
Perfil das publicações sobre alimentos e bebidas feitas por universitários em rede social

The profile of the publications about food and beverages shared by college students in social networks

Clorine Borba Zanlourensi¹, Jordana Nayara Zandonai de Freitas¹, Angélica Rocha de Freitas Melhem¹, Catiuscie Cabreira da Silva², Cíntia Reis Ballard², Helena Dória Ribeiro de Andrade Previato², Thiécla Katiane Rosales Silva¹, Carla Evelyn Coimbra Nuñez¹

¹Departamento de Nutrição da Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava-PR, Brasil; ²Programa de Pós-graduação em Alimentos e Nutrição do Departamento de Alimentos e Nutrição da Universidade Estadual de Campinas, Campinas - SP, Brasil.

Resumo

Objetivo – Avaliar a frequência de referências à alimentação, nutrição e bebidas alcoólicas publicadas por universitários da Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, Paraná, Brasil em uma rede social. **Métodos** – Foram avaliadas as referências (postagens, compartilhamentos, curtidas) disponíveis ao público, publicadas no período de um ano (fevereiro de 2013 a fevereiro de 2014) em 631 perfis. A amostra foi selecionada por sorteio aleatório a partir de uma listagem com todos os alunos matriculados no primeiro e último ano de graduação da Universidade. **Resultados** – Do total de perfis analisados, 62,4% (n=394) fizeram referências a alimentos e bebidas alcoólicas em seus perfis, sendo 38,4% (n=243) relacionadas à alimentação e nutrição (incluindo bebidas não alcoólicas) e 23,9% (n=151) sobre bebidas alcoólicas. Não houve diferença significativa entre as referências ao tema alimentação e nutrição em relação aos anos de graduação (p=0,061) e ao gênero (p=0,428). As referências às bebidas alcoólicas também não diferiram entre os anos de graduação (p=0,474) e os gêneros (p=0,614). Observou-se elevada frequência de referências a alimentos de elevada densidade calórica e bebidas alcoólicas, o que pode favorecer práticas e hábitos que contribuem para o ganho de peso. **Conclusões** – Portanto, caracterizar o perfil das publicações sobre alimentação, nutrição e bebidas alcoólicas em grupos de universitários pode servir como uma ferramenta para orientar intervenções que visem incentivar bons hábitos alimentares e favorecer a saúde por meio de redes sociais.

Descritores: Rede social; Alimentos; Nutrição; Etanol; Estudantes

Abstract

Objective – To evaluate the frequency of references in regarding to feeding, nutrition and alcoholic beverages published by undergraduate students from Midwest University, Guarapuava, Paraná State, Brazil in a social network. **Methods** – References (postings, shares, likes) available to the public, published in 631 profiles from 2013 to 2014 were evaluated. The sample was randomly selected from the listing of all the students enrolled in the first and last year of graduation. **Results** – From the analyzed profiles, 62.4% (n= 394) have referenced food and beverages, 38.4% (n=243) were related to food and nutrition (including non-alcoholic drinks), and 23.9% (n=151) were associated to drinks. No difference between the number of references to the theme of feeding and nutrition concerning the time of enrolment in the graduation (p=0.061) or gender (p=0.428). The references to alcoholic drinks also did not differ between the time (p=0.474) and gender (p=0.614). High frequency of references related to high-energy density foods and alcoholic drinks, which can favor practices and habits that contribute to weight gain, was observed. **Conclusion** – Therefore, by characterizing the subject of the students' publications regarding feeding, nutrition, and alcoholic beverages can serve as a tool to guide interventions aimed to encouraging suitable eating practices and to promoting health by social networks.

Descriptors: Social network; Foods; Nutrition; Ethanol; Students

Introdução

Considerada por muitos uma fonte rápida e inesgotável de informações em todas as áreas do conhecimento, a internet é uma realidade para a sociedade moderna¹. Entretanto, essas informações devem ser analisadas com cautela, visto que muitas delas não são cientificamente comprovadas².

Segundo pesquisa realizada em 2011 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de internautas no Brasil chegava a 77,7 milhões de pessoas com 10 anos ou mais de idade (46,5% do total). O acesso à internet foi maior entre os jovens, especialmente nos grupos etários de 15 a 17 anos (74,1%) e de 18 ou 19 anos de idade (71,8%)³. Adicionalmente, a população universitária composta em sua maioria por indivíduos jovens tem utilizado esse mecanismo para aprendizagem e disseminação de informações⁴.

Nesse contexto, as redes sociais surgem como uma promissora ferramenta de compartilhamento de temas diversos. O uso de redes sociais tem elevada popularidade no Brasil³ e caracteriza-se como uma ferramenta que permite a troca de informações pessoais diversas entre os usuários por meio de publicações (“posts”), compartilhamentos (“share”) e curtidas (“like”) ^{4,5}, incluindo informações sobre alimentação, nutrição, bem como sobre a ingestão de bebidas alcoólicas. Assim, é importante notar que o hábito de consumir produtos industrializados altamente processados e bebidas alcoólicas tem se tornado, respectivamente, sinônimo de modernidade⁶ e uma necessidade de aceitação pelo grupo⁷ principalmente entre os jovens⁸.

Sendo os hábitos alimentares desenvolvidos a partir de experiências únicas do indivíduo e influenciados pela cultura e tradição local^{9,10}, o perfil individual na

rede social torna-se um meio potencial para influenciar o comportamento entre colegas e o desenvolvimento de normas de comportamento¹¹.

A alimentação da sociedade contemporânea vem apresentando reduzida qualidade nutricional e elevada densidade energética e essa alteração nos hábitos alimentares da população aliada ao sedentarismo^{12,13}, tornou-se a principal causa da alta prevalência das doenças crônicas não transmissíveis (DCNT)¹⁴. O acúmulo excessivo ou anormal de gordura que determina o sobrepeso e a obesidade¹¹ são considerados atualmente um dos principais problemas de saúde pública no mundo¹⁵.

Por outro lado, o álcool, além ser uma substância psicotrópica, possui alta densidade energética (cada grama de álcool fornece 7,1 calorias desprovida de vitaminas e minerais), e dependendo da quantidade, frequência e da forma de consumo pode contribuir para o desenvolvimento e/ou agravamento do sobrepeso e da obesidade¹⁶.

Até o momento não há no Brasil pesquisa sobre as informações relacionadas à nutrição, alimentação e bebidas alcoólicas publicadas por usuários de rede social. Portanto, o objetivo do presente estudo foi verificar a frequência de temas relacionados à nutrição, alimentação e bebidas alcoólicas publicados em uma rede social por universitários da Universidade Estadual do Centro-Oeste – Unicentro – Paraná, Brasil.

Métodos

Trata-se de um estudo quantitativo observacional desenvolvido na Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Guarapuava, Paraná, Brasil. Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa da UNICENTRO (CAAE: 27353014.0.0000.0106).

Os perfis avaliados foram selecionados por meio de listas com os nomes dos universitários matriculados no primeiro e último ano dos diversos cursos presenciais de graduação. As listas fornecidas pela própria instituição incluíam os campi Santa Cruz, Cedeteg (Guarapuava), e os campi que se encontram nas cidades de Irati, Chopinzinho, Prudentópolis, Pitanga, Coronel Vívica e Laranjeiras do Sul.

A fim de garantir que apenas os dados disponíveis a todos os usuários (informações públicas) da rede social fossem avaliados, um perfil individual, não ativo na rede social, foi criado exclusivamente para as avaliações. Assim, o perfil criado não tinha nenhum tipo de troca de informação (curtidas, publicações, compartilhamentos) nem estava ligado à rede de nenhum usuário (amizade), o que impossibilitava o acesso a informações particulares.

Foram avaliadas as publicações de 674 perfis de universitários do primeiro e do último ano (quarto ou quinto ano, dependendo da duração do curso) postadas no período de um ano (fevereiro de 2013 a fevereiro de 2014).

Foram adotados como critérios de inclusão: 1) ser aluno de graduação da Universidade Estadual do Cen-

tro-Oeste; 2) possuir perfil e dados públicos na rede social específica. O critério de exclusão foi a ausência de publicidade de postagens, compartilhamentos ou marcação em fotos no período do estudo.

Foram avaliadas publicações relacionadas à alimentação, nutrição e bebidas alcoólicas, as quais foram divididas em 5 subtemas para facilitar o agrupamento das informações: 1) Imagem de alimentos; 2) Texto informativo; 3) Gastronomia; 4) Dieta e 5) Bebidas alcoólicas.

O subgrupo 1) Imagem de alimentos: incluiu imagem de refeições, doces (confeitaria), salgados (pastelaria), frutas, saladas, bebidas não-alcoólicas, bebidas gaseificadas, alimentos tipo fast foods, carnes (imagem isolada sem acompanhamentos como cereais ou saladas), arte (produzida com alimentos), comércio (de produtos alimentícios e fórmulas alimentares) e brincadeiras (quando as imagens de alimentos representavam situações cômicas). O subgrupo 2) Texto informativo: incluiu qualquer texto relacionado à alimentação e nutrição. O subgrupo 3) Gastronomia: incluiu imagens de preparações gastronômicas (pratos apresentados de forma semelhante aos elaborados por chefes de cozinha) e receitas. O subgrupo 4) Dieta: compreendeu toda e qualquer referência a prática de alteração da dieta habitual com a finalidade de ganho de peso, melhora de performance ou perda de peso. O subgrupo 5) Bebidas alcoólicas: incluiu compartilhamentos de imagens, marcações em fotos ou publicações de imagens relacionadas à bebidas alcoólicas.

O universo amostral foi constituído por 2411 universitários matriculados no primeiro ano e 1714 no último ano. A amostra calculada em 674 foi selecionada por sorteio aleatório. Foram utilizados na pesquisa o primeiro e o último ano de graduação com a finalidade de observar diferenças entre o ingresso na universidade, ou seja, previamente à exposição à rotina universitária, e o período que se segue à exposição à vida universitária e seus costumes.

Os dados coletados foram organizados em planilha do software Microsoft Excel®2007 e as análises descritivas e inferenciais foram realizadas por meio do *software Predictive Analytics SoftWare* (PASW Statistics) versão 17.0. Foi utilizado o teste qui-quadrado para a comparação das frequências de perfis postados entre os gêneros e entre o primeiro e o último ano de graduação, adotando-se como nível de significância estatística $p < 0,05$.

Resultados

Foram triados, a partir dos critérios de inclusão, 674 perfis de universitários do primeiro e último ano dos cursos de graduação da Universidade Estadual do Centro Oeste. Após adequação ao critério de exclusão, 631 perfis foram avaliados, contabilizando um total de 47.110 publicações.

A idade média dos universitários foi de 23,19 ($\pm 6,23$ anos) com predominância do gênero feminino ($n=380$; 60% da população total avaliada) e residência mais frequente nos municípios de Guarapuava, Irati e

Tabela 1. Distribuição do local de residência dos universitários e dos cursos de graduação. Guarapuava-Paraná, 2014

Local de residência	n(%)
Guarapuava	256(52,0%)
Irati	60(12,2%)
Prudentópolis	31(6,3%)
Outros*	284(29,5%)

Cursos	n(%)
Pedagogia	93(14,7%)
Administração	65(10,3%)
Ciências Contábeis	61(9,7%)
Letras	47(7,4%)
História	37(5,9%)
Geografia	31(4,9%)
Outros **	297(47,1%)

* Almirante Tamandaré, Alto Taquari, Boa Ventura do São Roque, Campina do Simão, Campo Grande, Candói, Cantagalo, Carupá, Castro, Chopinzinho, Coronel Vivida, Curitiba, Fernandes Pinheiro, Guamiranga, Imbituva, Inácio Martins, Jaraguá do Sul, Juranda, Mallet, Mangueirinha, Manuel Ribas, Laranjeiras do Sul, Palmeira, Paranaguá, Pinhão, Pitanga, Ponta Grossa, Quedas do Iguaçu, Rebouças, Rio Azul, Rio Bonito do Iguaçu, Santa Maria d'Oeste, São João, São João do Triunfo, Saudade do Iguaçu, Teixeira Soares, Tenente Portela, Turvo e Virmond

**Agricultura, arte, ciências da computação, ciências biológicas, ciências econômicas, comunicação social, educação física, enfermagem, engenharia ambiental, engenharia de alimentos, engenharia florestal, farmácia, filosofia, física, fisioterapia, fonoaudiologia, matemática, medicina veterinária, nutrição, psicologia, química, secretariado executivo, serviço social e turismo

Tabela 2. Distribuição do número total de perfis dos universitários do primeiro e último ano de graduação segundo o gênero. Guarapuava-Paraná, 2014

Gênero	Perfis n (%)		
	Primeiro Ano (n=310)	Último Ano (n=321)	p-valor*
Masculino	115(37,1%)	136(42,4%)	0,176
Feminino	195(62,9%)	185(57,6%)	

*Teste Qui-quadrado

Tabela 3. Distribuição dos perfis sobre Alimentação, Nutrição e Bebidas alcoólicas em publicações de rede social. Guarapuava-Paraná, 2014

Tema/subtema da publicação	Perfis com publicações n (% do total de perfis)	Número Mínimo/Máximo de publicações
Imagem de alimentos	226(35,8%)	1/38
Texto informativo	83(13,1%)	1/12
Gastronomia	33(5,2%)	1/10
Dieta	4(0,6%)	1/1
Bebida alcoólica	151(23,9%)	1/54

Referências exibidas em perfis de rede social dos universitários

Tabela 4. Frequência de publicações sobre Alimentação, Nutrição e Bebidas Alcoólicas e Outros. Guarapuava-Paraná, 2014

Tema/subtema da publicação	Número de publicações n (%)
Alimentação e Nutrição	1.247 (2,6%)
Imagem de Alimentos	1.002 (2,1%)
Texto informativo	145 (0,3%)
Gastronomia	95 (0,2%)
Dieta	4 (0,008%)
Bebidas alcoólicas	706 (1,5%)
Outros	45.157 (95,8%)
Total de publicações	47.110 (100%)

Distribuição de publicações no período de 1 (um) ano sobre o tema Alimentação e Nutrição (somatório dos subtemas: imagem de alimentos, texto informativo, gastronomia e dieta), bebidas alcoólicas e outros (não relacionadas à alimentação, nutrição e bebidas)

* Total de publicações (somatório de alimentação e nutrição, bebidas alcoólicas e outros)

Tabela 5. Prevalência das publicações com referências a Bebidas Alcoólicas por universitários de acordo com o gênero (n=148). Guarapuava-Paraná, 2014

Gênero	Número de perfis (%)	p-valor*
Masculino	85 (56,3%)	0,614
Feminino	66 (43,7%)	

*Teste Qui-quadrado

Prudentópolis. Os cursos das áreas de humanas e exatas (Pedagogia, Administração, Ciências Contábeis, Letras, História e Geografia) foram os mais frequentes (Tabela 1).

A distribuição do número de universitários entre os anos de curso foi de 310 (49,1%) matriculados no primeiro ano e 321(50,9%) no último ano. Não houve diferença entre os gêneros dos alunos do primeiro e do último ano ($p=0,176$) (Tabela 2).

Também não houve diferença entre a divulgação de referências sobre alimentação e nutrição ($p=0,061$) e bebida alcoólica ($p=0,474$) entre o primeiro e o último ano de graduação.

De um total de 38,5% ($n=243$) de perfis que publicaram referências ao tema alimentação e nutrição, 35,8% publicaram imagens de alimentos, enquanto as referências sobre bebida alcoólica estavam presentes em 23,9% do total de perfis avaliados (Tabela 3).

O número total de publicações sobre imagem de alimentos ($n=1002$), texto informativo ($n=145$), gastronomia ($n=95$) e dieta (4) foi de 1.246, correspondendo a 2,6% em relação ao total de publicações no período de 1 ano. O total de publicações sobre bebidas alcoólicas foi de 706, o que corresponde a 1,5% do total de publicações e variou entre 1 a 54 publicações/perfil, conforme demonstrado na Tabela 4.

Foi observada preferência por publicações de imagens de alimentos de alta densidade energética visto que, em conjunto, as publicações sobre doces ($n=203$), salgados ($n=23$), bebidas não alcoólicas ($n=156$), bebidas gaseificadas ($n=81$), fast food ($n=13$) e carnes ($n=66$) corresponderam a 43,5% ($n=542$) do total de publicações sobre alimentação e nutrição ($n=1247$).

O total de publicações sobre saladas ($n=10$), frutas ($n=32$) e refeição ($n=126$) foram, respectivamente, 0,8%, 2,5% e 10%, correspondendo a 13,4% ($n=168$) das publicações sobre alimentação e nutrição. Em relação à arte ($n=10$), comércio ($n=46$) e brincadeiras ($n=236$), os dados obtidos foram, respectivamente, 0,8%, 3,6% e 18,9%, correspondendo a 23,4% ($n=292$) das publicações sobre alimentação e nutrição avaliadas.

No presente estudo não foi observada diferença na comparação entre os perfis que apresentavam referências à bebida alcoólica e o gênero ($p=0,614$) (Tabela 5).

Discussão

As mudanças no estilo de vida, muitas dessas relacionadas ao fato de deixar a casas dos pais, podem influenciar os hábitos alimentares dos universitários que ingressam em instituições de ensino superior¹⁷. Marccondeli et.al. observaram hábitos alimentares inadequados em universitários da área da saúde da Universidade de Brasília, com alto percentual de consumo de refrigerantes e doces e baixa ingestão do grupo dos leites e derivados, frutas e vegetais e carboidratos complexos¹².

Apesar do presente estudo não ter avaliado o consumo alimentar, as referências a alimentos de alta densidade energética foram frequentes entre os universitários avaliados. Soma-se a essa característica a prevalência de publicações sobre bebidas alcoólicas, visto que do total de indivíduos que publicaram pelo menos 1 dos temas/subtemas avaliados, 23,9% publicaram sobre bebidas alcoólicas. De forma similar, o

estudo de Moreno et al., observou 20,1% (n=68) de referências a bebidas alcoólicas nos 338 perfis de universitários avaliados¹⁸.

Segundo o trabalho de Egan et al, o número de referências a bebidas alcoólicas aumenta a cada ano, ou seja, os universitários que estavam mais perto de se formar exibem mais referências que aqueles dos primeiros anos de graduação¹⁹. De forma diversa, não foram observadas diferenças estatísticas ($p=0,474$) entre o número de postagens de referências sobre bebidas alcoólicas entre o primeiro e o último ano de graduação. Foi observado igual interesse pela divulgação de referências ao álcool entre os gêneros, indo ao encontro de estudos que relatam o crescimento do consumo de álcool por mulheres²⁰.

Avaliar apenas as publicações públicas dos universitários constituiu um fator limitante do presente estudo, visto que muitas publicações podem ser realizadas de forma privada. Por outro lado, mesmo em estudos cujos avaliadores têm acesso a dados privados dos participantes, as publicações referentes aos alimentos e bebida alcoólica muitas vezes não são compartilhadas, pois os donos dos perfis não se sentem à vontade para expor ou declarar o que fazem ou pensam sobre o tema¹⁹. Cabe destacar ainda, que estudos sobre alimentação, nutrição e ingestão de bebida alcoólica na rede social, em sua grande maioria, vêm sendo desenvolvidos a partir da avaliação de grupos formados nessa rede social com o objetivo específico de discutir, educar ou informar sobre tema alimentação e/ou nutrição^{20,21}.

De forma diversa, o presente estudo não apresentou a avaliação de comunidades que tratam da alimentação e/ou nutrição ou bebida alcoólica de forma específica, mas, avaliou a frequência do tema no contexto geral dos compartilhamentos em rede, sendo o universo de assuntos possíveis de publicação mais amplo.

A maior prevalência de publicação de imagens, dentre as possíveis formas de referenciar os alimentos e bebidas, apresentada neste estudo, também foi relatada por Merchant et al., que observou a maior frequência de interação entre universitários em "posts" que representavam imagens (80,3%)¹⁶.

Há cada vez mais evidências da eficácia da utilização de mídias sociais para o recrutamento e educação de usuários. Estudos recentes apresentaram resultados satisfatórios ao investigar o uso das redes sociais Facebook e Twitter por mulheres jovens a fim de estimular o cuidado com a saúde, e principalmente a nutrição, favorecendo a obtenção e a retenção de informações^{22,23}. Adicionalmente, uma recente meta-análise reafirmou a importância da internet para a promoção da saúde, visto que a intervenção na internet por profissionais da saúde pode conduzir à diminuição na ingestão de gorduras²⁴.

Assim, conhecer o comportamento do grupo de universitários em rede social é de fundamental importância para a elaboração de estratégias de educação em saúde.

Conclusão

Aliar o uso da tecnologia a propagação de conhecimento para promover a saúde em rede social é uma ferramenta importante na atualidade. Nesse contexto, o presente estudo relatou, pela primeira vez no Brasil, a prevalência de referências alimentares que configuram um ambiente alimentar obesogênico.

Foi observada a frequência similar de relatos na rede social sobre bebida alcoólica entre os gêneros, indo de encontro aos estudos de avaliação presencial do consumo deste tipo de bebida entre homens e mulheres. Tal situação pode refletir tanto uma maior propensão feminina ao relato em rede social quanto ao aumento do interesse por bebida. Em ambos os casos, o compartilhamento de conduta que favorece o consumo de bebida alcoólica pode levar ao reforço deste comportamento entre universitárias vinculadas por meio dessa rede social.

Contudo, mais estudos são necessários para avaliar a conduta de universitários em relação à alimentação e nutrição e o consumo de bebida alcoólica em rede social.

Referências

1. Kelly T, Yang W, Chen C-S, Reynolds K, HE J. Global burden of obesity in 2005 and projections to 2030. *Int J Obes*. 2008;32(9):1431-7.
2. Baca VF, Manuel L. Internet e medicina. *Rev Med Hered*. 2002;13(1):32-6.
3. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa nacional por amostra de domicílio. Acesso à internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. [Internet]. Rio de Janeiro: IBGE; 2013.
4. Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of facebook "friends": social capital and college student's use of online social networks site. *J Comput-Mediat Comm*. 2007; 12(4): 1143-68.
5. Hiu-Tzu GC, Edge N. "They Are Happier and Having Better Lives than I Am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychol Behav*, 2012;15(2):117-21.
6. Pedraza DF. Padrões Alimentares: da teoria à prática—o caso do Brasil. *Rev Virtual Human*. 2004; 3(9): 1-10.
7. Teo CRPA, Discursos e a construção do senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina. *Rev Saude Soc*. 2010;19(2):333-46.
8. Sawaya AL, Figueireidas A. "Abra a felicidade"? Implicações para o vício alimentar. *Estud Av*. 2013;27(78):53-70.
9. Rossi A, Moreira EAM, Rauen MS. Determinantes do comportamento alimentar: uma revisão com enfoque na família. *Rev Nutr*. 2008;21(6):739-48.
10. Kopelman PG. Obesity as a medical problem. *Nature*. 2000; 404(6778): 635-43.
11. Popkin BM, Gordon-larsen P. The nutrition transition: worldwide obesity dynamics and their determinants. *Int J Obesity*. 2004;28:S2-9.
12. Marcondelli P, Costa THM, Schmitz BAS. Nível de atividade física e hábitos alimentares de universitários do 3º ao 5º semestres da área de saúde. *Rev Nutr*. 2008;21(1):39-47.
13. World Health Organization (WHO). Physical status: the use and interpretation of anthropometry. Report of a WHO Expert Committee. WHO Technical Report Series. 1995. 854:312-44.

14. World Health Organization (WHO). WHO global infobase. Prevalence of overweight and obesity map. 2014. 298p.
15. Popkin BM Gordon-Larsen P. The nutrition transition: world-wide obesity dynamics and their determinants. *Int J Obes.* 2004;28:52-9.
16. Damião R, Castro TG, Cardoso MA, Gimeno SGA, Ferreira SRG. Dietary intakes associated with metabolic syndrome in a cohort of Japanese ancestry. *Br J Nutr.* 2006;96(3):532-8.
17. Merchant G, Weibel N, Patrick K, Fowler JH, Norman GJ, Gupta A, et al. Click "Like" to Change Your Behavior: A Mixed Methods Study of College Students' Exposure to and Engagement With Facebook Content Designed for Weight Loss. *J Med Internet Res.* 2014;16(6):e158
18. Moreno MA, D'angelo J, Kacvisky LE, Kerr B, Zhang C, Eickhoff J. Emergence and predictors of alcohol reference displays on Facebook during the first year of college. *Comput Hum Behav.* 2014; 30: 87-94.
19. Egnan QG, Moreno MA, Alcohol References on Undergraduate Males' Facebook Profiles. *Am J Mens Health.* 2011;5(5):413-20.
20. Paduani GF, Babosa GA, Morais JCR, Pereira JCP, Almeida NBC, Prado MM, et al. Consumo de álcool e fumo entre os estudantes da faculdade de medicina da Universidade Federal de Uberlândia. *Rev Bras Educ Med.* 2008; 32(1): 66-74.
21. Kachani AT, Brasiliano S, Hochgraf PB. O impacto do consumo alcoólico no ganho de peso. *Rev Psiquiatr Clin.* 2008; 35(sup1): 21-4.
22. Lohse B. Facebook is an effective strategy to recruit low-income women to online nutrition education. *J Nutr Educ Behav.* 2013; 45(1): 69-76.
23. Leonard A, Hutchesson M, Patterson A, Chalmers K, Coliins C. Recruitment and retentions of young women into nutrition research studies: practical considerations. *Trials.* 2014;15(23):1-7
24. Oemema A, Brug j, Dijkstra A, de Weerd I, de Vries H. Efficacy and use of an internet-delivered computer-tailored lifestyle intervention, targeting saturated fat intake, physical activity and smoking cessation: a randomized controlled trial. *Ann Behav. Med.* 2008; 35(2):125-35.

Endereço para correspondência:

Carla Evelyn Coimbra Nuñez
Rua Padre Francisco Gonçalves, 200 – Bairro Fábricas
São João Del Rei – MG, CEP 36301-226
Brasil

E-mail: carlaecn@yahoo.com.br

Recebido em 13 de fevereiro de 2019
Aceito em 10 de junho de 2019