

## INDIVÍDUOS NÃO CELÍACOS E O CONSUMO DE ALIMENTOS SEM GLÚTEN

G. Mantovani<sup>1</sup>, H. Theodoro<sup>2</sup>, G. Chilanti<sup>3</sup>

1 – Curso de Nutrição - Universidade de Caxias do Sul (UCS) – CEP: 95070-560 – Caxias do Sul – RS – Brasil, Telefone (54) 3218-2100 – e-mail: isamantovani@gmail.com

2 – Curso de Nutrição - Universidade de Caxias do Sul (UCS) – CEP: 95070-560 – Caxias do Sul – RS – Brasil, Telefone (54) 3218-2100 – e-mail: htheodor@ucs.br

2 – Curso de Nutrição - Universidade de Caxias do Sul (UCS) – CEP: 95070-560 – Caxias do Sul – RS – Brasil, Telefone (54) 3218-2100 – e-mail: gchilant@ucs.br

**RESUMO** – O objetivo do presente estudo foi conhecer o perfil e prospectar a motivação da compra de produtos panificados isentos de glúten por indivíduos não celíacos. O estudo tem característica transversal analítica descritiva e foi realizado com dados primários. Foram entrevistados 57 indivíduos que, nos momentos de intervenção, estavam adquirindo ou buscando produtos panificados isentos de glúten. Dentre os entrevistados, 91,2% declararam não possuir nenhuma patologia associada à necessidade de restrição do glúten na alimentação. Os motivos de compra de panificados isentos de glúten mais citados pelos consumidores foram para emagrecimento por indicação de nutricionista e para saúde e bem-estar/estilo de vida saudável baseado no que é divulgado na mídia. Como conclusão observou-se que a maior parte dos entrevistados consumiam panificados isentos de glúten não sendo portadores de patologias associadas à sua restrição, mesmo não havendo evidências científicas que esta seja uma melhor opção para a população em geral.

**ABSTRACT** – The objective of the present study was to know the profile and prospect the motivation of the purchase of gluten-free baked products by non-celiac individuals. The study has a cross-sectional descriptive characteristic and was conducted with primary data. Fifty-seven individuals were interviewed at the time they were acquiring or searching for gluten-free baked products. Among the respondents, 91.2% declared not possessing any pathology associated with the need to restrict gluten in their diet. The motives for buying gluten-free baked products more cited by consumers were for dietitian nutrition and for health and wellness / healthy lifestyle based on what is reported in the media. As a conclusion, it was noted that most of the respondents consumed gluten-free baked products without being associated with their restrictions even though there is no scientific evidence that this is a better option for the general population.

**PALAVRAS-CHAVE:** Glúten, doença celíaca, dieta, estilo de vida

**KEYWORDS:** Gluten, celiac disease, diet, life style

### 1. INTRODUÇÃO

A facilidade de comunicação do mundo moderno, principalmente com a expansão do uso da internet, faz com que a quantidade de informações divulgadas seja muito maior, porém não necessariamente estas informações sejam corretas ou fidedignas (BRASIL, 2016).

As dietas da moda, amplamente divulgadas em revistas, jornais, redes sociais, blogs, que prometem resultados garantidos e sem adequado embasamento científico, são alternativas às pessoas que buscam novas práticas alimentares sem acompanhamento profissional. Pela facilidade de acesso a estes materiais e suas promessas, públicos com diferentes objetivos, como perda de peso, hipertrofia muscular, tratamento de doenças ou mesmo melhora da saúde, são atraídos para estas práticas e muitas vezes acabam frustrados, já que os resultados não são alcançados (BRASIL, 2016).

Dentre as várias dietas da moda que atualmente são discutidas e estão atraindo cada vez mais seguidores está a dieta isenta de glúten. A mesma é recomendada como tratamento para pacientes acometidos por distúrbios relacionados ao glúten, como a doença celíaca, a alergia ao trigo e a sensibilidade não celíaca ao glúten, porém não há evidências científicas suficientes para comprovar que indivíduos saudáveis tenham benefícios com este tipo de dieta (Pantaleão et al., 2014; Vaquero et al., 2015; Ribeiro et al., 2017).

Pouco se sabe sobre os motivos pelos quais as pessoas adotam um estilo de vida sem glúten. De acordo com uma pesquisa de 2015 com mais de 1500 adultos americanos, "sem razão" (35%) foi a explicação mais comum para a seleção dos alimentos isentos de glúten, seguido de "opção mais saudável" (26%) e "saúde digestiva" (19%) (Reilly, 2016).

Diante destas considerações, conhecer o perfil e a motivação das pessoas não celíacas que estão comprando produtos isentos de glúten é essencial para entender o que o público tem buscado com este padrão alimentar alternativo.

## 2. MATERIAL E MÉTODOS

Estudo transversal analítico descritivo com dados primários, submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Caxias do Sul sob o protocolo nº 2.299.279/2017. A amostra do estudo foi composta por indivíduos que, nos momentos de intervenção, estavam adquirindo e/ou buscando alimentos do tipo panificados isentos de glúten em três panificadoras de uma mesma marca localizadas no município de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul e que aceitaram participar da pesquisa, assinando o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE).

A coleta de dados deu-se durante todo o mês de setembro de 2017 e foi realizada pela pesquisadora responsável pelo trabalho em entrevista individual, por meio de um questionário com perguntas abertas e fechadas que abordaram questões sobre gênero, idade, escolaridade, profissão, renda familiar, presença de doença celíaca e existência de diagnóstico médico; para conhecer os motivos que levaram a população amostral não celíaca a comprar panificados isentos de glúten, foi utilizado um questionário constituído por perguntas abertas. Os clientes foram abordados em horários e dias variados, permitindo acessar diferentes perfis de público.

Os dados foram digitados em uma planilha no software Excel® e posteriormente aplicado a análise bivariada por meio do software Statistical Package for the Social Science para Windows (SPSS, Chicago, Illinois, Estados Unidos), versão 20.0. Os resultados foram expressos em frequências absolutas e relativas, utilizando o teste de Qui-Quadrado de Pearson. Foram considerados estatisticamente significativos valores com  $p < 0,05$ .

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram abordados 62 indivíduos, destes cinco não aceitaram participar da pesquisa. Assim sendo, um total de 57 indivíduos consumidores de panificados isentos de glúten foram entrevistados e incluídos no presente estudo. A faixa de idade prevalente entre os consumidores participantes foi de 26 a 35 anos (26,3%), seguido por 36 a 45 anos (22,8%) e 46 a 55 anos (21,1%). Indivíduos com mais de 56 anos de idade representaram 19,3% da amostra, sendo a idade máxima de 80 anos.

A maior parte da amostra foi composta por indivíduos do sexo feminino (78,9%), este dado pode ser explicado pela maior preocupação da mulher com a sua saúde, visto que elas procuram mais pelos serviços de saúde (Pimentel et al., 2011; Souza et al., 2011). Além disso, o público feminino é o maior consumidor de mídia que envolve padrões de estética corporal e de alimentação, vinculado em revistas, televisão e internet com a exposição de figuras de corpos magros e orientações sobre saúde. Ao veicularem matérias sobre alimentação, saúde e estética, entre outras, os meios de comunicação podem determinar comportamentos, oferecendo-lhes novas receitas de estilo de vida que acabam compondo o seu dia-a-dia (Alvarenga et al., 2010; Teo, 2010). Tanto que, para 42,1% dos indivíduos entrevistados no presente estudo, a compra de alimentos sem glúten é influenciada pelo que é divulgado na mídia, seja para saúde e bem estar/estilo de vida saudável ou para emagrecimento (Tabela 1).

Tabela 1 – Relação de participantes portadores de desordens associadas ao glúten, motivos de compra de panificados isentos de glúten. Caxias do Sul (RS), Brasil, 2017.

Variável	n	%
<b>Patologia associada ao Glúten</b>		
<b>Sim</b>	5	8,8
<b>Não</b>	52	91,2
<b>Patologia (n =5)</b>		
<b>Doença celíaca</b>	1	1,8
<b>Sensibilidade Não Celíaca ao Glúten</b>	3	5,3
<b>Alergia ao Trigo</b>	1	1,8
<b>Diagnóstico Médico</b>		
<b>Sim</b>	4	7,0
<b>Não</b>	1	1,8
<b>Por que Compra Panificados Sem Glúten?</b>		
<b>Para saúde e bem estar/estilo de vida saudável baseado no que é divulgado na mídia</b>	14	24,6
<b>Para emagrecimento por indicação de nutricionista</b>	15	26,3
<b>Para emagrecimento por indicação médica</b>	2	3,5
<b>Para emagrecimento, baseado no que é divulgado na mídia</b>	10	17,5
<b>Familiar com patologia associada ao glúten e acaba consumindo também</b>	5	8,8
<b>Para experimentar</b>	5	8,8
<b>Porque gosta (não está preocupado com saudabilidade/emagrecimento)</b>	1	1,8
<b>Não relatado</b>	5	8,8

Conforme apresentado na Tabela 1, 52 dos 57 indivíduos consumidores de panificados isentos de glúten participantes declararam não possuir nenhuma patologia associada à necessidade de restrição do glúten na alimentação (91,2%), e, apenas cinco dos entrevistados declararam possuir alguma patologia associada ao glúten (8,8%). Destes, três declararam sensibilidade não celíaca ao glúten, um disse possuir alergia ao trigo e, apenas um referiu doença celíaca. Quatro destes cinco indivíduos possuíam diagnóstico médico da patologia.

Em uma análise do National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES), a maioria das pessoas que aderiram a uma dieta sem glúten não tinham um diagnóstico de doença celíaca, assim como encontrado no presente estudo, onde 91,2% dos consumidores não apresentavam patologia associada ao glúten. Além disso, a adoção de uma dieta sem glúten por pessoas sem doença celíaca aumentou mais de três vezes de 2009-10 até 2013-14, sendo que quase 30% dos adultos nos Estados Unidos relataram que estavam tentando minimizar ou evitar o consumo de glúten (Lebwohl, 2017).

Perguntados sobre o porquê compram panificados isentos de glúten, os três motivos mais citados pelos consumidores foram para emagrecimento por indicação de nutricionista (26,3%), para saúde e bem estar/estilo de vida saudável baseado no que é divulgado na mídia (24,6%) e para emagrecimento, baseado no que é divulgado na mídia (17,5%), sendo que a maioria consome estes alimentos há um período de tempo entre 1 e 6 meses (29,8%) (Tabela 1).

A adesão à dieta sem glúten vem ganhando popularidade nos últimos anos, com o crescimento da divulgação pela mídia e por celebridades sobre os possíveis benefícios para a saúde, incluindo a perda de peso (Gaesser e Angadi, 2012). As pessoas que não têm doença celíaca estão conduzindo o maior crescimento do mercado, com 82% dos consumidores escolhendo produtos sem glúten por razões diferentes de serem diagnosticadas com doença associada ao glúten (Gaillard, 2016). Contribui também para o aumento do consumo destes alimentos a diversidade de opções disponíveis e melhor palatabilidade dos produtos (Rostami et al., 2017).

De acordo com pesquisa, quase 38% daqueles que escolhem alimentos sem glúten citam melhora da saúde como motivo da compra (Gaillard, 2016). Dados encontrados no presente estudo mostram que as principais motivações de compra para os alimentos sem glúten são para saúde e bem estar/estilo de vida saudável ou para emagrecimento por indicação de nutricionista, corroborando o que foi discutido por outros autores. Os motivos que levam os consumidores a comprar produtos sem glúten em outros estudos é a percepção de que os alimentos sem glúten são mais saudáveis de que seus similares que contêm glúten (Gaesser e Angadi, 2012) ou que o glúten traz efeitos adversos para a saúde (Gaillard, 2016; Lebwohl, 2017). Alguns indivíduos consideram que a dieta sem glúten é uma dieta equilibrada e saudável, especialmente se forem consumidos cereais integrais sem glúten, enquanto outros acham útil para controle de peso devido à sua natureza restritiva (Rostami, 2017). Há a opção de grãos integrais sem glúten para incluir na dieta como arroz integral, quinoa, amaranto e aveia certificada sem glúten, além de amidos naturalmente livres de glúten que compõem a dieta com nutrientes importantes, incluindo batatas doces, abóbora, feijão e lentilhas (Gaillard, 2016).

Independentemente das razões para excluir o glúten da dieta, há importantes considerações nutricionais a serem examinadas ao seguir este plano. A composição nutricional de alimentos processados sem glúten pode incluir altos níveis de gordura, açúcar e sódio, e deficiência em grãos integrais e fibras, fatores associados ao aumento do índice de massa corporal e algumas patologias (Gaesser e Angadi, 2012; Rostami et al., 2017; Cross, 2013). Além disso, uma dieta sem glúten não significa necessariamente diminuição calórica, já que produtos sem glúten podem ter maior valor energético do que os alimentos correspondentes contendo glúten (Gaesser e Angadi, 2012).

## 4. CONCLUSÃO

A partir dos dados encontrados no presente estudo, percebe-se que a maior parte dos consumidores de panificados isentos de glúten não possuem patologia associada a restrição de glúten. Além disso, mesmo com a percepção de benefícios com a restrição de consumo, poucos estudos foram encontrados sobre a relação de uma dieta isenta de glúten em indivíduos saudáveis. Percebe-se a necessidade de desenvolvimento de ações de educação nutricional para esclarecimento da população quanto a dieta isenta de glúten e suas recomendações, bem como estratégias cientificamente comprovadas para emagrecimento, saúde e longevidade. O presente estudo apresentou limitação





quanto ao local de amostragem. A pesquisa foi realizada apenas em estabelecimentos de uma mesma marca, podendo obter resultados diferentes se realizada em diferentes tipos de estabelecimento.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarenga, M. S., Dunker, K. L. L., Philippi, S. T., & Scagliusi, F. B. (2010). Influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 9(2), 111-8.
- Brasil. Ministério da Saúde. (2016). Universidade Federal de Minas Gerais. Desmistificando dúvidas sobre alimentação e nutrição: material de apoio para profissionais de saúde. Brasília, DF.
- Cross, C. (2013). Gluten-free industry is healthy, but is the *food*. *Canadian Medical Association Journal*, 185(13), E610.
- Gaesser, G. A., & Angadi, S. S. (2012). Gluten-free diet: imprudent dietary advice for the general population? *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 112(9), 1330-3.
- Gaillard, L. A. (2016). Navigating gluten-related health disorders and nutritional considerations of gluten-free diets. *North Carolina Medical Journal*, 77(3), 180-2.
- Lebwohl, B., Cao, Y., Zong, G., Hu, F.B., Green, P. H. R., Neugut, A. I., Rimm, E. B. Sampson, L., Dougherty, L. W., Giovannucci, E., Willett, W. C., Sun, Q., & Chan, A. T. (2017). Long term gluten consumption in adults without celiac disease and risk of coronary heart disease: prospective cohort study. *BMJ Journals*. 357:1892.
- Pantaleão, L. C., Amancio, O. M. S., & Rogero, M. M. (2014). *Declaração de Posicionamento da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição sobre Dieta sem Glúten*. São Paulo: Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição.
- Pimentel, I. R. S, Coelho, B. C., Lima, J.C., Ribeiro, F.G., Sampaio, F. P. C., Pinheiro, R. P., & Filho, F. S. R. (2011). Caracterização da demanda em uma Unidade de Saúde da Família. *Revista Brasileira de Medicina de Família e Comunidade*. 6(20), 175-81.
- Reilly, N. R. (2016). The gluten-free diet: recognizing fact, fiction, and fad. *The Journal of Pediatrics*, 175, 206-10.
- Ribeiro, P. V. M., Santos, A. P, Andreoli, C. S., Ribeiro, S. M. R., Jorge, M. P., Moreira A. V. B. (2017). Nutritional status variation and intestinal and extra intestinal symptomatology in patients with celiac disease and non-celiac gluten sensitivity given specialized dietary advice. *Revista de Nutrição*, 30(1), 57-67.
- Rostami, K., Bold, J., Parr, A., & Johnson, M. W. (2017). Gluten-free diet indications, safety, quality, labels, and challenges. *Nutrients*, 9(8), 846.
- Sousa, L. M., Maranhão, L. C., Oliveira, K. M., Figueredo, L. S., Rodrigues, D. M., & Pires, C. A. A. (2011). Perfil dos usuários atendidos em uma Unidade Básica de Saúde em Ananindeua (Pará-Brasil). *Revista Ciência & Saúde*, 4(2), 50-8.
- Teo, C. R. P. A. (2010) Discursos e a construção do senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina. *Saúde e Sociedade*, 19(2), 333-46.
- Vaquero, L., Alvarez-Cuenllas, B., Rodríguez-Martín, L., Aparicio, M., Jorquera, F., Olcoz, J. L., & Vivas, S. (2015). Revisión de las patologías relacionadas con la ingesta de gluten. *Nutrición Hospitalaria*, 31(6), 2359-71.