

**BEM-ESTAR ALIMENTAR E PRÁTICA DE DIETAS: UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DO PÚBLICO FEMININO**

**OHANA TRAJANO BARBOSA**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA (UEPB)

**ANDRES RODRIGUEZ VELOSO**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

**RODOLFO RODRIGUES ROCHA**

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO (FECAP)

## **BEM-ESTAR ALIMENTAR E PRÁTICA DE DIETAS: UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DO PÚBLICO FEMININO**

### **Introdução**

Os alimentos não apenas contribuem para o bem-estar físico, mas é também uma fonte importante de prazer para os seres humanos (Askegaard et al., 2014). Práticas alimentares não saudáveis têm consequências negativas não apenas para o bem-estar objetivo, como a saúde física, mas também para o bem-estar subjetivo dos indivíduos. No contexto do comportamento do consumidor, existe um movimento voltado para o bem-estar dos consumidores denominado Pesquisa Transformativa do Consumidor (PTC). Esta perspectiva explora cada vez mais o conceito de bem-estar alimentar (Hémar-Nicolas & Ezan, 2019).

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Existe uma carência de estudos acadêmicos que visam a compreender como o bem-estar alimentar é desenvolvido e interpretado para os indivíduos que adotam dietas alimentares específicas. Diante desse contexto, o presente estudo tem por objetivo explorar como a prática de dietas impacta o bem-estar alimentar sob a perspectiva do público feminino.

### **Fundamentação Teórica**

O bem-estar alimentar (FWB) é definido como uma “relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos, tanto no nível individual quanto no nível social” (Block et al., 2011, p. 6). A pesquisa tem como aporte teórico dois modelos de FWB (i.e., Block et al., 2011; Bublitz et al., 2011). O primeiro aborda: socialização alimentar, literacia alimentar, marketing de alimentos, disponibilidade de alimentos e política alimentar, e o segundo contempla: fatores sociais, fatores econômicos, literacia alimentar, conhecimento emocional e características físicas e psicológicas.

### **Metodologia**

Esta pesquisa possui natureza qualitativa e, quanto aos fins, é classificada como exploratória, dada a escassez de bibliografias e estudos sistematizados na área de marketing sobre a temática (Hesse-Biber & Leavy, 2011). A coleta de dados, ocorreu por meio de entrevistas individuais semiestruturadas. Foram realizadas 16 entrevistas presenciais, totalizando 11 horas e 30 minutos de gravação. Para a análise dos dados, utilizou-se como técnica a análise de conteúdo temática, inspirada nas seis etapas propostas por Braun et al. (2015).

### **Análise dos Resultados**

Quanto às sete dimensões do FWB: (1) socialização alimentar, amigos, família e sociedade exercem níveis de influência; (2) literacia, seus três componentes foram identificados; (3) marketing alimentar, foi relacionado às vendas de produtos de baixo valor nutricional; (4) disponibilidade de alimentos, dificuldades em encontrar alimentos saudáveis; (5) políticas alimentares, dificuldades no entendimento de rotulagens; (6) conhecimento emocional, a comida é reguladora do humor; e (7) características físicas e psicológicas, esforço intencional para anular o desejo e prazer associado à comida.

### **Conclusão**

A prática de dietas conduz as pessoas a uma relação de prazer e culpa em relação ao ato de se alimentar. Ceder às tentações de determinados alimentos, quando este se esforça para manter uma alimentação saudável se mostrou frustrante para as mulheres entrevistadas. O conflito entre o hedonismo e a restrição alimentar pode levar o indivíduo a experimentar sentimentos de

ambivalência, confusão e angústia. O bem-estar alimentar pode ser atingido pelos indivíduos, quando estes estabelecerem uma relação psicológica, física, emocional, e social positiva com os alimentos.

### **Referências Bibliográficas**

Bublitz, M. G., Peracchio, L. A., Andreasen, A. R., Kees, J., Kidwell, B., Miller, E. G., ..., & Vallen, B. (2011), The quest for eating right: advancing food well-being. *Journal of Research for Consumers*, 19, 1-12. Block, L. G., Grier, S. A., Childers, T. L., Davis, B., Ebert, J. E., Kumanyika, S., ... & Pettigrew, S. (2011). From nutrients to nurturance: A conceptual introduction to food well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 5-13. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Projeto de pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Penso Editora.