Nutritional Status. Social networking.

## 1 INTRODUÇÃO

A definição de comportamento alimentar está associada a todas ações necessárias ao ato de alimentar-se, sendo ele determinado de forma interna ou externa ao organismo.<sup>1</sup>O comportamento alimentar começa com a decisão de comer, a biodisponibilidade, o tipo de preparação, horários, utensílios e se encerra na ingestão dos alimentos.<sup>2</sup>

Nos determinantes internos do comportamento alimentar estão inclusos fatores biológicos, fisiológicos e químicos como: sensação de fome e saciedade, estímulo do sistema sensorial, mecanismos de recompensa e prazer. No que se referem ao ambiente como fatores externos temos: relações sociais, cultura e mídia. Em consonância com esses fatores determinantes, a genética pode potencializar a influenciar nas escolhas alimentares de cada indivíduo, juntamente com o estado emocional. Isto, em situações mais agravantes, desencadeia o surgimento de transtornos alimentares associado ou não distúrbio de imagem corporal.<sup>1,2,3</sup>

Os Transtornos Alimentares (TA), como anorexia, bulimia, pica, compulsão alimentar, entres outros, começam, comumente na infância e na adolescência, e podem estar associados ao comportamento alimentar alterado.<sup>4</sup> A busca por padrões estéticos de magreza em escala global tem sido um fator determinante para o aumento de número de casos. Assim, visando à prevenção e intervenção precoce nesse tipo de doença, os profissionais de saúde, pais e professores devem estar atentos aos seus filhos, pacientes e alunos, quanto a mudanças de comportamento repentino, mudanças de hábitos alimentares, postura, preferências alimentares, horários, e também quais atitudes apresentavam antes, durante e após as refeições.<sup>5</sup>

A disseminação do ideal corporal de magreza que antes era propagada apenas pela televisão, hoje em dia, é mais propagada por meio de mídias.<sup>6,7</sup>

Após a era de cartas, jornais, revistas e rádio, a televisão passou a ser o meio de comunicação mais desejado pelo mundo todo, a transmissão de imagem à distância, passava credibilidade e verdade para seus telespectadores, se tornando uma revolução. Não sendo excluída, a televisão passou a ter um novo aliado com

ferramentas de pesquisa, conteúdos criativos e interativos, comunicação em tempo real e acesso a multimídia por meio da internet, sendo a mais nova conquista da humanidade.<sup>8</sup>

A amplitude de dados e conteúdo da internet facilitou a vida de muitas pessoas, tanto em âmbito acadêmico, como no trabalho e também na vida pessoal.<sup>9</sup> Por ser de caráter livre, a exposição às redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter e outras, torna as pessoas mais vulneráveis e passíveis a críticas, xingamentos e julgamentos de qualquer pessoa de todo lugar do mundo.<sup>10</sup>

O mundo digital é um espaço de integração, colaboração, mobilização e manifestação, é também um meio para promover mudanças na sociedade. Seus benefícios são múltiplos e nos trazem conhecimentos sociais e culturais. Porém seu uso negativo pode ocasionar problemas pessoais e influenciar na saúde mental dos seus usuários. Ela é de constante transformação e é imprescindível ter senso crítico e sabedoria para poder aproveitá-la.<sup>11</sup> Portanto, as redes sociais têm, como característica primária, o fato de serem abertas e dinâmicas, estão em permanente construção e têm como princípio básico a conectividade. São muito presentes na vida das pessoas, podendo influenciar no comportamento alimentar, no estado nutricional e causando possíveis transtornos alimentares.<sup>12</sup>

No presente estudo foram avaliadas as possíveis relações das redes sociais, por um questionário próprio, e o comportamento alimentar, pelo Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QHCA), contendo as subescalas de Restrição Alimentar, Ingestão Emocional e Ingestão Externa. A Restrição Alimentar refere-se ao indivíduo que faz muito esforço regularmente para controlar a fome e a quantidade de alimento ingerida, e também define um estilo alimentar. A Ingestão Emocional representa a perda de controle da ingestão por exposição a fatores emocionais. E a Ingestão Externa que diz respeito à perda de controle devido a fatores sociais.<sup>13</sup> Estes componentes do QHCA estiveram relacionados a alguns aspectos do estado nutricional e ao uso de redes sociais.

O objetivo do presente estudo foi realizar uma pesquisa sobre o comportamento alimentar e suas possíveis relações com o uso das redes sociais e com o estado nutricional de mulheres de Barbacena, Minas Gerais.

## 2 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo transversal observacional realizado em jovens adultas do gênero feminino, da faixa etária de 20 a 30 anos, que frequentavam o Barbacena Shopping e Bahamas Mix Shopping da cidade de Barbacena, Minas Gerais. Na pesquisa foram aplicados o Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QCHA) e o questionário semi estruturado das redes sociais desenvolvido pelas pesquisadoras. Além disto, foram realizadas as seguintes medidas antropométricas de estatura e peso para cálculo e classificação do Índice de Massa Corporal (IMC) a fim de investigar alterações no estado nutricional e no comportamento alimentar relacionadas ao uso de redes sociais.

O número de participantes do estudo foi de 100 mulheres. Esta amostra foi definida de forma não-probabilística por conveniência.

Considerou-se como critérios de inclusão, ser do gênero feminino, estar presente nos Shoppings de Barbacena (Barbacena Shopping e Bahamas Mix Shopping), com idade de 20 a 30 anos, aceitar participar voluntariamente e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Os critérios de exclusão foram: crianças, adolescentes e idosos de ambos os sexos, homens adultos, mulheres fora da faixa etária estabelecida, que não aceitaram participar e que não estivessem presentes nos Shoppings no momento da pesquisa.

As características do comportamento alimentar foram investigadas pelo Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QHCA) – *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) criado originalmente por Strien *et al.* em 1986 (Anexo I).<sup>14</sup> O QHCA foi validado para o português e traduzido para a população brasileira por Viana e Sinde em 2003.<sup>15</sup>

O QHCA contém 33 perguntas avaliadas numa escala entre 1 e 5 (nunca/raramente/ às vezes/ frequentemente/ muito frequentemente) que compõem três subescalas: restrição alimentar; ingestão emocional; e ingestão externa.<sup>16</sup>

Além da aplicação do QHCA, foi realizada a medidas dos seguintes parâmetros antropométricos: a estatura das adultas em um local reservado, usando uma fita

inelástica, da marca Atrium®. A participante foi colocada descalça (ou com meias), em posição ortostática, com pernas e pés paralelos, braços estendidos ao lado do corpo, com a cabeça erguida em ângulo reto com o pescoço e olhando para um ponto fixo na altura dos olhos, certificando que os calcanhares, panturrilhas, nádegas, ombros e parte posterior da cabeça estivessem encostados na parede, sendo realização da aferição em sua expiração. Após a solicitação, a participante se afastou para que o pesquisador verificasse o resultado, registrando-o.<sup>17</sup>

A pesagem ocorreu também em local reservado, com balança digital com capacidade de até 180 kg modelo RM-BD206 da marca Relaxmedic®. A participante foi pesada sem sapatos, agasalhos ou objetos no bolso, condicionada por alguns segundos em cima da balança para anotação do peso aferido.<sup>17</sup>

Em decorrência ao Covid-19 foram tomadas medidas protetivas em todos os procedimentos realizados para a presente pesquisa. Todos os materiais usados foram devidamente higienizados com uso de álcool em gel 70%, todas as participantes usaram máscaras e álcool em gel 70% para higienização das mãos e as pesquisadoras máscaras e luvas.

A partir dos dados obtidos, foram adotados para a classificação do estado nutricional pelo IMC pontos de corte para análise de desnutrição, eutrofia, sobrepeso e obesidade em adultos de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS).<sup>18</sup>

Para análise da relação das redes sociais com o comportamento alimentar e estado nutricional foi desenvolvido um questionário com questões relacionando a frequência do uso das redes sociais e da influência dessas mídias nas escolhas alimentares e estilo de vida (Apêndice I).<sup>6</sup>

Os Shoppings participantes foram elucidados a respeito da pesquisa e os diretores assinaram a autorização para a realização da pesquisa (Apêndice II e III).

As mulheres jovens adultas foram esclarecidas quanto aos objetivos, procedimentos, riscos e benefícios do estudo e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice IV).

Este projeto de pesquisa foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisas com Seres Humanos (CEP) do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos (UNIPAC) Barbacena sob o número do CAAE (Certificado de Apresentação para Apreciação

Ética) 35136020.7.0000.5156 e foi aprovado sob o número do parecer 4.228.064 no ano de 2020 e somente foi realizado após aprovação do mesmo. Declara-se ainda que não houve conflitos de interesse na realização desta pesquisa.

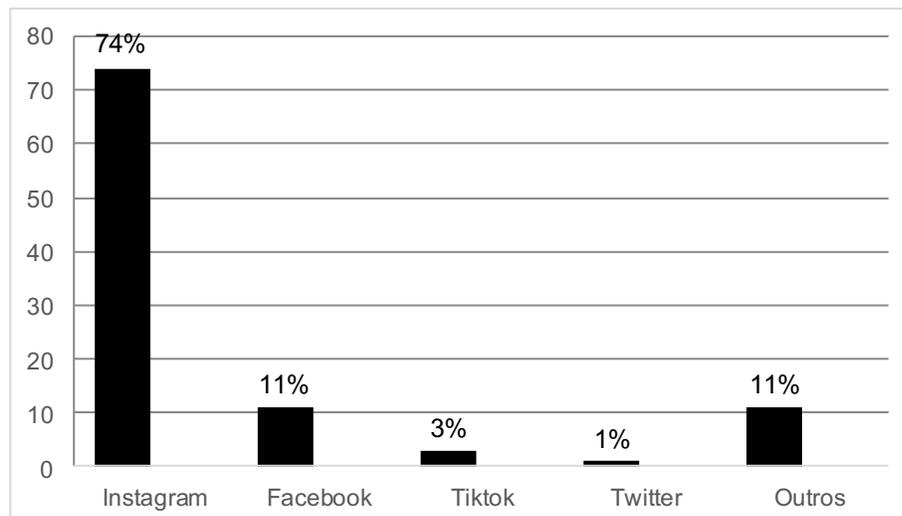
Para a análise dos resultados, foi elaborado um banco de dados tabulado no Microsoft® Office Excel com todas as informações obtidas no trabalho de campo e os componentes do QHCA de Ingestão Emocional, Restrição Alimentar e Ingestão Externa. Todas as variáveis quantitativas foram apresentadas na forma de média  $\pm$  desvio padrão e/ou em mediana (intervalo interquartil) e até mesmo em números absolutos e em frequência, se necessário. Aplicou-se o teste Shapiro-Wilk com um intervalo de confiança de 95% para verificar a normalidade da distribuição dos dados quantitativos. Foram realizados o Teste T Independente, o Teste U de Mann-Whitney, Análise de Variância (ANOVA) de uma via e o Teste de Kruskal-Wallis com o objetivo de comparar as médias e medianas dos três componentes do QHCA por grupos bivariados e multivariados de mulheres de acordo com o estado nutricional e com as perguntas relacionadas ao uso de redes sociais e ao acompanhamento nutricional. Para a ANOVA foi necessário realizar o teste de Levene para avaliar a homogeneidade dos dados, e os testes post-hoc de Fisher (conhecido como LSD, *least-significance difference*) e a comparação múltipla para comparação entre os pares. Todos os testes estatísticos foram realizados com um intervalo de confiança de 95% utilizando-se o programa IBM SPSS Statistics 20.

### 3 RESULTADOS

Foram coletados dados de 100 voluntárias mulheres na qual observou-se uma idade média de  $24,17 \pm 4,44$  anos, IMC médio de  $24,92 \pm 4,35$  Kg/m<sup>2</sup>, estatura mediana de 1,60 (1,60 – 1,70) metros, e peso mediano de 64,50 (57,00 – 75,00) Kg.

O uso de redes sociais foi relatado que 74% usam mais o Instagram do que as demais redes sociais, conforme mostra o Gráfico 1. As 'outras redes' mencionadas no gráfico referem-se ao WhatsApp e YouTube, por exemplo.

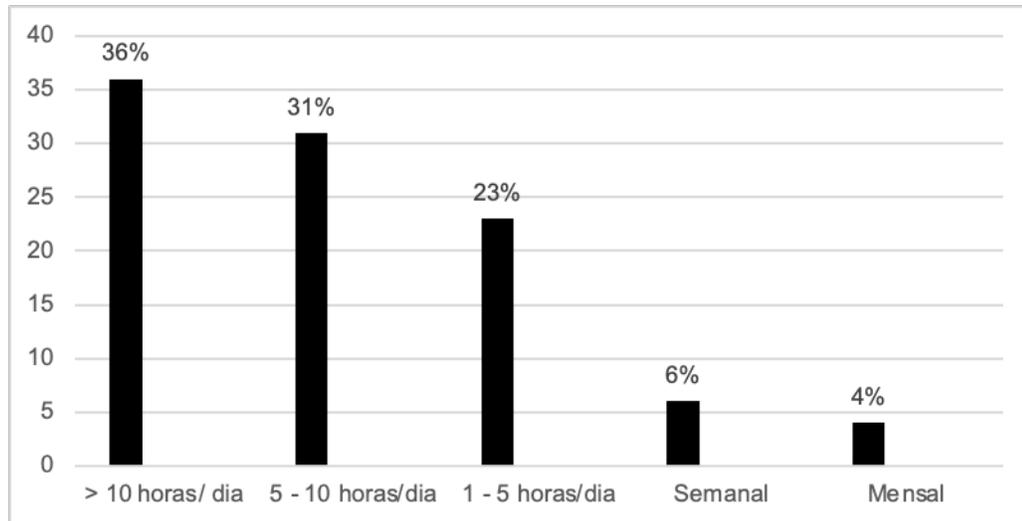
**Gráfico 1** – Distribuição de preferências das redes sociais usadas por mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.



Os assuntos mais buscados nas redes sociais pelas participantes foram respectivamente moda/beleza (45%), notícias (15%), música (11%), alimentação (10%), e outros (10%), como conteúdos cristãos, ou mesmo, um pouco de cada conteúdo citado, e exercício físico (9%).

Observou-se ainda grande frequência do uso das redes sociais entre as entrevistadas conforme apresentado no Gráfico 2.

**Gráfico 2** - Frequência em horas do uso das redes sociais de mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.



Em relação aos componentes do QHCA, a partir da pontuação que variava de 1 a 5, observou-se que o componente da Ingestão Emocional apresentou média de  $2,65 \pm 0,97$  e a Restrição Alimentar apresentou mediana de 2,30 (1,62 – 3,00), ambas com média/mediana compatíveis com o conceito de Raramente. Já o terceiro componente do QHCA, a Ingestão Externa, apresentou média de  $3,15 \pm 0,61$ , que é compatível com o conceito Às vezes, mostrando maior frequência de Ingestão Externa para o público avaliado. Entretanto, a Ingestão Externa diferiu entre o tempo de uso das redes sociais [ $F(4,95) = 2,895$ ;  $p = 0,026$ ], já que, a média de Ingestão Externa das mulheres que usam redes sociais mais de 10 horas por dia foi maior que as que usam de 5 a 10 horas por dia ( $p = 0,007$ ), e também foi maior que as que usam de 1 a 5 horas por dia ( $p = 0,007$ ) (Quadro 1).

Observou-se ainda que, quanto ao IMC, 4% das participantes estavam desnutridas, 52% eutróficas, 28% sobrepeso e 16% obesas. E ainda, notou-se que as médias da Ingestão Emocional diferiram entre as classificações de IMC das mulheres [ $F(3,96) = 2,861$ ;  $p = 0,041$ ], sendo que, a média da Ingestão Emocional das mulheres

obesas é maior que a média das mulheres eutróficas ( $p=0,007$ ), e também é maior do que a média da Ingestão Emocional das mulheres com sobrepeso ( $p=0,019$ ) (Quadro 1).

**Quadro 1** - Múltiplas comparações da média de Ingestão Externa e da Ingestão Emocional entre os grupos de mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, que relataram diferentes motivos para fazerem o acompanhamento nutricional, em 2020.

<b>Tempo de uso de redes sociais</b>	<b>Média da Ingestão Externa*</b>	<b><math>p^{**}</math> (comparado com o grupo que usa as redes sociais mais de 10 horas por dia)</b>
<b>Mensal</b>	3,22 ± 0,55	0,550
<b>Semanal</b>	2,93 ± 0,38	0,071
<b>1 a 5 horas por dia</b>	2,97 ± 0,65	<b>0,007</b>
<b>5 a 10 horas por dia</b>	3,00 ± 0,66	<b>0,007</b>
<b>Mais de 10 horas por dia</b>	3,41 ± 0,52	-
<b>Grupo do Índice de Massa Corporal (IMC)</b>	<b>Média da Ingestão Emocional*</b>	<b><math>p^{**}</math> (comparado com o grupo de obesas)</b>
<b>Desnutrida</b>	3,01 ± 1,32	0,663
<b>Eutrófica</b>	2,50 ± 0,95	<b>0,007</b>
<b>Sobrepeso</b>	2,54 ± 0,94	<b>0,019</b>
<b>Obesa</b>	3,25 ± 0,78	-

$p$ : probabilidade de variância.

\*Valores apresentados em média ± desvio padrão para Ingestão Externa que é uma variável paramétrica segundo o teste de normalidade Shapiro-Wilk com intervalo de confiança de 95%.

\*\*Valor de probabilidade de significância do teste post hoc LSD (*least-significance difference*) após Análise de Variância (ANOVA) de uma via, sendo  $p < 0,05$  significativo.

Outros dados observados foram que 87% das entrevistadas acham que as redes sociais podem influenciar nas escolhas alimentares das pessoas, 68% acreditam que existem malefícios no uso da mesma, 44% dizem que as redes sociais são fontes de informações sobre alimentação e dieta, 49% dizem também que são fontes de informação de corpo saudável e a mesma porcentagem relata ter realizado alguma dieta ou recomendação sobre alimentação provinda de redes sociais.

A respeito disto, observou-se uma diferença na média do componente de Ingestão Emocional ( $t(98)=2,097$ ;  $p=0,39$ ) entre as mulheres que acham e as que não acham que as redes sociais são fonte de informação sobre alimentação e dieta (Quadro 2). Sendo que, as que acham têm maior Ingestão Emocional do que as que não acham.

**Quadro 2** - Relação entre achar que as redes sociais são fonte de informação sobre alimentação e dieta e os componentes do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar (QHCA) em mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.

Componente do QHCA	Acha que as redes sociais são fonte de informação sobre alimentação e dieta		Não acha que as redes sociais são fonte de informação sobre alimentação e dieta		$p^{**}$
	N	Média/mediana*	N	Média/Mediana*	
<b>Ingestão Emocional</b>	44	2,88 ± 1,03	56	2,47 ± 0,89	<b>0,039</b>
<b>Restrição Alimentar</b>	44	2,40 (1,85 – 3,00)	56	2,20 (1,50 – 3,00)	0,278
<b>Ingestão Externa</b>	44	3,27 ± 0,58	56	3,05 ± 0,63	0,066

QHCA: Questionário Holandês do Comportamento Alimentar;  $p$ : probabilidade de variância.

\*Valores apresentados em média ± desvio padrão para variáveis paramétricas e medianas (intervalo interquartil) para variáveis não paramétricas segundo o teste de normalidade Shapiro-Wilk com intervalo de confiança de 95%.

\*\*Valor de probabilidade de significância do Teste T independente para variáveis paramétricas e Teste U de Mann-Whitney para variáveis não paramétricas, sendo  $p < 0,05$  significativo.

E ainda, o fato de achar que as redes sociais podem influenciar nas escolhas alimentares das pessoas influencia a mediana do componente de Restrição Alimentar do QHCA ( $U=171,000$ ;  $p < 0,0001$ ), já que, quem acha tem mediana maior de Restrição Alimentar (2,50, correspondente à Raramente) do que quem não acha (1,40, correspondente a Nunca) (Quadro 3).

Além disso, 34% das participantes afirmaram que seguem blogueiras “fitness” e 29% sentem-se influenciadas por elas. Sentir-se influenciada por blogueiras “fitness” influenciou na mediana do componente de Restrição Alimentar do QHCA ( $U=746,000$ ;  $p=0,031$ ) (Quadro 4). Assim, quem se sente influenciada por blogueiras “fitness” apresentou valor maior de Restrição Alimentar do que quem não se sente.

**Quadro 3** - Relação da influência das redes sociais nas escolhas alimentares e a pontuação dos componentes do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar (QHCA) em mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.

Componente do QHCA	Acha que as redes sociais têm influência nas escolhas alimentares		Não acha que as redes sociais têm influência nas escolhas alimentares		p**
	N	Média/mediana*	N	Média/Mediana*	
<b>Ingestão Emocional</b>	87	2,65 ± 0,94	13	2,63 ± 1,16	0,944
<b>Restrição Alimentar</b>	87	2,50 (1,90 – 3,00)	13	1,40 (1,10 – 1,60)	<b>&lt;0,0001</b>
<b>Ingestão Externa</b>	87	3,15 ± 0,61	13	3,11 ± 0,65	0,826

QHCA: Questionário Holandês do Comportamento Alimentar; p: probabilidade de variância.

\*Valores apresentados em média ± desvio padrão para variáveis paramétricas e mediana (intervalo interquartil) para variáveis não paramétricas segundo o teste de normalidade Shapiro-Wilk com intervalo de confiança de 95%.

\*\*Valor de probabilidade de significância do Teste T independente para variáveis paramétricas e Teste U de Mann-Whitney para variáveis não paramétricas, sendo p<0,05 significativo.

**Quadro 4** - Relação da influência das blogueiras “fitness” com os componentes do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar (QHCA) em mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.

Componente do QHCA	Se sente influenciado pelas blogueiras “fitness”		Não se sente influenciado pelas blogueiras “fitness”		p**
	N	Média/mediana*	n	Média/Mediana*	
<b>Ingestão Emocional</b>	29	2,83 ± 1,17	71	2,58 ± 0,87	0,319
<b>Restrição Alimentar</b>	29	2,80 (2,25 – 3,15)	71	2,20 (1,50 – 2,80)	<b>0,031</b>
<b>Ingestão Externa</b>	29	3,28 ± 0,73	71	3,09 ± 0,56	0,164

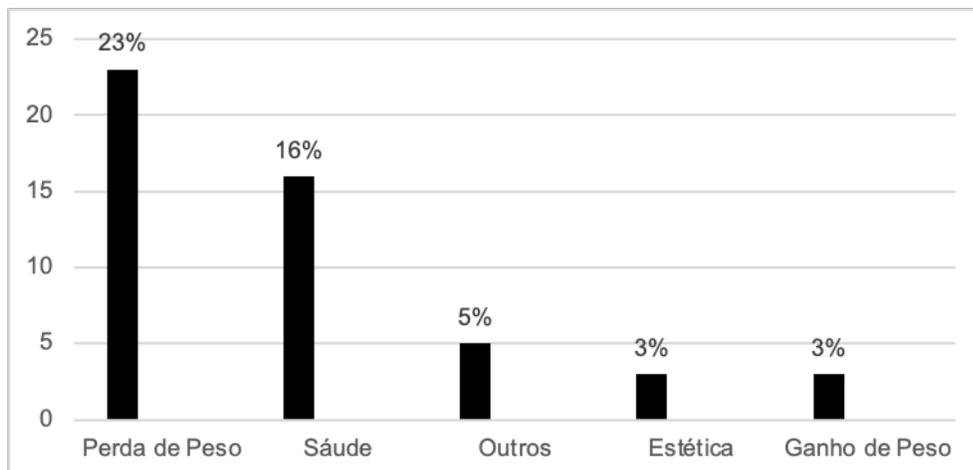
QHCA: Questionário Holandês do Comportamento Alimentar; p: probabilidade de variância.

\*Valores apresentados em média ± desvio padrão para variáveis paramétricas e medianas (intervalo interquartil) para variáveis não paramétricas segundo o teste de normalidade Shapiro-Wilk com intervalo de confiança de 95%.

\*\*Valor de probabilidade de significância do Teste T independente para variáveis paramétricas e Teste U de Mann-Whitney para variáveis não paramétricas, sendo p<0,05 significativo.

Do total de entrevistadas, 43% relataram que já fizeram acompanhamento com algum nutricionista. Quanto ao motivo relatado para o acompanhamento nutricional, foi observado que 23% disseram ser a perda de peso e 16% disseram ser saúde (Gráfico 3). Entretanto, 50% não responderam o motivo relatado para o acompanhamento nutricional.

**Gráfico 3** - Motivos pelos quais mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, procuraram acompanhamento nutricional- 2020.



Conforme mostra o Quadro 5, fazer acompanhamento com nutricionista influencia a mediana do componente de Restrição Alimentar do QHCA ( $U=758,000$ ;  $p=0,001$ ), ou seja, quem já fez acompanhamento nutricional apresentou maior Restrição Alimentar do que quem não fez.

O fato de as mulheres já terem feito alguma dieta ou recomendação alimentar fornecida pelas redes sociais influencia na média do componente de Ingestão Externa do QHCA ( $t(98)=2,225$ ;  $p=0,28$ ) (Quadro 6). Logo, quem já fez alguma dieta ou outra recomendação alimentar fornecida pelas redes sociais tem maior Ingestão Externa do que quem não fez.

As demais variáveis não apresentaram diferença estatisticamente significativa.

**Quadro 5** - Relação entre fazer acompanhamento nutricional e os componentes do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar (QHCA) em mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.

Componente do QHCA	Já fez acompanhamento nutricional		Não fez acompanhamento nutricional		<i>p</i> **
	n	Média/mediana*	n	Média/Mediana*	
<b>Ingestão Emocional</b>	43	2,76 ± 0,95	57	2,57 ± 0,98	0,326
<b>Restrição Alimentar</b>	43	2,70 (2,20 – 3,20)	57	2,00 (1,40 – 2,80)	<b>0,001</b>
<b>Ingestão Externa</b>	43	3,07 ± 0,67	57	3,20 ± 0,57	0,286

QHCA: Questionário Holandês do Comportamento Alimentar; *p*: probabilidade de variância.

\*Valores apresentados em média ± desvio padrão para variáveis paramétricas e medianas (intervalo interquartil) para variáveis não paramétricas segundo o teste de normalidade Shapiro-Wilk com intervalo de confiança de 95%.

\*\*Valor de probabilidade de significância do Teste T independente para variáveis paramétricas e Teste U de Mann-Whitney para variáveis não paramétricas, sendo  $p < 0,05$  significativo.

**Quadro 6** - Relação entre fazer dieta ou recomendação alimentar das redes sociais e os componentes do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar (QHCA) em mulheres adultas frequentadoras de dois shoppings da cidade de Barbacena, Minas Gerais, em 2020.

Componente do QHCA	Já fez dieta ou recomendação alimentar dada pelas redes sociais		Não fez dieta ou recomendação alimentar dada pelas redes sociais		<i>p</i> **
	n	Média/mediana*	n	Média/Mediana*	
<b>Ingestão Emocional</b>	24	2,89 ± 1,16	76	2,58 ± 0,89	0,165
<b>Restrição Alimentar</b>	24	2,40 (2,00 – 2,97)	76	2,30 (1,50 – 3,00)	0,267
<b>Ingestão Externa</b>	24	3,39 ± 0,61	76	3,07 ± 0,60	<b>0,028</b>

QHCA: Questionário Holandês do Comportamento Alimentar; *p*: probabilidade de variância.

\*Valores apresentados em média ± desvio padrão para variáveis paramétricas e mediana (intervalo interquartil) para variáveis não paramétricas segundo o teste de normalidade Shapiro-Wilk com intervalo de confiança de 95%.

\*\*Valor de probabilidade de significância do Teste T independente para variáveis paramétricas e Teste U de Mann-Whitney para variáveis não paramétricas, sendo  $p < 0,05$  significativo.

## 4 DISCUSSÃO

Os resultados encontrados sobre o acesso às mídias sociais estão em consonância com o estudo de Costa et al.<sup>19</sup> no que se refere a uma tendência de maior acesso ao Instagram comparado a outras mídias. Na presente pesquisa, as variáveis moda/beleza, notícias, músicas e alimentação, respectivamente, foram relatadas como os assuntos mais procurados nessa rede. No mesmo estudo de Costa et al.<sup>19</sup> esses temas também estão presentes, porém se diferem na sequência de busca, sendo estética, alimentação saudável e notícias gerais.

Outro aspecto observado foi em relação ao tempo de uso das redes sociais, onde a maioria das participantes da presente pesquisa relatou utilizar por mais de 10 horas diárias. Esta alta frequência de uso das redes sociais esteve relacionada à maior Ingestão Externa das das participantes, quando comparadas as que utilizam as redes sociais por menos tempo. Segundo Costa et al.<sup>19</sup>, essa exposição a mídia em um grande período de tempo pode acarretar modificações nas escolhas alimentares das pessoas, induzindo ao consumo de alimentos de baixa qualidade no ambiente externo, na prática de dietas ou recomendações, ambas divulgadas em ambiente virtual.

O estudo de Turner e Lefevre<sup>20</sup> concluiu que, por ser uma plataforma baseada em imagens, os usuários do Instagram podem estar mais propensos a seguir conselhos ou imitar as dietas das 'celebridades', pois sentem uma conexão mais pessoal do que em uma plataforma baseada em texto. Os autores também evidenciaram que a influência dessa rede e de outras mídias podem estar associadas a problemas de saúde mental, distúrbios e comportamentos alimentares alterados, principalmente quando relacionado ao tempo de uso e ao seguir um grande número de desconhecidos, podendo gerar uma comparação negativa.

Além disto, 87% das participantes, ao serem questionadas, declararam que são influenciadas pelas redes sociais em suas escolhas alimentares. Estes achados acusam alta vulnerabilidade às implicações que as informações contidas nas redes podem gerar, como por exemplo, o controle rigoroso dos alimentos ingeridos, sendo considerada uma influência no componente de Restrição Alimentar do QHCA para

esses indivíduos, por Turner e Lefevre<sup>20</sup> indica que as redes sociais podem estar relacionadas ao desencadeamento de transtornos, que se iniciam com a restrição alimentar. Apesar do presente estudo não se referir aos transtornos alimentares pode-se observar uma associação entre os resultados encontrados.

O estudo de Lira et al.<sup>6</sup> demonstrou que a absorção de informações sobre o padrão de beleza foi uma das variáveis mais assinaladas pelas participantes quando questionadas sobre os malefícios das redes sociais, assim como 68% das participantes dessa pesquisa.

O mesmo estudo<sup>6</sup> apresentou que 25% das participantes afirmaram terem sido influenciadas a retirar da alimentação comidas ditas como não saudáveis. Já na presente pesquisa, uma maior porcentagem das participantes afirmou terem as redes sociais como fonte de informação sobre alimentação e dieta, causando alterações no componente de Ingestão Emocional do QHCA. Essas modificações podem estar relacionadas ao fato de que as pessoas não conseguem seguir o que é imposto na mídia, causando emoções negativas, levando a ingestão emocional na maioria das vezes de alimentos de baixo valor nutricional.

Outro ponto a se destacar do estudo de Lira et al.<sup>6</sup> é que os integrantes declararam ter as redes sociais como fontes de informação sobre o que é um corpo saudável, o que corrobora com os resultados encontrados desta pesquisa.

Constatou-se também nesta pesquisa que 100% das participantes utilizam redes sociais, mas apenas 34% seguem blogueiras “fitness”, porém, 29% se sentem influenciadas por elas. Sentir-se influenciada por blogueiras apresentou relação com maior pontuação no componente de Restrição Alimentar do QHCA. Magalhães, Brasil e Tiengo<sup>21</sup> evidenciaram que muitas pessoas desencadeiam o desejo de assemelhar-se às blogueiras, tanto no estilo de vida, aparência, como aprender novas receitas ou mesmo para seguir o padrão alimentar imposto por elas, estimulando uma alimentação restritiva.

No mesmo estudo<sup>21</sup>, a maioria das pessoas, mesmo conectadas a várias redes sociais, não seguia blogueiras “fitness”, e muitas das que seguiam não se sentiam influenciadas por suas dicas, dados comparados ao do presente estudo. Os autores ainda afirmaram que a mídia se tornou um meio onde as empresas investem em

blogueiras, passando uma imagem de pessoa comum, ganhando a confiança dos seguidores para vender seus produtos, sem dar importância ao cotidiano e a realidade de cada pessoa.

Quando questionadas se haviam realizado algum acompanhamento nutricional, 43% das mulheres participantes assinalaram que sim, e isto resultou em maior restrição alimentar. Das que fizeram acompanhamento, 23% declararam que o motivo do acompanhamento estava relacionado à perda de peso. A análise de Durme, Goossens e Braet<sup>22</sup> confirma estes dados já que diz que, quanto maior a preocupação com o peso, maior a tendência de se envolver em comportamentos de dieta, privando-se de diversos tipos de alimentos.

Das participantes, 49% afirmaram já terem feito alguma dieta ou recomendação alimentar fornecida pelas redes sociais, porém Guedes et al.<sup>23</sup> ressaltaram que indivíduos que obtêm uma perda de peso sem acompanhamento nutricional e atividade física, apenas pelo uso de “dietas da moda”, não conseguem manter o peso por mais de noventa dias e tendem a recuperar, ou até mesmo aumentar o peso inicial. Outro estudo semelhante<sup>24</sup> também coloca que, pela necessidade das pessoas buscarem resultados imediatos, de baixo custo, elas acabam optando por esses tipos de dietas sem levar em consideração os riscos que elas podem oferecer para a saúde.

Segundo Wanderley e Ferreira<sup>25</sup> indivíduos obesos comem para resolver ou compensar problemas, como por exemplo, dificuldades em obter prazer nas relações sociais por sentirem-se rejeitados ou discriminados. Por outro lado, esses sentimentos contribuem para que pessoas com obesidade entendam a comida como uma importante fonte de prazer. Dessa forma, observou-se que há uma relação do componente de Ingestão Emocional do QHCA com o IMC, relação essa também identificada no estudo de Magalhães e Motta<sup>26</sup>. Eles relatam que, na medida em que aumenta o IMC, há uma crescente ingestão de alimentos por motivos emocionais, já que as pessoas com obesidade tiveram média deste componente significativamente maior do que as mulheres eutróficas e com sobrepeso.<sup>27</sup>

## 5 CONCLUSÃO

No presente estudo, foi possível observar o quanto as redes sociais estão presentes no cotidiano de mulheres jovens, mesmo a maioria declarando haver malefícios no uso das mesmas. O Instagram superou o nível de acessos como ferramenta mais utilizada para buscas que envolvem temas como moda/ beleza, notícias e músicas. Houve também significância em relação às mais de dez horas gastas por dia de navegação e componente alimentar de restrição. Vale ressaltar que as informações veiculadas por blogueiras “fitness” tem certa abrangência, podendo influenciar na restrição alimentar de algumas mulheres.

Notou-se ainda que, à medida que aumenta o excesso de peso, há uma crescente da ingestão emocional, o mesmo acontece entre aquelas que têm as redes sociais como fonte de informação para alimentação e dieta. Do mesmo modo, jovens que já fizeram dieta ou recomendações alimentares advindas da internet são mais influenciadas em sua alimentação pelo ambiente em que estão.

Conclui-se, portanto, que há uma grande influencia das redes sociais no comportamento alimentar de jovens adultas, podendo trazer benefícios e malefícios para o estado nutricional de cada uma delas.

Faz-se necessária a conscientização das usuárias, para a importância do acompanhamento com nutricionista a fim da mudança do comportamento alimentar, por ser este, o profissional capacitado para a melhoria do estado nutricional. Para que a internet, a ferramenta que hoje se possui e que possibilita a integração de pessoas e compartilhamento de informações, não se transforme em instrumento de frustrações e martírios.

## 6 REFERÊNCIAS

1. Ramos M. Fundamentos básicos da formação do comportamento alimentar. Conselho Regional de Nutricionista- 2º Região CRN. FIERGS SESI. 2014.
2. Barufaldi LA, Abreu GA, Oliveira JS, Santos DF, Fujimore E, Vasconcelos SML, *et al.* ERICA: Prevalência de comportamentos alimentares saudáveis em adolescentes brasileiros. Rev. Saúde Pública. 2016;50(1):1-9.
3. Souza AS, Maciel JPV, Freitas KKR, Carmo NT, Santana PL, Costa SB, *et al.* O comportamento Alimentar e os Distúrbios Psicológicos. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Psicologia. Universidade Vila Velha - UVV, Espírito Santo. 2011.
4. Matias CT, Fiore EG. Mudanças no comportamento alimentar de estudantes do curso de nutrição em uma instituição particular de ensino superior. Nutrir e Rev Soc Bras Alim. 2010;35(2):53-66.
5. Oliveira LL, Hutz CS. Transtornos alimentares: o papel dos aspectos culturais no mundo contemporâneo. Psicol em Estud. 2010;15(3):575-82.
6. Lira AG, Ganen AP, Lodi AS, Alvarenga MS. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. J Bras Psiquiatr. 2017;66(3):164-71.
7. Copetti AVS, Quiroga CV. A influência da mídia nos transtornos alimentares e de autoimagem em adolescentes. Rev Psicol. IMED. 2018;10(2):161-77.
8. Abreu KCK, Silva RS. História e Tecnologias da televisão. Biblioteca Online da Ciência e da Computação. 2012;1:1-12.
9. Mancilla OR. A importância da internet para o desenvolvimento das vendas no Brasil. Trabalho de Conclusão de Curso. Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA. 2014.

10. Amaral R. Exposição privada nas redes sociais: uma análise sobre o facebook na sociedade contemporânea. Tese de Doutorado em Educação. Universidade Estadual Paulista – UNESP. 2016.
11. Barros AA, Carmo MFA, Silva RL. A influência das redes sociais e seu papel na sociedade. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Turismo. Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. 2012.
12. Leonidas C, Santos MA. Redes sociais significativas de mulheres com transtornos alimentares. *Psicol Reflex. Citr.* 2013;16(3):561-71.
13. Magalhães P. Comportamento alimentar, estado nutricional e imagem corporal de estudantes de nutrição: aspectos psicossociais e percurso pedagógico. Tese de Doutorado em Alimentos e Nutrição. Universidade Estadual Paulista – UNESP. 2011.
14. Strien VT, Frijters GER, Bergers GPA, Defares PG. The Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ) for Assessment of Restrained, Emotional, and External Eating Behavior. *International Journal of Eating Disorders.* 1986;5(2).
15. Viana V, Sinde S. Estilo Alimentar: Adaptação e validação do Questionário Holandês do Comportamento Alimentar. *Psicologia: Teoria, Investigação e Prática,* 2003;8:59-71.
16. Pimenta RA, Galvão CM, Leal AB, Guilherme IT, Maroco J, Leal I. Questionário holandês do comportamento alimentar: validação e exploração em adultos com obesidade. *Psi. Saúde e Doenças.* 2018; 19(1): 144-50.
17. Frisancho AR. Anthropometric Standards for the assessment of growth and nutritional status. Compila o maior banco de dados de material sobre padrões antropométricos a partir de pesquisas do National Health Examination Ann Arbor: University of Michigan. 1990; 10:189.
18. Organización Mundial de la Salud. El estado físico: uso e interpretación de la antropometría. OMS; 1995.
19. Costa ML, Araújo DFS, Cassiano MH, Figueirêdo HAO, Oliveira VTL, Barbosa I, R et al. Associação entre o uso das mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. 2019; 2(6):5899-914.

20. Turner PG, Lefevre CE. O uso do Instagram está relacionado ao aumento dos sintomas de ortorexia nervosa. *Eat Weight Disord.* 2017; 22(2):277-84.
21. Magalhães LM, Bernarde ACB, Tiengo A. A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. *Rev. Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento.* 2017; 11(68):685-92.
22. Durme VK, Goossens L, Braet C. Adolescent aesthetic athletes: A group at risk for eating pathology? *Eating behaviors.* 2012; 13(2):119-22.
23. Guedes DP. Programas de controle do peso corporal: atividade física e nutrição. *Rev. Min. Educ. Fís.* 2002; 10(1):64-90.
24. Passos JA, Silva PRV, Santos LAS. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends. *Ciênc. saúde coletiva.* 2018; 27(7): 2615-31.
25. Wanderley EN, Ferreira AV. Obesidade: uma perspectiva plural. *Ciênc. saúde coletiva.* 2010; 15(1):185-94.
26. Magalhães P, Motta DG. Uma abordagem psicossocial do estado nutricional e do comportamento alimentar de estudantes de nutrição. *Rev. Bras. Alim. Nutr.* 2012; 37(2):118-32.
27. Viana V, Santos LP, Guimarães MJ. Comportamento e hábitos alimentares em crianças e jovens: uma revisão da literatura. *Psicolog. saúde e doença.* 2008; 9(2):209-31.

**ANEXO I**  
**QUESTIONÁRIO HOLANDÊS DE COMPORTAMENTO ALIMENTAR**

Traduzido e validado por Viana e Sinde<sup>14</sup>

Nome: \_\_\_\_\_

Data de nascimento: \_\_\_\_\_ Estatura: \_\_\_\_\_ Peso: \_\_\_\_\_

Data de hoje: \_\_\_\_\_

Por favor, leia as perguntas a seguir e marque com um X a frequência de resposta no quadro. Marque apenas uma resposta para cada pergunta (apenas um X por linha).

Perguntas	Nunca	Rara- mente	Às vezes	Frequen- temente	Muito frequen- temente
1. Você tem desejo de comer quando se sente irritado (a)?					
2. Se a comida lhe parece apetitosa, você come mais do que o habitual?					
3. Sente desejo de comer quando não tem nada para fazer?					
4. Se o seu peso aumenta, você come menos que o habitual?					
5. Tem desejo de comer quando se sente deprimido (a) ou desanimado (a)?					
6. Se a comida cheira bem ou tem bom aspecto, você come mais do que o habitual?					
7. Você recusa comida ou bebidas, por estar preocupado (a) com seu peso?					
8. Tem desejo de comer quando se sente sozinho (a)?					
9. Se você vê ou sente o aroma de algo muito gostoso, sente desejo de					

comer?					
10. Sente desejo de comer quando alguém o (a) deixa “para baixo”?					
11. Durante as refeições, você tenta comer menos do que gostaria de comer?					
12. Se você tem alguma coisa muito saborosa para comer, come-a de imediato?					
13. Tem desejo de comer quando se sente zangado (a)?					
14. Você controla rigorosamente o que come?					
15. Quando passa por uma padaria, sente vontade de comprar algo gostoso?					
16. Sente desejo de comer quando alguma coisa desagradável parece estar para acontecer?					
17. Você come, propositalmente, alimentos pouco “engordativo”?					
18. Se vê alguém comendo, sente também desejo de comer?					
19. Quando come demais em um dia, você procura comer menos do dia seguinte?					
20. Tem desejo de comer quando se sente ansioso (a), preocupado (a) ou tenso (a)?					
21. Você consegue deixar de comer alimentos muito apetitosos?					
22. Você come menos, propositalmente, para não aumentar o seu peso?					
23. Sente desejo de comer quando as coisas não estão indo bem?					
24. Quando você passa por uma confeitaria ou lanchonete, sente desejo de comer alguma coisa gostosa?					

25. Tem desejo de comer quando se sente impaciente?					
26. Você evita comer entre as refeições porque está controlando o peso?					
27. Você come mais do que o habitual quando vê alguém comendo?					
28. Você tem desejo de comer quando se sente aborrecido (a)?					
29. Você tenta não comer, fora das refeições, por que está controlando o peso?					
30. Tem desejo de comer quando se sente amedrontado (a)?					
31. Você leva em consideração o seu peso, quando escolhe o que vai comer?					
32. Tem desejo de comer quando se sente desapontado (a) ou desiludido (a)?					
33. Quando você prepara uma refeição, sente desejo de petiscar alguma coisa?					

## APÊNDICE I

### QUESTIONÁRIO SOBRE USO DE REDES SOCIAIS

Adaptado de Magalhães, Bernardes e Tiengo<sup>19</sup> e Lira et al.<sup>20</sup>

Nome: \_\_\_\_\_

Data de nascimento: \_\_\_\_\_ Estatura: \_\_\_\_\_ Peso: \_\_\_\_\_

Data de hoje: \_\_\_\_\_

Por favor, leia as perguntas e marque apenas uma opção de resposta por pergunta.

1. Qual rede social você mais utiliza?

- Facebook     Instagram     Twitter     TikTok  
 Outros: \_\_\_\_\_

2. Quais assuntos mais buscados por você?

- Moda/beleza     Exercício físico     Alimentação     Notícias     Música  
 Outros: \_\_\_\_\_

3. Com qual frequência você usa as redes sociais?

- Mensal     1-5 diário     5-10 diário     >10diário  
 Semanal

4. Você segue muitas blogueiras “fitness” nas suas redes sociais?

- Sim     Não

5. Você se sente influenciado pelas blogueiras “fitness”?

- Sim     Não

6. Já fez acompanhamento com algum(a) nutricionista?

- Sim     Não

7. Qual motivo do acompanhamento nutricional?

- Perda de peso     Ganho de peso     Saúde     Estética  
 Outros: \_\_\_\_\_

8. Você já fez alguma dieta ou outra recomendação sobre alimentação feita pelas redes sociais?

- Sim     Não     Qual? \_\_\_\_\_

9. As redes sociais são fontes de informação sobre o que é um corpo saudável para você?

Sim  Não

10. As redes sociais são fontes de informação sobre alimentação e dieta para você?

Sim  Não

11. Você acha que as redes sociais podem influenciar nas escolhas alimentares das pessoas?

Sim  Não

12. Você acha que existem malefícios no uso das redes sociais?

Sim  Não  Quais? \_\_\_\_\_

**APÊNDICE II**  
**TERMO DE AUTORIZAÇÃO E DECLARAÇÃO DE INFRAESTRUTURA**

Eu Marcos Flávio Rocha, gerente do Shopping Bahamas Mix Barbacena, que está localizado na Rua Marechal Floriano Peixoto, 359 - Pontilhão, CEP:36202-344, na cidade de Barbacena, Minas Gerais, autorizo as pesquisadoras Mylena Caroline Barros de Paula, Pâmela Ladeira da Silva, Tainá Naisa da Silva Barreto, acadêmicas do curso de Nutrição, orientadas pela pesquisadora responsável Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli, docente do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, Barbacena, Minas Gerais, a realizar a pesquisa intitulada "Comportamento Alimentar e a Relação Com Redes Sociais e Estado Nutricional de Jovens Adultas de Barbacena - Minas Gerais".

A pesquisa tem o objetivo de realizar uma análise sobre o comportamento alimentar e as possíveis relações com o uso das redes sociais e com o estado nutricional de jovens adultas, com faixa etária entre 20 e 30 anos, de Barbacena, Minas Gerais, e envolverá uma pesquisa aplicada através do Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QCHA) e o questionário das redes sociais desenvolvido pelas pesquisadoras. Além disto, será aferida a estatura e peso para avaliação de IMC (índice de massa corporal) a fim de investigar as possíveis alterações no estado nutricional e no comportamento alimentar das participantes da pesquisa. A pesquisa será iniciada somente após a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos.

O Shopping Bahamas Mix Barbacena está ciente de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos participantes da pesquisa, dispondo de infraestrutura necessária para desenvolvê-la em conformidade às diretrizes e normas éticas. Ademais, ratifico que não haverá quaisquer implicações negativas às participantes, do gênero feminino, de 20 a 30 anos, que não desejarem ou desistirem de participar da pesquisa. O Shopping Bahamas Mix Barbacena também está ciente de que todos os custos que forem necessários para a realização da pesquisa são de total responsabilidade das pesquisadoras. Ainda, o Shopping Bahamas Mix Barbacena está ciente que os inconvenientes ocorridos na coleta de dados da pesquisa serão



contornados pelas pesquisadoras do projeto que se responsabilizarão pelas tomadas de medidas necessárias. O suporte para intercorrências poderá ser obtido por meio do contato (32) 98846-2160, celular da pesquisadora responsável Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli.

Barbacena, 30 de junho de 2020.



Marcos Flávio Rocha

Assinatura e carimbo do responsável pela organização



Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli

Pesquisadora Responsável

<b>Contato da pesquisadora responsável</b>
Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli
Endereço: Rodovia MG 338, Km 12, Colônia Rodrigo Silva, CEP 36.202-143 - Barbacena – MG.
Telefone: (32) 98846-2160
E-mail: <a href="mailto:gilcefolly@unipac.br">gilcefolly@unipac.br</a>

**APÊNDICE III****TERMO DE AUTORIZAÇÃO E DECLARAÇÃO DE INFRAESTRUTURA**

Eu Michelle Caroline Vianna de Souza Lima Roman, gerente do Barbacena Shopping, que está localizado na Av. Helena Aguiar de Figueiredo, 131 –Ipanema, CEP: 36201-056 na cidade de Barbacena, Minas Gerais, autorizo as pesquisadoras Mylena Caroline Barros de Paula, Pâmela Ladeira da Silva, Tainá Naisa da Silva Barreto, acadêmicas do curso de Nutrição, orientadas pela pesquisadora responsável Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli, docente do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos, Barbacena, Minas Gerais, a realizar a pesquisa intitulada “Comportamento Alimentar e a Relação Com Redes Sociais e Estado Nutricional de Jovens Adultas de Barbacena - Minas Gerais”.

A pesquisa tem o objetivo de realizar uma análise sobre o comportamento alimentar e as possíveis relações com o uso das redes sociais e com o estado nutricional de jovens adultas, com faixa etária entre 20 e 30 anos, de Barbacena, Minas Gerais, e envolverá uma pesquisa aplicada através do Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QCHA) e o questionário das redes sociais desenvolvido pelas pesquisadoras. Além disto, será aferida a estatura e peso para avaliação de IMC (índice de massa corporal) a fim investigar as possíveis alterações no estado nutricional e no comportamento alimentar das participantes da pesquisa. A pesquisa será iniciada somente após a aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos.

O Barbacena Shopping está ciente de seu compromisso no resguardo da segurança e bem-estar dos participantes da pesquisa, dispondo de infraestrutura necessária para desenvolvê-la em conformidade às diretrizes e normas éticas. Ademais, ratifico que não haverá quaisquer implicações negativas às participantes, do gênero feminino, de 20 a 30 anos, que não desejarem ou desistirem de participar da pesquisa. O Barbacena Shopping também está ciente de que todos os custos que forem necessários para a realização da pesquisa são de total responsabilidade das pesquisadoras.



Ainda, o Barbacena Shopping está ciente que os inconvenientes ocorridos na coleta de dados da pesquisa serão contornados pelas pesquisadoras do projeto que se responsabilizarão pelas tomadas de medidas necessárias. O suporte para intercorrências poderá ser obtido por meio do contato (32) 98846-2160, celular da pesquisadora responsável Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli.

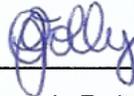
Barbacena, 30 de junho de 2020.

Cond. Parque Barbacena Shopping  
CNPJ: 31.675.781/0001-48  
CONTATO: (32) 3051-7071



Michelle Caroline Vianna de Souza Lima Roman

Assinatura e carimbo do responsável pela organização



Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli

Pesquisadora Responsável

<b>Contato da pesquisadora responsável</b>
Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli
Endereço: Rodovia MG 338, Km 12, Colônia Rodrigo Silva, CEP 36.202-143 - Barbacena – MG.
Telefone: (32) 98846-2160
E-mail: <a href="mailto:gilcefolly@unipac.br">gilcefolly@unipac.br</a>

## APÊNDICE IV

### TERMODE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Nome: \_\_\_\_\_

Endereço: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_ Identidade: \_\_\_\_\_

Telefone: (    ) \_\_\_\_\_ Celular: (    ) \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

A senhora, acima identificada, está sendo convidada a participar voluntariamente da pesquisa intitulada “COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A RELAÇÃO COM REDES SOCIAIS E ESTADO NUTRICIONAL DE JOVENS ADULTAS DE BARBACENA - MINAS GERAIS”. A pesquisa é de responsabilidade da docente M.e. Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli(responsável pela pesquisa) e a equipe de pesquisa é composta das discentes Mylena Caroline Barros de Paula, Pâmela Ladeira da Silva, Tainá Naisa da Silva Barreto, todas vinculadas ao Curso de Nutrição do Centro Universitário Presidente Antônio Carlos (UNIPAC), Barbacena-MG.

O objetivo desta pesquisa será realizar uma pesquisa sobre o comportamento alimentar e as possíveis relações com o uso das redes sociais e com o estado nutricional de mulheres, de 20 a 30 anos, de Barbacena, Minas Gerais. O motivo que nos leva a estudar este tema é entender mais a relação das redes sociais, presentes na vida da maioria das pessoas e o comportamento alimentar de jovens adultas, visto que, a alimentação é uma das maiores preocupações das mulheres atualmente.

Para esta pesquisa adotaremos os seguintes procedimentos: a Sra. irá responder ao Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (QCHA) e ao questionário das redes sociais desenvolvido pelas pesquisadoras. Além disto, será aferida a estatura e peso em um local reservado para avaliação de IMC (índice de massa corporal). Ao aceitar participar, a Sra. fica ciente que este estudo possui os benefícios do autoconhecimento por meio de conhecimento de seu estado nutricional e esclarecimento quanto às suas ações relacionadas à alimentação e seus hábitos no uso das redes sociais, promoção da saúde, algum esclarecimento verbal sobre transtornos e compulsões, além de trazer à tona o questionamento sobre o tempo que

se é gasto nas redes sociais. Porém, fica ciente também que este estudo apresenta os riscos de constrangimento ao responder questionários, constrangimento na antropometria, possibilidade de vazamento acidental de dados, comparações das medidas corporais, para as pré-dispostas a transtornos alimentares, a pesquisa também pode ser um gatilho para episódios ou crises. Entretanto, para quaisquer intercorrências que possam surgir será disponibilizado atendimento psicológico gratuito realizado na Clínica Escola Vera Tamm de Andrada, na cidade de Barbacena. Mas, todo suporte às possíveis intercorrências será dado pela pesquisadora responsável M.e Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli - (32) 98846-2160.

Para participar da pesquisa a Sra. ter garantida, a qualquer momento, a liberdade de abandonar a pesquisa e retirar seu consentimento, sem qualquer prejuízo, além de ter livre acesso aos pesquisadores para esclarecimento de dúvidas ou suporte à intercorrências. A Sra. está ciente de que não terá quaisquer despesas ou compensação financeira pela participação na pesquisa. Apesar disto, caso sejam identificados e comprovados danos provenientes desta pesquisa, a Sra. tem assegurado o direito a indenização. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma que está sendo atendido. Os pesquisadores tratarão a sua identidade com padrões profissionais de sigilo atendendo a legislação brasileira (Resolução nº 466/12 do Conselho Nacional de Saúde). A Sra. não será identificada em nenhuma publicação que possa resultar desta pesquisa pois os dados serão usados somente para fins acadêmicos e científicos (pesquisa e publicação científica). Os resultados da pesquisa estarão à sua disposição quando finalizada.

Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável e a outra será fornecida a Sra. Os dados ficarão arquivados por um período de cinco anos e, após este tempo, serão destruídos.

Assim, eu, assino este documento declarando que fui informada de maneira detalhada e clara sobre os objetivos, riscos, benefícios e suporte à intercorrências de minha participação voluntária na pesquisa "COMPORTAMENTO ALIMENTAR E A RELAÇÃO COM REDES SOCIAIS E ESTADO NUTRICIONAL DE JOVENS ADULTAS

DE BARBACENA - MINAS GERAIS” e que, mesmo assim, deseja participar voluntariamente do estudo autorizando o uso das informações obtidas para fins de pesquisa com a garantia de sigilo e anonimato de sua identificação. Sendo assim, ao assinar este termo declaro que desejo participar deste estudo.

Barbacena, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do participante do estudo

\_\_\_\_\_  
Assinatura da Pesquisadora Responsável

Em caso de dúvidas com respeito aos aspectos éticos desta pesquisa, você pode consultar o CEP - Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos do UNIPAC Barbacena.

<b>Contato da pesquisadora responsável</b>	<b>Contato do CEP</b>
Gilce Andrezza de Freitas Folly Zocateli	CEP UNIPAC – Barbacena-MG
Endereço: Rodovia MG 338, Km 12, Colônia Rodrigo Silva, CEP 36.202-143- Barbacena – MG Telefone: (32) 98846-2160	Fone: (32) 3339-4900
E-mail: <a href="mailto:gilcefolly@unipac.br">gilcefolly@unipac.br</a>	E-mail: <a href="mailto:cep_barbacena@unipac.br">cep_barbacena@unipac.br</a>