



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO E SAÚDE
CURSO DE NUTRIÇÃO**

**O REFLEXO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO
ALIMENTAR E PERCEPÇÃO CORPORAL DE ESTUDANTES DO
ENSINO SUPERIOR**

**Marcela Silva Lúzio
Ana Lúcia Ribeiro Salomon**

Brasília, 2021.

RESUMO

O comportamento alimentar e a imagem corporal são influenciados por algumas ações envolvidas no nosso cotidiano, como por exemplo, informações exibidas nas redes sociais em que os conteúdos estão mais acessíveis. Porém, diversas informações não possuem apoio científico, e são passadas informações equívocas, e por vezes, prejudiciais à saúde, o que pode refletir em preocupações excessivas com a imagem corporal e gerar comportamentos alimentares desordenados, cenários prevalentes em estudantes de graduação. O estudo tem o objetivo de avaliar a influência das redes sociais no comportamento alimentar e na autoimagem corporal de adultos estudantes do nível superior residentes no Distrito Federal graduandos da Faculdade Centro Universitário de Brasília, do campus Taguatinga, essa avaliação foi realizada a partir de um questionário da plataforma online do Google. Trata-se de um estudo observacional, transversal descritivo no qual foi examinado se o excesso de utilização das redes sociais, mediam relação com a insatisfação da imagem corporal e do comportamento alimentar. As redes sociais podem influenciar no comportamento alimentar de estudantes do nível superior, além disso, alguns de seus usuários podem apresentar um comportamento alimentar de risco e também insatisfação com a própria imagem corporal, o que torna necessário uma avaliação mais aprofundada pelos profissionais da saúde.

Palavras-chave: Comportamento alimentar. Imagem corporal. Redes sociais. Insatisfação corporal.

ABSTRACT

Eating behavior and body image are influenced by some actions involved in our daily lives, such as information displayed on social networks where content is more accessible. However, several pieces of information do not have scientific support, and equivocal information is given, and sometimes harmful to health, which can reflect excessive concerns about body image and generate disordered eating behaviors, prevalent scenarios in undergraduate students. The study aims to evaluate the influence of social networks on eating behavior and body self-image of adult students from higher education in the Federal District who are graduating from Faculdade Centro Universitário de Brasília, on the Taguatinga campus. from Google's online platform. This is an observational, cross-sectional descriptive study in which it was examined whether the excessive use of social networks mediates a relationship with dissatisfaction with body image and eating behavior. Social networks can influence the eating behavior of higher education students, in addition, some of its users may exhibit risky eating behavior and also dissatisfaction with their own body image, which makes a more in-depth assessment of health professionals necessary.

Keywords: Eating behavior. Body image. Social networking. Body dissatisfaction.

INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia influenciou de forma significativa os meios de comunicação, onde a disseminação de informações está mais facilitada através de mídias sociais. Esses novos mecanismos de comunicação têm influência em diversos assuntos envolvidos na atualidade como, por exemplo, alimentação, padrão corporal, estilo de vida, saúde e entre outros (RIGONNI *et al.*, 2017).

Um estudo realizado, demonstrou que todos os 120 participantes da pesquisa faziam uso de redes sociais como Instagram®, Facebook®, Twitter®, Snapchat® ou blog específico de dicas alimentares, sendo os mais usados o Facebook® e o Instagram® com a maior predominância de uso daqueles entre 20 a 25 anos (LILIAN *et al.*, 2017). A utilização excessiva das redes sociais pelas pessoas gera uma exacerbada propagação de informações, o que pode influenciar de forma positiva ou negativa na vida dessas pessoas (CARVALHO; PEREIRA, 2019).

Por isso, a internet por ser um importante ambiente de comunicação, apresenta exposição de ideias, além do investimento em marketing e vendas no setor comercial, por estar associada a rápida disseminação de informações (SANTOS *et al.*, 2019). Porém, essas informações, por vezes, estão associadas ao apelo da mídia pela venda excessiva, o que proporciona vendas pensadas muito mais no lucro do que na segurança e qualidade de vida do público-alvo (DALINE *et al.*, 2016).

O conteúdo exposto na internet causou reflexões por parte dos profissionais da saúde, principalmente quando esses conteúdos não possuem comprovações científicas (RIGONI *et al.*, 2017). A imposição da mudança no padrão corporal pela mídia tem impactado a vida daquelas pessoas que tentam se encaixar nesses padrões estéticos, pois muitas vezes, são apresentados com dietas restritivas prejudiciais à saúde. Portanto, esses planos alimentares encontrados com facilidade na internet geram preocupações, visto que, exigem um conhecimento técnico e individual adequado para cada indivíduo (ALVARENGA, 2015).

A angústia exagerada com o ganho de peso, e a insatisfação com a imagem corporal podem resultar em modificações no comportamento alimentar. Por conseguinte, esse cenário resulta em transtornos alimentares, que incluem a compulsão alimentar. Esse transtorno pode ser caracterizado com um excesso de

cobrança pessoal, pela perda de peso excessiva, além da persistente insatisfação com a percepção corporal (SUCURRO *et al.*, 2015).

Os estudantes da graduação de ensino superior encontram-se, muitas vezes, em uma fase da vida em que passam por mudanças sociais, na qual esse grupo escolhe qual profissão irá prosseguir em suas vidas. Como resultado disso, a prevalência de cobranças pessoais e profissionais nesse público tende a aumentar, o que gera uma propensão a problemas psicológicos incluindo: depressão, ansiedade, transtornos alimentares, entre outros (MURRAY, 2016).

Os nutricionistas são profissionais da saúde que possuem um papel importante nesse público de estudantes do nível superior, pois, uma boa orientação técnica pode fazer toda diferença. Dessa maneira, as orientações nutricionais guiam os pacientes em como melhorar o comportamento alimentar ao planejar e identificar a melhor conduta nutricional a ser abordada com cada paciente (BIANCA *et al.*, 2017).

É de fundamental importância a cautela dos profissionais Nutricionistas nas redes sociais, para evitar condutas que prejudiquem ainda mais o comportamento alimentar dos seus usuários, o que demonstra também a impotência da atuação do Conselho Federal dos Nutricionistas em publicações dos profissionais da área para evitar violações do código de ética profissional, e conseqüentemente, vir a prejudicar a saúde de terceiros (ALVES *et al.*, 2019).

Dessa maneira, ações diversas estão associadas diretamente ao comportamento alimentar, e um dos influenciadores diretos também são os pais que devem atuar de forma a contribuir para que os filhos não desenvolvam comportamentos alimentares de risco. O Guia Alimentar é um veículo informativo da população que pode também influenciar de forma positiva nas atitudes alimentares, visto que, tem como prioridade o ato de comer com hábitos alimentares saudáveis e ao frisar o ato do comensalismo (GUIA ALIMENTAR,, 2014).

OBJETIVOS

Objetivo primário

Compreender a influência das redes sociais no comportamento alimentar e na satisfação corporal dos estudantes do ensino superior residentes do Distrito Federal e estudantes da Faculdade Centro Universitário de Brasília do Campus Taguatinga.

Objetivos secundários

- ✓ Ampliar o conhecimento a respeito do reflexo das redes sociais no comportamento alimentar e percepção corporal de estudantes do nível superior.
- ✓ Esclarecer o entendimento de como está a satisfação da imagem corporal dos estudantes do nível superior.
- ✓ Entender se os usuários das redes sociais podem apresentar um comportamento alimentar de risco.

MATERIAIS E MÉTODOS

Sujeitos da Pesquisa

De 50 a 120 participantes.

Desenho do estudo

Observacional transversal descritivo.

Metodologia

Tratou-se de um estudo transversal que utilizou dados a partir de um questionário virtual com perguntas na plataforma online do Google, e foi realizado a partir da utilização da escala de silhuetas de *Stunkard*, e também o questionário *Eating attitudes test* para a avaliação do comportamento alimentar, o qual foi realizado com estudantes que cursam o nível superior e tiveram o acesso do formulário a partir de um link divulgado em redes sociais, sendo preservada a

identidade dos participantes. Os participantes tiveram como principais características idade variante entre 19 à 50 anos. Como detalhes demográficos, aqueles que residem no Distrito Federal e estudam no Centro Universitário de Brasília no Campus Taguatinga. Foi perguntado o sexo do participante (feminino ou masculino), a renda familiar, sobre o uso das redes sociais, sobre a percepção da imagem corporal, e sobre o comportamento alimentar. Apenas as respostas completas foram analisadas, e cada participante deu ciência no termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) para o estudo (APÊNDICE A), na primeira página do formulário, e só conseguiu ter acesso aos demais constituintes do formulário mediante o seu consentimento. A pesquisa foi realizada após a aprovação do comitê de ética, conforme Parecer nº4.743.803/21.

No questionário houve primeiramente o consentimento do participante mostrando que este estava de acordo com a pesquisa. Em seguida, eram apresentadas as perguntas do questionário (APÊNDICE B), que incluíram: sexo (feminino/masculino), IDADE(19-25, 26-35, 29 ou mais), peso e a altura para a avaliação do índice de massa corporal — (Peso dividido pela altura ao quadrado), e se o local de residência era no Distrito Federal e se está matriculado no Campus Taguatinga , renda familiar (até 2 salários mínimos, de 2 à 4 salários mínimos, e acima de 4 salários mínimos).

Depois, foi perguntado se o participante possui redes sociais. Caso possuísse, foi perguntado qual rede social utiliza com mais frequência Instagram®, Facebook®, Twitter®, Blogs pessoais®, ou outras redes sociais. Em seguida, o participante assinalou a opção que ele tem sobre a sua percepção corporal na escala de silhuetas (EFS) de 1 a 9 de *Stunkard* (ANEXO 1), e sobre a mesma escala, foi perguntado qual das opções o participante escolheria como desejo de imagem corporal para ser avaliado se o desejo de imagem corporal está muito abaixo do que o participante se encontra atualmente.

Posteriormente, tiveram perguntas do questionário de atitudes alimentares (EAT-26— ANEXO 2) *Eating attitudes test* que é um instrumento de autorrelato composto por 26 itens relacionado a atitudes alimentares para alertar sobre sinais de transtornos alimentares, e sua avaliação foi feita a partir do resultado da pontuação, em que quanto maior a pontuação maiores riscos para transtornos alimentares.

Os dados foram coletados de Abril a Maio.

Análise de dados

Os dados foram coletados a partir da plataforma online do Google, os dados foram analisados e avaliados quanto ao sexo do participante feminino/masculino, A idade (19-25, 25-35, 29 ou mais), características socioeconômicas relacionada a renda (até 2 salários mínimos, de 2 a 4 salários mínimos, e acima de 4 salários mínimos) e sociodemográficas sobre as regiões administrativas do Distrito Federal. O gráfico 1 foi um gráfico de setores para a comparação representando a frequência de qual rede social era mais utilizada pelos participantes Instagram®, Facebook®, Twitter®, Blogs pessoais®, ou outras redes sociais. O gráfico 2 foi gráfico de barras e apresentou a prevalência de qual imagem corporal mais se assemelhava com o próprio corpo e o gráfico 3 um mostrou a prevalência de opção mais selecionada sobre o desejo de imagem corporal relacionado a um desejo que demonstra satisfação, ou desejo de imagem corporal menor ou maior ao que se encontra. Já em relação aos dados sobre o comportamento alimentar foram avaliados os questionários respondidos e analisados a partir do Excel, para fazer a pontuação dos questionários e aqueles que obtiveram uma pontuação maior ou igual a 20, demonstrou um comportamento alimentar de risco.

Crítérios de Inclusão

O estudo avaliou o grupo de estudantes de nível superior, portanto, este foi um critério de inclusão no artigo, outro critério foi que o estudante residisse no Distrito Federal e fosse estudante do Centro Universitário de Brasília do Campus Taguatinga.

Crítérios de Exclusão

Foram eliminados da pesquisa questionários incompletos.

Aspectos Éticos

Os procedimentos metodológicos do presente trabalho foram preparados dentro dos procedimentos éticos e científicos fundamentais, como disposto na

Resolução N.º 466, de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional de Saúde do Ministério da Saúde.

A coleta de dados foi iniciada apenas após a aprovação do Comitê de Ética com protocolo (n. 4.743.803/21) em Pesquisa e assinatura dos participantes do TCLE. Na execução e divulgação dos resultados será garantido o total sigilo da identidade dos participantes e a não discriminação ou estigmatização dos sujeitos da pesquisa, além da conscientização dos sujeitos quanto à publicação de seus dados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O estudo foi realizado com os adultos estudantes do nível superior e contou com 56 participantes e 3 questionários estavam incompletos sobre os dados do IMC

portanto foram excluídos. Os respondentes totalizaram um número de (n=47) do gênero feminino totalizando (87,5%) da amostra, e 6 do gênero masculino (12,5%) da amostra. Desses, 76,8% em maior parte tinha idade entre 18-25 anos (n=43), 8,9% entre 26-35 anos (n=5), e entre 36 anos ou mais 14,4% (n=8)

As características sociodemográficas, como a renda e a localidade de residência no Distrito federal contou com a renda predominante de acima de 4 salários mínimos 60,7% e (n=34), em seguida 21,4% entre 2 à 4 salários mínimos (n=12), e por último até 2 salários mínimos 17,9% (n=10). Já em relação a localização de moradia contou com pessoas de Taguatinga, Águas Claras, Vicente Pires, Asa Sul, Guará, Lago Norte, Asa Norte, Recanto das Emas, Gama, Arniqueiras, Cruzeiro, Ceilândia e outros

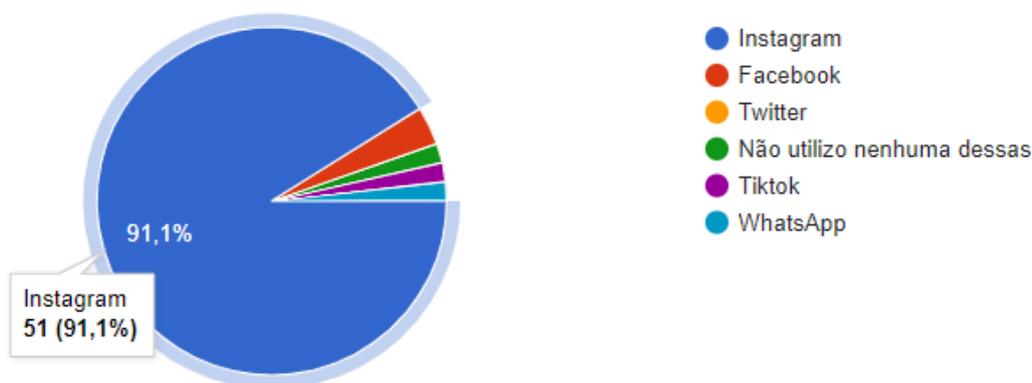
As redes sociais: o perfil nocivo das redes sociais

A rede social de maior uso frequente foi o Instagram totalizando 91,1% (n=51), conforme a figura 1, em seguida o Facebook 3,6% (n=2), posteriormente com valores iguais de 1,8% e (n=1) para o uso do WhatsApp, Tiktok e entre não utilizar nenhuma das opções.

Os estudos demonstram uma utilização excessiva das redes sociais, e diante disso, as pessoas têm mais acesso às informações geradas pela internet. Porém esses conteúdos expostos ali nem sempre possuem respaldo científico, o que facilita informações equivocadas referentes a diversos assuntos envolvendo saúde e nutrição (RIGONI *et al.*, 2017).

Dessa maneira, segundo uma pesquisa que estudou a associação que as mídias sociais refletem no comportamento alimentar, e na checagem corporal, teve como predominância de uso a rede social Instagram. Demonstrou que a estética e a classificação do estado nutricional teve como destaque que as mídias sociais têm influência no comportamento alimentar, e na checagem corporal. (LUCENA, 2018).

Figura 1. Distribuição em percentual de uso das redes sociais. Brasília, 2021.



Fonte: elaboração própria

Imagem Corporal

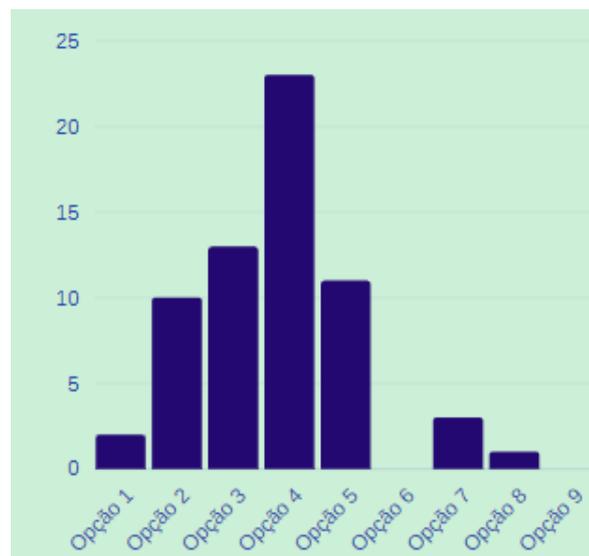
Dentre os índices de massa corporal avaliados segundo a WHO (1997) 27 pessoas do gênero feminino e todos os 6 participantes do gênero masculino apresentaram eutrofia com o IMC entre 18,5 a 24,9, dentre os outros, 2 apresentaram magreza grau 2 com IMC entre (16 a 16,9), 4 apresentaram magreza grau 1 com IMC (17 a 18,5), e 12 com IMC (25 a 29,9) classificados como pré obesidade, e 2 apresentaram obesidade grau 1 com IMC entre (30 a 34,4).

Quanto à imagem corporal avaliada com a escala de Stunkard as respostas para assinalar a opção de 1 a 9 em que mais se parece com a própria imagem corporal a que foi mais assinalada foi a opção de número 4 totalizando 41,1% (n=23) conforme a figura 2. E em relação à opção mais assinalada sobre qual o desejo de imagem corporal, as opções mais escolhidas foram as imagens dois, 35,7% (n=20) e três 30,4% (n=17) conforme a figura 3, o que demonstra um desejo geral reduzido de imagem corporal quando relacionada à escala de silhuetas.

Os resultados gerais sobre o desejo de obter uma imagem corporal reduzida da atual imagem em que se encontra teve relação com o estudo em que avaliou a influência das redes sociais, na satisfação e na checagem corporal e mostrou que os 733 participantes da pesquisa demonstraram em sua maior parte insatisfação com a

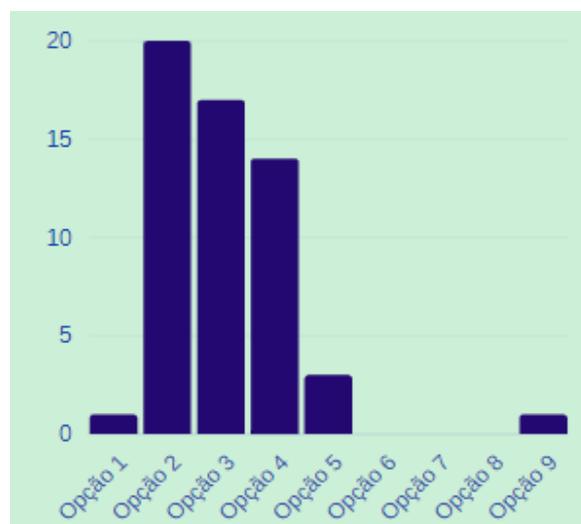
sua própria imagem corporal ao demonstrarem desejos referentes a imagem corporal reduzida quando relacionada com a própria imagem (COSTA, 2018).

Figura 2. Distribuição das opções assinaladas sobre semelhança de imagem corporal da Escala de silhuetas. Brasília, 2021.



Fonte: elaboração própria

Figura 3. Distribuição das opções assinaladas sobre desejo de imagem corporal da Escala de silhuetas. Brasília, 2021.



Fonte: elaboração própria

Comportamento Alimentar

A análise do comportamento alimentar habitual, ao levar em consideração participantes que utilizam redes sociais, as respostas foram obtidas a partir do EAT-26 baseado em pontuações, e aquelas respostas com pontuação igual ou maior que 20 requerem uma investigação, pois podem apresentar um comportamento alimentar de risco. Foram encontradas 17 respostas de 53 no estudo com pontuação igual ou maior que 20, totalizando um resultado expressivo de 30,9% total do estudo.

O estudo teve como resultado considerável em que todas as 17 pessoas em que podem apresentar algum comportamento alimentar de risco foram do gênero feminino totalizando 100% (n=17) e segundo o IMC, 70% das mulheres (n=12) apresentavam um IMC eutrófico, 23,52% apresentavam pré obesidade (n=4) e 5,88% apresentavam obesidade grau 1. O que demonstra a importância da cautela na investigação desses casos, visto que, os comportamentos alimentares de risco tiveram mais associação com pacientes eutróficos.

Além disso, ao levar em consideração as respostas gerais por pergunta do EAT-26, a pergunta sobre preocupar-se com o fato de haver gordura no corpo obteve um quantitativo significativo de 62,5% dos respondentes, que questionaram sobre ter preocupação com a sensação de sentir gordura em seu corpo nas frequências mais altas de sempre, muitas vezes ou às vezes.

Respostas relevantes também foram encontradas ao perguntar sobre a preocupação com a ideia de estar engordando e 71,5% dos entrevistados marcaram como opção as frequências mais altas de sempre, muitas vezes ou às vezes.

O estudo realizado por Silva e Pires (2019) demonstrou que as redes sociais quando os conteúdos envolvem apologias a padrões corporais estabelecidos podem refletir insatisfação corporal, além da preocupação excessiva com o ganho de peso pelas pessoas que estão tendo acesso a esses conteúdos, o que demonstra uma associação negativa das redes sociais no comportamento alimentar.

Um outro estudo mostrou que decerto as mídias sociais possuem relação direta com o comportamento alimentar de adultos e principalmente nas pessoas do sexo feminino refletindo de forma negativa além de reforçar a ideia sobre o senso

crítico sobre as informações contidas nesses meios a fim de evitar comportamentos alimentares prejudiciais para a saúde (OLIVEIRA, 2018). Porém, são necessárias futuras pesquisas para entender se medidas educativas dos jovens graduandos na utilização das mídias sociais podem ajudar na redução da insatisfação corporal e na regulação do comportamento alimentar.

CONCLUSÕES

As redes sociais podem estar associadas a alterações no comportamento alimentar e na insatisfação corporal, o que reflete em desgosto com a própria imagem corporal ao ter desejos de imagem corporal inferior ao que tem e muitas vezes podem apresentar alterações como por exemplo preocupações excessivas com engordar como foi apresentado pelo estudo, ou com a situação de preocupar-se com o fato de haver gordura pelo corpo.

Dessa forma, essas reflexões estão associadas a alterações no comportamento alimentar e com insatisfação com a própria imagem corporal na forma mais complicada o que requer uma avaliação precoce e aprofundada dessas alterações para investigar possíveis transtornos alimentares para o melhor acompanhamento desses casos a fim de evitar maiores danos à saúde.

Dessa maneira, demonstra-se a importância dos profissionais da saúde e em particular os Nutricionistas orientando essas pessoas da melhor forma possível para evitar condutas que prejudiquem o comportamento alimentar e a saúde. Também é importante a atuação dos profissionais da saúde na formação do senso crítico em informações contidas nas redes sociais por parte dos seus usuários.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, M *et al.* **Nutrição Comportamental**. 1. ed. Barueri, SP: Manole, 2015. p. 1-549.

BRASIL. Ministério da Saúde . **Guia alimentar** para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável. Brasília: GUIA ALIMENTAR,. 2014. Disponível em:

https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2e_d.pdf. Acesso em: 1 jun. 2021.

COSTA, M. L. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. 2018. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Nutrição, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Santa Cruz, 2018.

DALINE, F. *et al.* A influência da mídia na alimentação infantil. **Associação Brasileira de Nutrição**, São Paulo/SP, p.1-7, 2016.

FRANZONI, B, MARTINS, E.S. Mindful Eating na Nutrição Comportamental. **Revista Científica Univiçosa**, v.9. n.1. p. 82-86, Jan/Dez.2017.

LUCENA, M. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. **Brasilian Journal of Health Review**, Santa Cruz/RN, v.2. n.6. p.5898-5914, Nov/Dez.2019.

MAGALHÃES, L. BRASIL, A.C. TIENGO,A. A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. **Revista brasileira de obesidade, Nutrição e emagrecimento**, São Paulo, v.11. n.68. p.685-692. Jan/Dez. 2017.

MUNIZ, M.C. PEREIRA, S. A influência das mídias no comportamento de jovens e crianças. **Congresso Brasileiro de Assistentes sociais**, Brasília/DF, p. 1-6, Out/Nov. 2019.

MURRAY, M GOLDFILD G.S. Excessive Time on Social Networking Sites and Disordered Eating Behaviors Among Undergraduate Students: Appearance and Weight Esteem as Mediating Pathways. **National Library of Medicine**, Austrália/Victoria, v.19. n.12. p.1 10, Dez.2016.

OLIVEIRA, Diana Catarina Neves de. Influência dos Social Media no Comportamento Alimentar, Atividade Física e Satisfação Corporal em jovens adultos. Porto: D. Oliveira. Dissertação de Mestrado em Atividade Física e Saúde apresentada à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto. 2018.

RIGONNI, A.C.C *et al.* O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social: implicações para a Educação Física Escolar. **Montrivivência revista de educação física, esporte e lazer**, Florianópolis/SC, p.126-143, Dez.2004.

SANTOS, M.L.F *et al.* Uma análise do marketing pessoal do influenciador digital. **Contribuciones a la economia**, Campina Grande/PR, p.1-11, Jul.2019.

SILVA, Silvia Alves da; PIRES, Patrícia Fernanda Ferreira. A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. *Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa*, [S.l.], v. 35, n. 69, p. 53-67, out. 2019. **ISSN** 2596-2809. Disponível em: < <http://periodicos.unifil.br/index.php/Revistatestete/article/view/1172> >. Acesso em: 8 jun. 2021.

SUCURRO, E. *et al.* Obese Patients With a Binge Eating Disorder Have an Unfavorable Metabolic and Inflammatory Profile. **Rev.Medicine**, Itália, p. 1-12, Dez.2015.

APÊNDICE A

(Termo de consentimento)

Atente-se primeiramente ao termo de consentimento:

Antes de decidir se deseja participar da pesquisa para o trabalho de conclusão de curso da aluna Marcela Silva Lúzio estudante do Centro Universitário de Brasília que tem como tema — O reflexo das redes sociais no comportamento alimentar e percepção corporal de jovens estudantes do ensino superior — O estudo será realizado a partir desse questionário virtual, realizado com estudantes do Centro Universitário de Brasília que cursam o nível superior, terão acesso ao formulário por meio do link. Os participantes que participar terão como característica idade entre 19 à 50 anos e morar no Distrito Federal ou entorno. O questionário abordará perguntas sobre o gênero, a renda familiar, sobre o uso das redes sociais, sobre a percepção da imagem corporal, e sobre o comportamento alimentar, para entender a relação das redes sociais no comportamento alimentar e imagem corporal.

Precisamos saber se é de sua livre e espontânea vontade participar, portanto, você deverá ler e compreender todo o conteúdo do termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE). Ao final, caso decida participar, você será solicitado a assiná-lo e receberá uma cópia do mesmo.

Caso houver alguma consideração ou dúvida referente aos aspectos éticos da pesquisa, entrem em contato com o Comitê de Ética em pesquisa do Centro Universitário de Brasília – CEP/UniCEUB, que aprovou esta pesquisa, pelo telefone 3966.1511 ou pelo e-mail cep.uniceub@uniceub.br. Também entre em contato para informar ocorrências irregulares ou danosas durante a participação no estudo. E em caso de dúvidas entre em contato com a orientadora do projeto ou a estudante pelo número (61)3966-1201.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Por este instrumento de consentimento por mim assinado dou plena autorização ao UNICEUB,

através da Pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso , por intermédio de seu orientador responsável e devidamente autorizado pelo Comitê de Ética em Pesquisa desse estudo, autorizo a realizar a aplicação de um questionário e aplicá-los para a concretização do estudo Transversal através dos dados. Estou ciente, de que será mantido o sigilo da identidade dos participantes, além disso só devo responder as perguntas que não me causem qualquer desconforto. O questionário a ser respondido terá perguntas relacionados a idade, ao sexo, dados sociodemográficos, ao uso das redes sociais, comportamentos alimentares e percepção da imagem corporal.

Além disso, declaro que fui informado que a aplicação do questionário será realizado de forma remota, através desse questionário online e sem nenhum contato físico. Autorizo que as perguntas do questionário sejam utilizadas como dados do estudo. E que a abordagem está sob a condição de ser usada exclusivamente para fins de estudo científico.

Por fim, concordo com os métodos da Pesquisa adotados pela metodologia de responder o questionário online, autorizando a utilização dos dados , assim como a utilização das minhas informações sob minha responsabilidade para fins de estudos universitários.

O uso dessas informações será com a garantia de sigilo quanto aos dados pessoais e confidenciais envolvidos na Pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso, assegurando absoluta privacidade no tratamento dos mesmos. Estou ciente de que os dados coletados com tais informações serão utilizados com fins únicos da concretização da pesquisa.

APÊNDICE B

(Perguntas do questionário)

Questionário

2. Sexo

Marque todas que se aplicam.

- Feminino
 Masculino

3. Idade

Marcar apenas uma oval.

- Entre 16-25
 Entre 26-35
 Entre 29 ou Mais
 Outro: _____

4. Peso e Altura

5. Local de residência no Distrito Federal

Marcar apenas uma oval.

- Ceilândia
- Taguatinga
- Águas Claras
- Outro
- Outro: _____

6. Renda Familiar

Marcar apenas uma oval.

- Até 2 salários mínimos
- Entre 2 à 4 salários mínimos
- acima de 4 salários mínimos
- Outro: _____

7. Qual rede social utiliza com mais frequência

Marcar apenas uma oval.

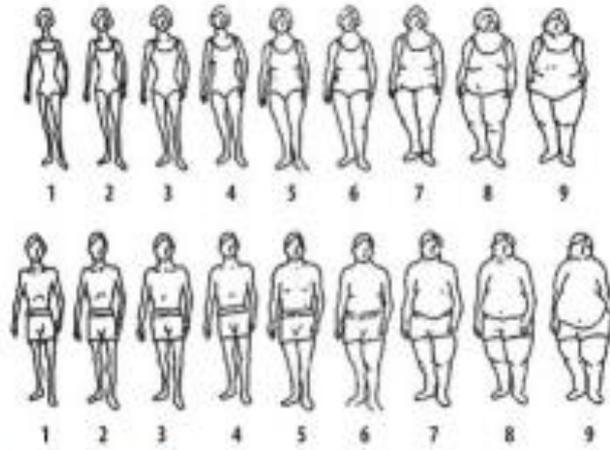
- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Não utilizo nenhuma dessas
- Outro: _____

8. Quanto tempo por dia você fica nas redes sociais:

Marcar apenas uma oval.

- Entre 30-40 min
- Entre 1-2 horas
- Entre 3-4 horas
- Entre 5 ou mais
- Outro: _____

9. Assinale a opção que mais se pareça com o seu corpo:
10. Sobre a mesma imagem. Qual das opções você tem como desejo de imagem corporal



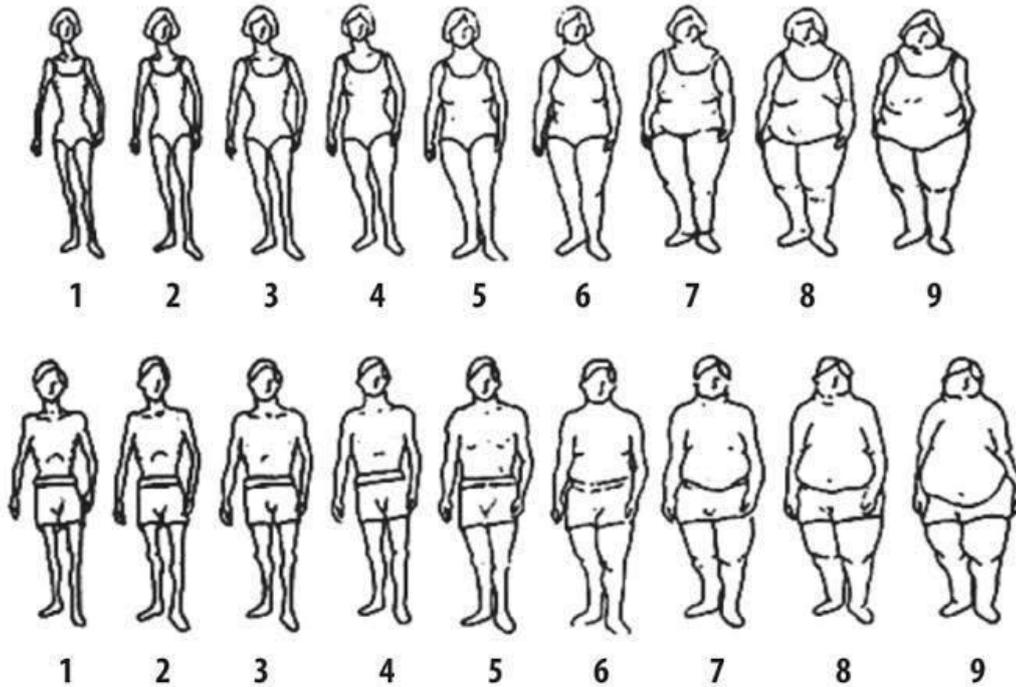
Marcar apenas uma oval.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9

ANEXO 1

Escala de Figuras de Silhuetas (EFS)

Stunkard (1983)



Pos
icio
nad
as
aci

ma a imagem corporal de mulheres e embaixo de homens.

O seu corpo parece mais com qual dessas imagens de 1 a 9?

Qual dessas imagens de 1 a 9 mostra como gostaria de ser?

ANEXO 2

Questionário de atitudes alimentares (EAT-26)

Marque um "X" na opção que mais correlaciona com suas características pessoais

Anexo G TESTE DE ATITUDES ALIMENTARES (EAT-26)- Versão em Português

Nome: _____
Idade: _____ Peso: _____ Altura: _____

Por favor, responda as seguintes questões:	Sempre	Muitas vezes	Às vezes	Poucas vezes	Quase nunca	Nunca
1 - Fico apavorada com a idéia de estar engordando.	<input type="radio"/>					
2 - Evito comer quando estou com fome.	<input type="radio"/>					
3 - Sinto-me preocupada com os alimentos.	<input type="radio"/>					
4 - Continuar a comer em exagero faz com que eu sinta que não sou capaz de parar.	<input type="radio"/>					
5 - Corto os meus alimentos em pequenos pedaços.	<input type="radio"/>					
6 - Presto atenção à quantidade de calorias dos alimentos que eu como.	<input type="radio"/>					
7 - Evito, particularmente, os alimentos ricos em carboidratos (ex. pão, arroz, batatas, etc.)	<input type="radio"/>					
8 - Sinto que os outros gostariam que eu comesse mais.	<input type="radio"/>					
9 - Vomito depois de comer.	<input type="radio"/>					
10 - Sinto-me extremamente culpada depois de comer.	<input type="radio"/>					
11 - Preocupo-me com o desejo de ser mais magra.	<input type="radio"/>					
12- Penso em queimar calorias a mais quando me exercito.	<input type="radio"/>					
13 - As pessoas me acham muito magra.	<input type="radio"/>					
14 - Preocupo-me com a idéia de haver gordura em meu corpo.	<input type="radio"/>					
15 - Demoro mais tempo para fazer minhas refeições do que as outras pessoas.	<input type="radio"/>					
16 - Evito comer alimentos que contenham açúcar.	<input type="radio"/>					
17 - Costumo comer alimentos dietéticos.	<input type="radio"/>					
18 - Sinto que os alimentos controlam minha vida.	<input type="radio"/>					
19 - Demostro auto-controle diante dos alimentos.	<input type="radio"/>					
20 - Sinto que os outros me pressionam para comer.	<input type="radio"/>					
21 - Passo muito tempo pensando em comer.	<input type="radio"/>					
22 - Sinto desconforto após comer doces.	<input type="radio"/>					
23 - Faço regimes para emagrecer.	<input type="radio"/>					
24 - Gosto de sentir meu estômago vazio.	<input type="radio"/>					
25 - Gosto de experimentar novos alimentos ricos em calorias	<input type="radio"/>					
26 - Sinto vontade de vomitar após as refeições.	<input type="radio"/>					

EAT (R) David M. Garner & Paul E. Garfinkel (1979), David M. Garner et al., (1982)

