



KARINE DE JESUS QUINTÃO

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE
ADOLESCENTES**

Itaperuna

2022

KARINE DE JESUS QUINTÃO

**INFLUENCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE
ADOLESCENTES**

Trabalho de Conclusão de
Curso apresentado como
requisito parcial para a
obtenção do título de
Bacharel em Nutrição ao
Centro Universitário
Redentor.

Orientador: Graciely Nunes Rosa Borges

Itaperuna
2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autora: KARINE DE JESUS QUINTÃO

Título: INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE ADOLESCENTES

Natureza: Trabalho de Conclusão de Curso

Objetivo: Título de Bacharel em Nutrição

Instituição: Centro Universitário Redentor

Área de Concentração: Nutrição com Ênfase em comportamento alimentar.

Aprovada em: ____/____/____

Banca Examinadora:

Prof^a.

M.Sc. (pode ser também Me – mestre-. Ma. – mestra)

Instituição:

Prof^a.

M.Sc.

Instituição:

Prof^a.

D.Sc. (Dr. ou Dr^a.)

Instituição:

Agradecimentos

A Deus, por me ajudar a superar todas as dificuldades encontradas no decorrer do curso.

A minha família, meus sogros e marido, que me incentivaram na realização deste trabalho.

A universidade, corpo docente, administração e direção que me acolheram ao longo da minha formação acadêmica e me apresentaram diversas oportunidades.

A minha orientadora Graciely por todos ensinamentos, correções, tempo dedicado e suporte que auxiliaram no meu desenvolvimento.

A todos que de alguma forma fizeram parte da minha trajetória, obrigada.

RESUMO

O comportamento alimentar é um conjunto de ações que estão associadas ao alimento, como, com quem comer, onde comer, o que comer e como comer. Esses comportamentos podem ser influenciados por fatores psicológicos, emocionais, sociais, religiosos, e todos os outros fatores ambientais e internos. Trata-se de uma pesquisa de revisão da literatura, de caráter qualitativa e descritiva. Foi realizado um levantamento de dados nas bases de dado da SCIELO, MEDLINE e PUBMED, utilizando-se as palavras-chave: adolescente, mídia e comportamento alimentar. Este estudo tem por objetivos verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar dos adolescentes, identificando os fatores que podem influenciar no comportamento alimentar, bem como a influência das mídias sociais na autoimagem e na formação de comportamentos de risco para transtornos alimentares. Foram selecionados e analisados 10 artigos, sendo possível afirmar que todos apontam que as mídias sociais possuem a capacidade de influenciar nos hábitos alimentares em diversos níveis. Os estudos mostram, ainda, que embora a maior parte da população tenha conhecimento sobre alimentação e nutrição, são influenciados pelas mídias sociais de forma negativa, aumentando o consumo de alimentos industrializados, ricos em açúcar e gordura.

Palavras-chave: Mídias; Comportamento; adolescente.

ABSTRACT

Eating behavior is a set of actions that are associated with food, such as who to eat with, where to eat, what to eat and how to eat. These behaviors can be influenced by psychological, emotional, social, religious, and all other environmental and internal factors. This is a literature review research, qualitative and descriptive. A survey of data was carried out in the SCIELO, MEDLINE and PUBMED databases, using the keywords: adolescent, media and eating behavior. This study aims to verify the influence of social media on the eating behavior of adolescents, identifying the factors that can influence eating behavior, as well as the influence of social media on self-image and the formation of risk behaviors for eating disorders. Ten articles were selected and analyzed, and it is possible to state that all point out that social media have the ability to influence eating habits at different levels. The studies also show that although most of the population has knowledge about food and nutrition, they are influenced by social media in a negative way, increasing the consumption of industrialized foods, rich in sugar and fat.

Keywords: Media; Behavior; adolescent.

Sumário

INTRODUÇÃO	22
MATERIAIS E MÉTODOS	24
RESULTADOS E DISCUSSÃO	24
CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33



Revista Interdisciplinar do Pensamento Científico. ISSN: 2446-6778
Nº X, volume X, artigo nº X, ---/--- 2017
D.O.I: <http://dx.doi.org/10.20951/2446-6778/vXnXaX>

INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE ADOLESCENTES

QUINTÃO, Karine de Jesus¹

Graduanda em Nutrição

ROSA, Graciely Borges²

Docente do curso de Nutrição – Centro Universitário Redentor

Resumo

O comportamento alimentar é um conjunto de ações que estão associadas ao alimento, como, com quem comer, onde comer, o que comer e como comer. Esses

¹ Karine de Jesus Quintão, Graduanda em Nutrição, Itaperuna-RJ, karinequintao@gmail.com.

² Graciely Nunes Rosa Borges, Docente do Centro Universitário Redentor, Itaperuna-RJ, gracielynr@yahoo.com.br.

comportamentos podem ser influenciados por fatores psicológicos, emocionais, sociais, religiosos, e todos os outros fatores ambientais e internos. Trata-se de uma pesquisa de revisão da literatura, de caráter qualitativa e descritiva. Foi realizado um levantamento de dados nas bases de dado da SCIELO, MEDLINE e PUBMED, utilizando-se as palavras-chave: adolescente, mídia e comportamento alimentar. Este estudo tem por objetivos verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar dos adolescentes, identificando os fatores que podem influenciar no comportamento alimentar, bem como a influência das mídias sociais na autoimagem e na formação de comportamentos de risco para transtornos alimentares. Foram selecionados e analisados 10 artigos, sendo possível afirmar que todos apontam que as mídias sociais possuem a capacidade de influenciar nos hábitos alimentares em diversos níveis. Os estudos mostram, ainda, que embora a maior parte da população tenha conhecimento sobre alimentação e nutrição, são influenciados pelas mídias sociais de forma negativa, aumentando o consumo de alimentos industrializados, ricos em açúcar e gordura.

Palavras-chave: Mídias; Comportamento; adolescente.

Abstract

Eating behavior is a set of actions that are associated with food, such as who to eat with, where to eat, what to eat and how to eat. These behaviors can be influenced by psychological, emotional, social, religious, and all other environmental and internal factors. This is a literature review research, qualitative and descriptive. A survey of data was carried out in the SCIELO, MEDLINE and PUBMED databases, using the keywords: adolescent, media and eating behavior. This study aims to verify the influence of social media on the eating behavior of adolescents, identifying the factors that can influence eating behavior, as well as the influence of social media on self-image and the formation of risk behaviors for eating disorders. Ten articles were selected and analyzed, and it is possible to state that all point out that social media have the ability to influence eating habits at different levels. The studies also show that although most of the population has knowledge about food and nutrition, they are influenced by social media in a negative way, increasing the consumption of industrialized foods, rich in sugar and fat.

Keywords: Media; Behavior; adolescent.

INTRODUÇÃO

O comportamento alimentar é um conjunto de ações que estão associadas ao alimento, como, com quem comer, onde comer, o que comer e como comer. Esses comportamentos podem ser influenciados por fatores psicológicos, emocionais, sociais, religiosos, e todos os outros fatores ambientais e internos (SANTOS; MACHESI, 2018).

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2019, uma a cada quatro pessoas eram classificadas como obesa, o equivalente a 41 milhões de pessoas; enquanto o excesso de peso entre a população era de 60,3% o que corresponde a 96 milhões de pessoas, sendo 62,6% compostos pelas mulheres e 57,5% pelos homens. Nos últimos anos, a prevalência de sobrepeso em adolescentes aumentou cerca de 60%, tornando-se um fator preocupante para a saúde pública de gerações futuras (WHO, 2020).

A alimentação está presente em todas as fases da nossa vida. Na verdade, os hábitos são formados na infância, podendo sofrer modificações na adolescência em função de interações sociais e particularidades da fase. O padrão alimentar com o passar do tempo foi modificado, se tornando preocupante uma vez que as doenças crônicas desenvolvidas durante a fase adulta estão relacionadas com o estilo de vida, ou seja, com as escolhas alimentares desde a adolescência desde a infância, na verdade (COSTA, 2019).

Sendo assim, a adolescência é uma fase de intensas mudanças na vida do indivíduo e nessa etapa estão expostas a diversos influenciadores, como, família, amizade, regras culturais e sociais, condições socioeconômicas, experiências individuais, entre outros. Assim, este é considerado um grupo vulnerável em relação ao estilo de vida e hábitos alimentares (BITTAR, 2020).

Dessa forma, acredita-se que o fato de se alimentar em frente à TV ou smartphone, não realizar refeições à mesa em família podem contribuir para um comportamento alimentar inadequado e hábitos de vida sedentários (VIEIRA, 2018).

A alimentação inadequada durante as fases iniciais da vida pode estar associada a fatores de risco para a obesidade e outras doenças crônicas, como, diabetes, hipertensão arterial, complicações cardiovasculares entre outros problemas de saúde, tanto durante a adolescência quanto na fase adulta (BITTAR, 2020).

Assim, este estudo tem por objetivos verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar dos adolescentes, identificando os fatores que podem influenciar no comportamento alimentar, bem como a influência das mídias sociais na autoimagem e na formação de comportamentos de risco para transtornos alimentares.

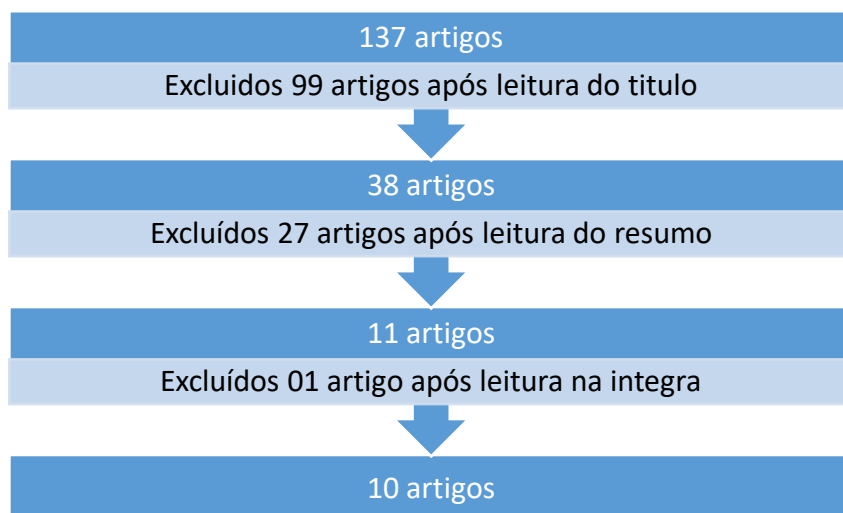
MATERIAIS E MÉTODOS

Trata-se de uma pesquisa de revisão da literatura, de caráter qualitativa e descritiva. Foi realizado um levantamento de dados nas bases de dado da SCIELO, MEDLINE e PUBMED, utilizando-se as palavras-chave: adolescente, mídia e comportamento alimentar.

Os critérios de inclusão foram: artigos científicos publicados nos últimos 10 anos, nos idiomas português e inglês, que possuíam relação com o tema abordado e que apresentavam consonância com os objetivos desta pesquisa.

Foram excluídos da pesquisa livros, dissertações, tese, monografia e artigos que não apresentassem relação entre mídia, comportamento alimentar e autoimagem do adolescente.

Foi realizada uma pesquisa nas bases de dados no mês de setembro de 2022, encontrando-se inicialmente 137 artigos. Durante a análise dos títulos dos trabalhos foram eliminados 99 artigos por não contemplarem a temática escolhida. Dos 38 estudos restantes, foi realizada a leitura dos resumos, que levaram a leitura na íntegra de 11 artigos. Desse processo analítico, resultou a seleção final de 10 artigos, que preencheram a todos os critérios de inclusão.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram selecionados e analisados 10 artigos, sendo possível afirmar que todos apontam que as mídias sociais possuem a capacidade de influenciar nos hábitos

alimentares em diversos níveis. Os estudos mostram, ainda, que embora a maior parte da população tenha conhecimento sobre alimentação e nutrição, são influenciados pelas mídias sociais de forma negativa, aumentando o consumo de alimentos industrializados, ricos em açúcar e gordura.

Para síntese dos achados, foi elaborado um quadro com as principais informações dos estudos (Quadro 1).

Referência	Público-alvo Amostra	Objetivos	Método	Resultados
LAUS, M. F. (2013)	Adolescentes N = 159	Avaliar a influência do corpo ideal propagado pela mídia na satisfação com o próprio corpo e na escolha alimentar de estudantes.	Os participantes foram divididos em 2 grupos o experimental (GE) foram expostos a nove fotos de modelos de cada sexo, de acordo com o ideal de beleza) e o grupo controle (GC) expostos a nove fotos com objetos neutros). A Escala de Figuras de Silhuetas e o Instrumento de Escolha Alimentar foram aplicados antes e após a exposição.	A exposição a imagens idealizadas da mídia contribui para a insatisfação com o próprio corpo e a melhora na escolha alimentar. Mostrando que a mídia pode desempenhar um papel fundamental na imagem corporal e no comportamento alimentar.
PEREIRA; ABDALLA, FREIRE, (2014).	Estudantes do ensino médio. N= 100.	Investigar o comportamento dos estudantes frente às novas tecnologias, entendendo a influência do uso excessivo no comportamento alimentar e no estilo de vida dos adolescentes.	Estudo descritivo transversal com análise quantitativa dos dados entre os meses de junho e agosto de 2013. Aplicação de um formulário estruturado, para identificar a influência do uso de ferramentas de entretenimento no comportamento alimentar dos adolescentes.	Os resultados mostraram que as tecnologias fazem parte da rotina dos estudantes e que elas influenciam no comportamento alimentar, por contribuir com o sedentarismo e o ato de omitir as refeições, como, o café da manhã e o jantar.
NEVES <i>et al.</i> , (2016).	Adolescentes praticantes de ginástica artística. N= 413.	Relacionar a influência da mídia e o entendimento individual de	Aplicação do EAT-26 para avaliar o comportamento de risco para	A partir das análises de regressão para os

		magreza em praticantes de ginástica artística.	transtorno alimentar e o SATAQ-3 para avaliar a influência da mídia, esporte e exercício sobre a imagem corporal.	atletas de base, as subescalas “internalização geral” e “pressão” foram juntas, responsáveis por 12,4% da variância do comportamento de risco para transtorno alimentar. Para os atletas de alto rendimento, as subescalas “internalização atlética” e “informação” explicaram 17,6% desses comportamentos.
LIRA <i>et al.</i> (2017)	Adolescentes do sexo feminino. N=212	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal (IC).	A influência da mídia foi avaliada pela SATAQ-3. Por fim, foram aplicadas perguntas sobre a frequência de acesso às mídias sociais e a possível influência delas na IC. Variáveis sociodemográficas e antropométricas, a avaliação da (IC) foi realizada pela Escala de Silhuetas Brasileiras.	Participaram 212 meninas, sendo a maioria classificada como eutrófica (65,1%), pertencentes às classes sociais E e D, com escolaridade materna correspondente ao ensino médio completo; 85,8% apontaram estar insatisfeitas com a IC. As meninas que selecionaram figuras menores como desejadas apresentaram valores superiores na SATAQ-3 ($p < 0,001$). O acesso diário maior de 10 vezes ao dia ao Facebook e Instagram aumentou a chance de insatisfação em 6,57 e 4,47 vezes, respectivamente.
MORAES <i>et al.</i> (2018)	Adolescentes N= 40	Identificar a exposição à mídia e hábitos alimentares de adolescentes em	Aplicação de um questionário a fim de avaliar se a	A maioria da amostra foi classificada como eutrófica,

		uma escola privada de São Luís MA.	mídia teria influência nos hábitos alimentares dos mesmos e também analisar a frequência e variedade dos alimentos consumidos. Além disso os participantes foram pesados e medidos.	apresentou hábitos alimentares inadequados. Frequente entre os adolescentes o hábito de comer na frente da televisão, celular e/ou computador. Os produtos alimentícios mais consumidos durante o tempo de exposição à mídia foram os doces (45,0%) e fastfood (32,5%). Os resultados sugerem que a exposição à mídia e os hábitos alimentares podem estar relacionados com o estado nutricional dos adolescentes.
SILVA; PIRES. (2019)	Adolescentes N=128	Verificar a influência das redes sociais no comportamento alimentar das Adolescentes.	Revisão associado à análise de páginas de redes sociais como Facebook e Instagram.	Os resultados mostram que as páginas disseminando muitas fake News, que podem interferir nas escolhas de milhares de pessoas; também foi encontrado publicações que incentiva um modelo/padrão de corpo magro e perfeito e normalizando as dietas da moda, dessa forma ocorre a desvalorização do nutricionista.
COSTA et al. (2019)	Estudantes do Ensino Médio. N=127	Relacionar às mídias sociais mais utilizadas, com o comportamento alimentar e satisfação corporal.	Foram utilizados o Body Checking Questionnaire, o Questionário Holandês do Comportamento Alimentar e Escala de Figuras de Silhuetas.	O Instagram lidera o nível de acesso que envolve mídias sociais com os temas estética, alimentação saudável e notícias gerais, que se mostram de

				moderado a muito influentes. Destaca-se que a estética apresenta forte influência para o comportamento de checagem corporal em adolescentes e que a percepção corporal está bastante associada com o Índice de Massa Corporal.
BRANDÃO <i>et al.</i> (2020)	Alunos do segundo ano do ensino médio; N=104.	Promover a discussão sobre a importância de bons hábitos alimentares e sobre a influência da mídia na alimentação dos jovens. Demonstrar que a má alimentação pode provocar ganho de peso e doenças crônicas.	Foi proposto uma redação sobre alimentação saudável de acordo com o conhecimento prévio dos alunos sobre o assunto, em conjunto com a redação foram expostos vídeos sobre o tema e depois analisado a diferença do conhecimento antes e depois dos vídeos. Para isto foi solicitado a elaboração de um cardápio.	Foi demonstrado conhecimento sobre o assunto, porém algumas dúvidas. Os alunos afirmaram que a mídia interfere em suas escolhas. O tema deveria ser trabalhado com os familiares, visto que o núcleo familiar, é responsável pela alimentação dos adolescentes, alertando que os hábitos alimentares podem acarretar problemas de saúde no futuro.
ASSIS; GUEDINE; CARVALHO, 2020.	Estudantes do Ensino Médio. N= 207	Relacionar o uso da mídia social e comportamentos alimentares disfuncionais e identificar preditores desses comportamentos.	A associação entre o uso da mídia social e os comportamentos alimentares disfuncionais foram verificadas pelo teste qui-quadrado de Pearson ($p < 0,05$). A regressão logística binária foi conduzida para avaliar preditores dos comportamentos alimentares disfuncionais.	Foram verificados que 27,9% dos estudantes apresentam risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares. Entre os fatores preditores dos comportamentos alimentares disfuncionais, foram observadas maiores razões de chances para o desenvolvimento de comportamentos de risco para transtornos alimentares quando há consumo de

				alimentos para a perda de peso e motivação para seguir dieta sem acompanhamento nutricional.
SOUSA, <i>et al.</i> , (2022).	Adolescentes de uma escola pública de ensino médio. N= 303.	Analisar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes.	Foram utilizados como instrumentos de pesquisa o Questionário de Frequência Alimentar para Adolescentes (QFAA)(12) e o Questionário de Identificação de Fatores Relacionados à Alimentação (QIFRA), sendo este último de elaborada pelas autoras.	O tempo de tela demonstrou associação com o consumo de determinados alimentos, quanto maior o tempo de tela, maior o consumo de alimentos ricos em açúcar e menor o consumo de alimentos saudáveis. O estudo mostrou que há influência das mídias sociais em relação ao sexo dos participantes, sendo as meninas mais influenciadas quanto à alimentação e ao corpo.

Quadro 1. Extração de dados dos estudos seleccionados. Fonte: Elaboração Própria, (2022).

De acordo com o estudo de Silva (2019), as redes sociais influenciam no comportamento alimentar através de imagens e páginas da internet, criando um padrão comportamental; com o crescimento das mídias sociais surgem as Fake News, que são responsáveis por equívocos que podem influenciar comportamentos prejudiciais para os indivíduos.

O público que é mais susceptível a sofrer influência é o de jovens até os 19 anos. Desse modo, a adolescência é marcada como uma fase de grande vulnerabilidade intelectual e social, sendo o público mais atingido pela publicidade.

Além da faixa etária o peso corporal é outro fator que está associado a maior probabilidade do indivíduo ser influenciado. De acordo com o estudo realizado por Silva e Pires, (2019) as estudantes com excesso de peso têm 1,74 vez mais chance de serem influenciadas pelas “dietas emagrecedoras” divulgadas nas mídias, quando comparadas com as que tem baixo peso. As que possuem peso adequado apresentam 1,77 mais chance de serem influenciadas pelas mídias, do que aquelas que apresentam baixo peso. No que diz respeito a diferenças entre as regiões brasileiras, pode-se afirmar que

não foram encontradas, porém as estudantes da região Sul demonstram maior adesão e aceitação aos padrões impostos pela sociedades, quando comparados aos dados obtidos nas regiões Norte e Nordeste. Em relação a faixa etária, as estudantes mais novas, com excesso de peso e maior renda, estavam mais susceptíveis a influências pela mídia.

O estudo realizado por Lira *et al.*, (2017), quando analisado por sexo, pode-se afirmar que as mulheres estão mais propensas a mudanças nos comportamentos em relação a alimentação e à prática de atividades físicas, indicando maior vulnerabilidade ao bombardeio das mídias sociais. Isto, porque o público feminino, geralmente, apresentam maior insatisfação corporal, o que também foi encontrado, por Silva e Pires (2019).

De acordo com alguns estudos (SILVA, 2019; MORAES *et al.*, 2018; COSTA *et al.*, 2019), os indivíduos que possuem desejo de diminuir a silhueta acabam buscando por dietas, dessa forma, é possível associar a obsessão por magreza e a influência das mídias sociais, tanto em homens quanto em mulheres.

Enes e Lucchini (2016) demonstram que a busca pelo corpo ideal divulgado pelas mídias acaba incentivando a população a adotar métodos que podem representar riscos a saúde. Assim, o estudo ainda ressalta a importância de reduzir a exposição desses conteúdos que apresentam imagens de corpo ideal e incentivar a divulgação de pessoas com peso real. A mesma mídia que causa risco a saúde, poderia ser responsável por propagar a conscientização sobre a manipulação de imagens e os riscos que as pessoas se expõem quando estão em busca pelo corpo “perfeito”. Em relação a insatisfação corporal, apesar de estar presente em ambos os sexos, o sexo feminino apresenta maior prevalência de insatisfação corporal com a ideia de diminuir a silhueta. Ao contrário, os homens que relatam insatisfação corporal desejam aumentar o peso corporal.

Um estudo realizado por Silva (2019) mostra que a relação entre satisfação corporal e risco de transtornos alimentares possuem uma relação direta, visto que 96,7% dos indivíduos que não possuem comportamentos de risco para transtornos alimentares, também não demonstraram preocupação ou insatisfação corporal; em contrapartida, as pessoas que apresentam comportamento de risco possuem alta insatisfação corporal (SILVA, 2019).

As mídias sociais se mostraram grandes influenciadoras na formação da imagem corporal, e a insatisfação corporal como verificado por Lira *et al.*, 2017, ocorre entre os adolescentes classificados tanto como eutróficos, com sobrepeso ou obesidade. Foi encontrada uma maior insatisfação corporal nas adolescentes que acessam diariamente as redes sociais, independente de idade, estado nutricional, classe social e escolaridade

materna. Quando indagadas sobre o uso das mídias sociais, a maior parte das entrevistadas afirmou necessidade em ter “foco, força e fé” para perder peso e 25% já se consideram influenciadas a excluir da alimentação alimentos intitulados como não saudáveis. Um fato alarmante e preocupante é que 25% acreditam que as redes sociais são fontes de informação sobre o que é um corpo saudável, porém, afirmam não ter aderido à dietas, ou seguido recomendações, e ainda relatam que não influenciam suas escolhas alimentares.

Enes e Lucchini (2016) demonstram que a busca pelo corpo ideal divulgado pelas mídias acaba incentivado a população a adotar métodos que podem representar riscos à saúde. O estudo ressalta ainda a importância de reduzir a exposição desses conteúdos que apresentam imagens de corpo ideal e incentivar a divulgação de pessoas com peso real. Assis (2020) aponta que a população deve ser estimulada a desenvolver senso crítico em relação às escolhas alimentares; a mesma mídia que causa risco à saúde, poderia ser responsável por propagar a conscientização sobre a manipulação de imagens e os riscos que as pessoas se expõem quando estão em busca pelo corpo “perfeito” a qualquer preço.

Neste estudo realizado por Assis (2020), os estudantes que passavam maior tempo expostos às mídias eram também aqueles que apresentavam comportamentos alimentares disfuncionais, sendo possível compreender que o tempo de exposição é prejudicial e pode ser relacionado com os hábitos alimentares inadequados. O estudo mostra que 95% dos participantes confirmam acreditar que a mídia é capaz de influenciar o comportamento alimentar das pessoas. Os mesmos participantes que são conscientes da capacidade de influência da mídia, afirmam que já consumiram alimentos propostos pela publicidade com o objetivo de perder peso.

Os dados encontrados em Neves (2016) mostram que a televisão está presente na vida de 100% dos participantes da pesquisa, em relação ao tempo dedicado às mídias, 50% gasta de 3 a 4 horas, 30% mais de 5 horas por dia. O principal motivo do público da pesquisa não se alimentar no horário certo foi o videogame e ainda, 44% dos alunos da rede particular e 50% da rede pública faziam uso de algum equipamento eletrônico enquanto se alimentava.

Em relação ao uso de equipamentos eletrônicos durante a refeição, a pesquisa conduzida por Pereira (2014) demonstrou que 78% dos alunos da rede particular e 72% da rede pública referem estar cientes de que tal hábito pode estar associado a prejuízos nas condições de saúde, com a minoria discorda desta interferência. Mesmo que a minoria discorde, ainda é um fator alarmante levando em consideração que cerca de 30% dos estudantes tanto da rede pública quanto particular estão dispostos a ingerir alimentos industrializados ou recusar uma refeição para evitar interromper um jogo. É

importante entender o quanto esses hábitos podem trazer malefícios para o desenvolvimento desses indivíduos (PEREIRA, 2014).

Dados similares foram encontrados em Moraes (2018) que aponta que cerca de 70% dos estudantes avaliados realizam as refeições enquanto estão expostos a TV/celular/computador. Quando questionados sobre quais alimentos encontrados na mídia eram escolhidos por eles, foram citados os doces (45%), fast-foods (32,5%), frutas (7,5%) e refrigerantes (2,5%) e a apresentação dos alimentos era a principal influência para o consumo. É importante mencionar que cerca de 53,9% dos entrevistados afirmaram consumir frutas de forma regular, sendo um ponto de grande destaque já que, geralmente, o público adolescente tende a apresentar baixo consumo de frutas.

A pesquisa realizada por Costa, *et al.*, (2019) mostrou que o Instagram é a rede social com maior número de acessos em relação ao tema sobre estética e alimentação saudável. O estudo ainda demonstrou relação do estado nutricional, classificação do IMC e a renda com acesso às mídias quando o participante apresenta insatisfação corporal. As mulheres são as mais atingidas pelas alterações no comportamento alimentar.

Enes (2016) mostrou que o tempo de exposição a TV influencia no consumo de leite e derivados, açúcares, doces e refrigerantes, ou seja, tem relação com o comportamento alimentar dos adolescentes. Quando comparado a outros grupos de alimentos, como, verduras e legumes não foi observada diferença significativa entre os adolescentes com maior ou menor tempo de acesso à TV. Já em relação ao consumo de frutas foi observado baixo consumo entre os adolescentes que ficam mais tempo em frente à TV. De acordo com o estudo, mais da metade (55,3%) das pessoas que participaram da pesquisa ultrapassam duas horas por dia em frente à TV.

Visto que as mídias sociais desempenham grande influência nas escolhas alimentares dos adolescentes, é importante mencionar que os profissionais da saúde podem e devem reverter essa influência, de modo a ensinar, ou destacar, crenças, valores e comportamentos alimentares considerados adequados para a saúde com o objetivo de influenciar de forma positiva sobre nutrição, alimentação e comportamento alimentar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível concluir que as mídias sociais são grandes influenciadoras de hábitos alimentares e mesmo que os adolescentes tenham algum conhecimento sobre

alimentação e sobre influência que as mídias sociais são responsáveis, ainda assim estão vulneráveis aos padrões expostos pela sociedade.

De acordo com o estudo, é possível afirmar que quanto maior tempo de exposição maior a probabilidade de influenciar os adolescentes. O grupo que se demonstrou mais vulneráveis a esta influência foi das adolescentes do sexo feminino, estando mais propensas a seguir comportamentos alimentares negativos por conta do que acompanham nas redes.

O problema é que esses comportamentos podem trazer danos à saúde, já que estão mais associados ao risco de desenvolver transtornos alimentares e doenças crônicas, devido ao consumo de alimentos com baixo valor nutritivo, como os alimentos industrializados.

Com isso, vale ressaltar a importância de incentivar as discussões sobre o comportamento alimentar, orientar a busca por fontes confiáveis sobre alimentação, como, materiais elaborados e publicados por profissionais, órgãos governamentais ou renomadas instituições internacionais, como o Ministério da Saúde e a Organização Mundial da Saúde, reduzindo a chance da adesão de comportamentos alimentares que podem gerar prejuízos à saúde a longo prazo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, L. C.; GUEDINE, C. R. de C; CARVALHO, P. H. B. Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria** [online]. 2020, v. 69, n. 4, pp. 220-227. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000288>. Acesso em: 05 out 2022.

BITTAR, C, SOARES, A. **Mídia e comportamento alimentar na adolescência. Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**, 2020; 28(1):291-308. Disponível em: [https://www.scielo.br/j/cadbto/a/mfTpzZ6F3YhywBGx5tVLkgx/?format=pdf#:~:text=\(2010\)%20afirmam%20que%20esse%20per%C3%ADodo,transforma%C3%A7%C3%B5es%20relacionadas%20%C3%A0%20forma%C3%A7%C3%A3o%20da](https://www.scielo.br/j/cadbto/a/mfTpzZ6F3YhywBGx5tVLkgx/?format=pdf#:~:text=(2010)%20afirmam%20que%20esse%20per%C3%ADodo,transforma%C3%A7%C3%B5es%20relacionadas%20%C3%A0%20forma%C3%A7%C3%A3o%20da). Acesso em: 20 Abr 2022.

BRANDÃO, L. C.; ALVES, A. C. A.; SOARES, D. L. A.; FIALHO, C. G. O. Mídia e alimentação saudável: relato de experiência de uma proposta para sala de aula. **Lynx**, v. 1, n. 1, maio 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lynx/article/view/25596/20614>. Acesso em: 20 set 2022.

COSTA, M. L.; *et al.*, Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. **Braz. J. Hea. Rev.**, Curitiba, v. 2, n. 6, p. 2019. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/5399/4928>. Acesso em: 20 set 2022.

ENES, C. C. LUCCHINI, B. G. Tempo excessivo diante da televisão e sua influência sobre o consumo alimentar de adolescentes. **Revista de Nutrição [online]**. 2016, v. 29, n. 03. pp. 391-399. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-98652016000300009>. Acesso em: 14 set 2022.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa do IBGE mostra aumento da obesidade entre adultos**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/10/pesquisa-do-ibge-mostra-aumento-da-obesidade-entre-adultos#:~:text=Outro%20dado%20mostra%20que%2C%20em,57%2C5%25%20dos%20homens>. Acesso em: 20 Abr 2022.

LAUS, M. F. **Influência do padrão de beleza veiculado pela mídia na satisfação corporal e escolha alimentar de adultos**. Departamento de Psicologia, Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto. 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/59/59134/tde-26032013100917/pt-br.php>. Acesso em: 02 out 2022.

LIRA, A. G.; GANEN, A. P.; LODI, A. S.; ALVARENGA, M. S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria [online]**. 2017, v. 66, n. 3, pp. 164-171. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166>. Acesso em: 01 set 2022.

MORAES, D. M.; BELFORT, I. A.; DIAS, L. P. P.; COIMBRA, L. M. P. L.; ZAGMIGNAN, A. Exposição a mídia e hábitos alimentares de adolescentes em uma escola privada de São Luís-MA. **Rev. Investig, Bioméd.** 2018. Disponível em: <http://www.ceuma.br/portalderevistas/index.php/RIB/article/view/255/pdf>. Acesso em: 02 set 2022.

NEVES, C. M.; MEIRELES, J. F. F.; COSTA, J. L.; PEREIRA, L. C. R.; FERREIRA, M. E. C. Influência da mídia e comportamento alimentar de adolescentes atletas e não atletas de ginástica artística. **Revista Brasileira de Cineantropometria & Desempenho Humano [online]**. 2016, v. 18, n. 1, pp. 82-92. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1980-0037.2016v18n1p82>. Acesso em: 15 set 2022.

PEREIRA, D. S.; ABDALLA, D. F.; FREIRE, P. C. M. Uso de ferramentas de entretenimento por estudantes do ensino médio e a sua influência no comportamento alimentar deste grupo. **Enciclopédia Biosfera**, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v. 10, n. 18; p. 3646. 2014. Disponível em: <https://www.conhecer.org.br/enciclop/2014/a/CIENCIAS%20HUMANAS/uso%20de%20ferramentas.pdf>. Acesso em: 10 out 2022.

SILVA, G. L. **Influência da mídia sobre o comportamento alimentar e imagem corporal**. Vitória de Santo Antão, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/23916>. Acesso em: 10 out 2022.

SOUSA, L. P., *et al.*, Influência das mídias sociais no comportamento alimentar de Adolescentes. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.8, n.6, p. 43489-43502, jun.,2022.

VIERA, C.E.N.K, *et al.*, Programa de Enfermagem Saúde na Escola: prevenção e controle de sobrepeso/obesidade em adolescentes. **Rev. esc. enferm. USP**. 2018. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S167945082019000300212&script=sci_arttext&lng=pt. Acesso em: 20 Abr 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. (WHO). **Ficha técnica sobre Obesidade e Excesso de Peso**. 2020. Disponível em: <https://aps.saude.gov.br/ape/promocao-saude/excesso> Acesso em: 14 mai 2022.



INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE ADOLESCENTES

III Simpósio de Saúde e Meio Ambiente, 3ª edição, de 16/11/2022 a 18/11/2022

ISBN dos Anais: 978-65-5465-006-9

DOI: 10.54265/YJZS2260

QUINTÃO; Karine de Jesus ¹, BORGES; Graciely Nunes Rosa ²

RESUMO

INTRODUÇÃO

O comportamento alimentar é um conjunto de ações que estão associadas ao alimento, como, com quem comer, onde comer, o que comer e como comer. Esses comportamentos podem ser influenciados por fatores psicológicos, emocionais, sociais, religiosos, e todos os outros fatores ambientais e internos (SANTOS; MACHESI, 2018). Segundo o IBGE, em 2019, uma a cada quatro pessoas eram obesas - 41 milhões de pessoas; o excesso de peso entre a população era de 60,3% o que corresponde a 96 milhões de pessoas, sendo 62,6% compostos pelas mulheres e 57,5% pelos homens. Nos últimos anos, a prevalência de sobrepeso em adolescentes aumentou cerca de 60%, tornando-se um fator preocupante para a saúde pública de gerações futuras (WHO, 2020).

A alimentação está presente em todas as fases da vida, e os hábitos são formados na infância, podendo sofrer modificações na adolescência em função de interações sociais e particularidades da fase. O padrão alimentar com o passar do tempo vai sendo modificado, se tornando preocupante uma vez que as doenças crônicas desenvolvidas durante a fase adulta estão relacionadas com o estilo de vida (COSTA, 2019).

A adolescência é uma fase de intensas mudanças na vida do indivíduo e nessa etapa estão expostas a influenciadores, família, amizade, experiências individuais, assim, vê-se como um grupo vulnerável nos hábitos alimentares. Dessa forma, acredita-se que o fato de se alimentar em frente à TV ou smartphone, não realizar refeições à mesa em família podem contribuir para um comportamento alimentar inadequado e hábitos de vida sedentários (VIEIRA, 2018).

Assim, este estudo tem por objetivos verificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar dos adolescentes, identificando tais fatores, bem como o papel das mídias sociais na autoimagem e na formação de comportamentos de risco para transtornos alimentares.

METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão de literatura, qualitativa e descritiva. Levantamento de dados foi feito nas bases de dados da SCIELO, MEDLINE e PUBMED, utilizando-se as palavras-chave:

¹ Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ., karinequintao@gmail.com

² Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ., GRACIELY.ROSA@UNIRENTOR.EDU.BR

adolescente, mídia e comportamento alimentar. Foram excluídos livros.

Foi realizada uma pesquisa nas bases de dados no mês de setembro de 2022, encontrando-se inicialmente 137 artigos. Durante a análise dos títulos dos trabalhos foram eliminados 99 artigos por não contemplarem a temática escolhida. Dos 38 estudos restantes, foi realizada a leitura dos resumos, que levaram a leitura na íntegra de 11 artigos. Desse processo analítico, resultou a seleção final de 10 artigos, que preencheram a todos os critérios de inclusão.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o estudo de Silva (2018), as redes sociais influenciam no comportamento alimentar através de imagens e páginas, que criam um padrão comportamental; com o crescimento das mídias sociais surgem as Fake News, que são responsáveis por equívocos que influenciam comportamentos prejudiciais aos indivíduos. O maior público é de até 19 anos, por conta da vulnerabilidade intelectual e social.

O peso corporal é outro fator associado a maior probabilidade de influência. De acordo com Silva e Pires, (2019) estudantes com excesso de peso têm 1,74x maior probabilidade de aderir “dietas emagrecedoras”, se comparadas que tem baixo peso – com peso adequado possuem 1,77 mais chance que estas. Diferenças significativas entre regiões não foram encontradas, porém a região Sul demonstra maior adesão e aceitação aos padrões impostos pela sociedade, se comparados às regiões Norte e Nordeste. Em relação a faixa etária, as estudantes mais novas, com excesso de peso e maior renda, estavam mais susceptíveis a influências pela mídia.

Enes e Lucchini (2016) demonstram que a busca pelo corpo ideal divulgado pelas mídias acaba incentivando a população a adotar métodos que podem representar riscos a saúde. Assim, o estudo ainda ressalta a importância de reduzir a exposição desses conteúdos que apresentam imagens de corpo ideal e incentivar a divulgação de pessoas com peso real. A mesma mídia que causa risco a saúde, poderia ser responsável por propagar a conscientização sobre a manipulação de imagens e os riscos que as pessoas se expõem quando estão em busca pelo corpo “perfeito”. A insatisfação corporal, incide em sua maioria nas mulheres, que sonham em diminuir a silhueta, já os homens desejam aumentar o peso corporal. A busca pelo corpo ideal divulgado pelas mídias acaba incentivando a população a adotar métodos que podem representar riscos a saúde. O que ressalta a importância de reduzir a exposição de conteúdos de corpo ideal e incentivar a divulgação de pessoas com peso real.

Um estudo realizado por Silva (2018) mostra que a satisfação corporal e o risco de transtornos alimentares possuem uma relação direta, visto que 96,7% dos indivíduos que não possuem comportamentos de risco para transtornos alimentares, também não demonstraram preocupação ou insatisfação corporal; em contrapartida, as pessoas que apresentam comportamento de risco possuem alta insatisfação corporal.

Os dados encontrados em Neves (2016) mostram que a televisão está presente na vida de 100% dos participantes da pesquisa, em relação ao tempo dedicado a mídias, 50% gasta de 3 a 4 horas, 30% mais de 5 horas por dia. O principal motivo do público da pesquisa não se alimentar no horário certo foi o videogame e ainda, 44% dos alunos da rede particular e 50% da rede pública faziam uso de algum equipamento eletrônico enquanto se alimentava.

Em relação ao uso de equipamentos eletrônicos durante a refeição, a pesquisa conduzida por Pereira *et al* (2014) demonstrou que 78% dos alunos da rede particular e 72% da rede pública referem estar cientes de que tal hábito pode estar associado a prejuízos nas condições de saúde,

¹ Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ., karinequintao@gmail.com

² Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ., GRACIELY.ROSA@UNIREDENTOR.EDU.BR

com a minoria discorda desta interferência. Mesmo que a minoria discorde, ainda é um fator alarmante levando em consideração que cerca de 30% dos estudantes tanto da rede pública quanto particular estão dispostos a ingerir alimentos industrializados ou recusar uma refeição para evitar interromper um jogo. É importante entender o quanto esses hábitos podem trazer malefícios para o desenvolvimento desses indivíduos.

Dados similares foram encontrados por Moraes e colaboradores (2018), que apontam que cerca de 70% dos estudantes avaliados realizam as refeições enquanto estão expostos a TV/celular/computador. Quando questionados sobre quais alimentos encontrados na mídia eram escolhidos por eles, foram citados os doces (45%), fast-foods (32,5%), frutas (7,5%) e refrigerantes (2,5%) e a apresentação dos alimentos era a principal influência para o consumo. É importante mencionar que cerca de 53,9% dos entrevistados afirmaram consumir frutas de forma regular, sendo um ponto de grande destaque já que, geralmente, o público adolescente tende a apresentar baixo consumo de frutas.

A pesquisa realizada por Costa, *et al.*, (2019) mostrou que o Instagram é a rede social com maior número de acessos em relação ao tema sobre estética e alimentação saudável. O estudo ainda demonstrou relação do estado nutricional, classificação do IMC e a renda com acesso às mídias quando o participante apresenta insatisfação corporal. As mulheres são as mais atingidas pelas alterações no comportamento alimentar.

Enes e Lucchini (2016) mostraram que o tempo de exposição a TV influencia no consumo de doces e frituras, afetando a relação com o comportamento alimentar dos adolescentes. Se comparado a outros grupos alimentares, como, verduras e legumes não houve diferença significativa entre o tempo de acesso à TV. Já com as frutas foi observado baixo consumo entre os adolescentes que ficam mais em frente à TV. De acordo com o estudo, mais da metade (55,3%) das pessoas que participaram da pesquisa ultrapassam duas horas por dia em frente à TV. Visto que as mídias sociais desempenham grande influência nas escolhas alimentares dos adolescentes, é importante mencionar que os profissionais da saúde podem e devem reverter essa influência, de modo a ensinar, ou destacar, crenças, valores e comportamentos alimentares considerados adequados para a saúde com o objetivo de influenciar de forma positiva sobre nutrição, alimentação e comportamento alimentar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível concluir que as mídias sociais são grandes influenciadoras de hábitos alimentares e mesmo que os adolescentes tenham algum conhecimento sobre alimentação e sobre influência que as mídias sociais são responsáveis, ainda assim estão vulneráveis aos padrões expostos pela sociedade.

De acordo com o estudo, quanto maior tempo de exposição maior a probabilidade de influenciar os adolescentes. O grupo que se demonstrou mais vulnerável a esta influência foi o de adolescentes do sexo feminino, mais propensas a terem comportamentos alimentares negativos pelo que acompanham nas redes. Tais comportamentos trazem danos à saúde, pois estão associados ao risco de transtornos alimentares e doenças crônicas, devido ao consumo de alimentos com baixo valor nutritivo, como os alimentos industrializados.

Com isso, vale ressaltar a importância de incentivar as discussões sobre o comportamento alimentar, orientar a busca por fontes confiáveis sobre alimentação, como, materiais elaborados e publicados por profissionais, órgãos governamentais ou renomadas instituições internacionais,

¹ Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ., karinequintao@gmail.com

² Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ., GRACIELY.ROSA@UNIRENTOR.EDU.BR

como o Ministério da Saúde e a Organização Mundial da Saúde, reduzindo a chance da adesão de comportamentos alimentares que podem gerar prejuízos à saúde a longo prazo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, M. L.; ARAÚJO, D. F. S.; CASSIANO, M. H.; FIGUEIRÊDO, H. A. O.; OLIVEIRA, V. T. L.; BARBOSA, I. R. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. **Braz. J. Hea. Rev.**, Curitiba, v. 2, n. 6, p. 5898- 5914 nov./dec. 2019.

ENES, C. C. LUCCHINI, B. G. Tempo excessivo diante da televisão e sua influência sobre o consumo alimentar de adolescentes. **Revista de Nutrição [online]**. 2016, v. 29, n. 03. pp. 391-399.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa do IBGE mostra aumento da obesidade entre adultos**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/10/pesquisa-do-ibge-mostraaumento-da-obesidade-entreadultos#:~:text=Outro%20dado%20mostra%20que%2C%20em,57%2C5%25%20dos%20homens>. Acesso em: 20 Abr 2022.

MORAES, D. M.; BELFORT, I. A.; DIAS, L. P. P.; COIMBRA, L. M. P. L.; ZAGMIGNAN, A. Exposição a mídia e hábitos alimentares de adolescentes em uma escola privada de São Luís-MA. **Rev. Investig, Bioméd.** 2018.

NEVES, C. M; MEIRELES, J. F. F; COSTA, J. L; PEREIRA, L. C. R; FERREIRA, M. E. C. Influência da mídia e comportamento alimentar de adolescentes atletas e não atletas de ginástica artística. **R. bras. Ci. e Mov.** 2016.

PEREIRA, D. S.; ABDALLA, D. F.; FREIRE, P. C. M. Uso de ferramentas de entretenimento por estudantes do ensino média e a sua influência no comportamento alimentar deste grupo. **Enciclopédia Biosfera**, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v. 10, n. 18; p. 3646. 2014.

SANTOS, K. C; MARCHESI, J. C. L. S. A influência da mídia sobre a alimentação e o comportamento sedentário de crianças: uma revisão da literatura. **J Health Sci Inst.** 2018;36(4):281-284

SILVA, G. L. **Influência da mídia sobre o comportamento alimentar e imagem corporal**. Centro Acadêmico de Vitória, 2018. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/23916>

VIERA, C. E. N. K; DANTAS, D. N. A; MIRANDA, L. S. M. V; ARAÚJO, A. K. C; MONTEIRO, A. I; ENDERS, B. C. Programa de Enfermagem Saúde na Escola: prevenção e controle de sobrepeso/obesidade em adolescentes. **Rev. esc. enferm. USP.** 2018.

WHO. Bull FC, Al-Ansari SS, Biddle S, *et al* . World Health Organization 2020 guidelines on physical activity and sedentary behaviour. **British Journal of Sports Medicine** 2020; 54:1451-1462.

PALAVRAS-CHAVE: Mídias Sociais, Comportamento Alimentar, Adolescentes

¹ Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ. , karinequintao@gmail.com

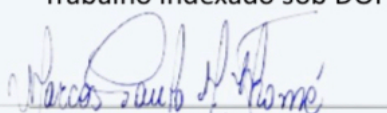
² Centro Universitário Redentor (UniRedentor), Itaperuna, RJ. , GRACIELY.ROSA@UNIRENTOR.EDU.BR



CERTIFICADO

A comissão científica e organizadora do III Simpósio de Saúde e Meio Ambiente - III SISAMA certifica que o **Resumo Expandido** intitulado **“INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE ADOLESCENTES”** de autoria de **Karine De Jesus Quintão, Graciely Nunes Rosa Borges** foi aprovado e publicado nos Anais do Congresso, **ISBN Nº: 978-65-5465-006-9**, ocorrido nos dias 16, 17 e 18 de Novembro de 2022.

Trabalho indexado sob DOI n. **10.54265/YJZS2260**


Marcos Paulo M. Thomé

Apoio:




Evellinne P. P. dos Santos

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DE TCC NO SITE DA UNIREDENTOR

Autor (a): Karine de Jesus Quintão Matrícula: 1901749 RG: 313479396 CPF: 146.926.997-01

Título do Trabalho: Influência da mídia no comportamento alimentar de adolescentes.

Número de Páginas: 4 Data da defesa: 16/11/2022

Orientador: Graciely Nunes Rosa Borges

Curso Nutrição

Autorizo o Centro Universitário Redentor, de acordo com a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, a disponibilizar gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, o texto integral da publicação supracitada, de minha autoria, em seu site, em formato PDF ou similar, para fins de leitura e/ou impressão pela Internet, a título de divulgação da produção científica gerada por seus cursos.

Itaperuna, 10 de Dezembro de 2022

Karine de Jesus Quintão

Assinatura do (a) autor