



PBPC
ISSN 2674-9432



Qualis A3
CAPES 2021-2024



DOI - Crossref

Latindex

Indexado no
Google Acadêmico

REDES SOCIAIS E O IMPACTO NAS ESCOLHAS ALIMENTARES DOS JOVENS

Wellington Danilo Soares, Ana Cecília Hoed Coelho, Luciana Mendes Oliveira, Saulo Daniel Mendes Cunha, Walter Luiz de Moura, Daniel Antunes Freitas, Alexandre Alves Caribé da Cunha, Vivianne Margareth Chaves Pereira Reis, Camila Ribeiro Ferreira, Larissa Betania Lacerda Araújo de Carvalho, Fernanda Mendes Oliveira Figueiredo.



<https://doi.org/10.36557/2674-9432.2026v5n1p1078-1091>

Artigo recebido em 3 de Dezembro e publicado em 3 de Fevereiro de 2026

ARTIGO DE REVISÃO

RESUMO

O objetivo desse trabalho é investigar como os conteúdos das redes sociais impactam o comportamento alimentar dos jovens de 18 a 30 anos na cidade de Montes claros – MG. Tratou-se de uma pesquisa de cunho descritivo, quantitativo e transversal. Foram analisadas as variáveis: sexo, estado civil, escolaridade, mídia social mais utilizada, frequência que os usuários utilizam as redes sociais. Participaram do estudo 51 jovens de 18 a 30 anos (média de $24,9 \pm 3,5$ anos), com IMC médio dentro da faixa de eutrofia ($24,8 \pm 4,7$). Majoritariamente composta por mulheres (68,6%), solteiras (80,4%) e com ensino superior incompleto (41,2%). O Instagram foi a rede social mais utilizada (70,6%), seguido pelo TikTok (19,6%) e YouTube (9,8%). A maioria relatou usar redes sociais por mais de 4 horas diárias (47,1%), enquanto 41,2% afirmaram utilizá-las entre 2 e 4 horas por dia. Foi possível concluir que a predominância de jovens mulheres, solteiras e com nível de escolaridade superior incompleto, fortemente conectadas às redes sociais, especialmente ao Instagram, com alta frequência de uso diário. Esses achados reforçam o papel central das mídias digitais no cotidiano dos jovens e sua potencial influência sobre os comportamentos alimentares, evidenciando a necessidade de ações educativas que promovam o uso consciente dessas plataformas para a disseminação de informações nutricionais confiáveis.

Palavras-chave: Nutrição. Redes sociais. Comportamento alimentar.

ABSTRACT

The objective of this study is to investigate how social media content impacts the eating behavior of young people aged 18 to 30 in the city of Montes Claros – MG. This was a descriptive, quantitative, and cross-sectional study. The following variables were analyzed: sex, marital status, education level, most used social media platform, and frequency of social media use. Fifty-one young people aged 18 to 30 years (mean age 24.9 ± 3.5 years) participated in the study, with a mean BMI within the eutrophic range (24.8 ± 4.7). The majority were women (68.6%), single (80.4%), and had incomplete higher education (41.2%). Instagram was the most used social network (70.6%), followed by TikTok (19.6%) and YouTube (9.8%). Most reported using social media for more than 4 hours daily (47.1%), while 41.2% stated they used it between 2 and 4 hours per day. It was concluded that the predominance of young, single women with incomplete higher education, strongly connected to social media, especially Instagram, with a high frequency of daily use, reinforces the central role of digital media in the daily lives of young people and its potential influence on eating behaviors, highlighting the need for educational actions that promote the conscious use of these platforms for the dissemination of reliable nutritional information.

Keywords: Nutrition. Social media. Eating behavior.

Instituição afiliada – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes)

Autor correspondente: *Luciana Mendes Oliveira*

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



1 INTRODUÇÃO

Mais do que nunca, o futuro do consumo de informações sobre a saúde e nutrição está evoluindo com a fronteira tecnológica e mídias sociais carregadas. Para jovens de 18 a 30 anos, cada vez mais são o Instagram, TikTok ou YouTube os habituais fornecedores de conteúdo sobre nutrição, dietas, perda de peso e vida saudável. No entanto, essas informações nem sempre são confiáveis ou geradas por especialistas, causando a apropriação de práticas pouco saudáveis ou inadequadas para saúde, fomentando o crescimento da insatisfação corporal. Assim, publicitado nas redes sociais, a busca por um corpo ideal feitas pelos usuários, modificando hábitos ou crenças nutricionais que muitas vezes se desviam das recomendações baseadas em evidências (Gonçalves, 2022).

Na mesma linha, as redes sociais também podem servir como veículo para ferramentas de encorajamento positivo para a nutrição publicadas por especialistas na área, o que torna o trabalho de um profissional algo mais difícil, devido a proliferação de milagres relatados nas redes sociais que não estão preparadas para isso. Hoje os meios de comunicação são conhecidos por espalharem informações rapidamente em todas as descrições do mundo, e essa facilidade tem grande influência e pode manipular e controlar a sociedade, inclusive para o entretenimento, que proporciona conforto e praticidade (Fabre; Santos; Ibiapina, 2025).

A faixa etária de 18 a 30 anos, tem sido a mais conectada digitalmente e grandes consumidores de conteúdo digital. Este grupo etário constitui um período de transição crucial, quando hábitos e comportamentos, incluindo aqueles relacionados a nutrição, são consolidados. Nesse sentido, as mídias sociais contribuem amplamente para causar impactos diretos nos hábitos alimentares, estilo de consumo e até mesmo ideais de beleza e saúde. Muitos usuários por exemplo, seguem conselhos de influenciadores digitais que postam dietas, padrões alimentares e receitas de exercícios, e acabam adotando essas práticas sem o acompanhamento de um profissional (Freeman; Caldwell; Scott, 2023).

Com o grande acesso das plataformas sociais, se torna possível identificar uma propagação de informações e conteúdos nutricionais divulgadas de forma irresponsável, sendo feitas por pessoas que postam o seu dia a dia que muitas das vezes é inviável para



a maioria dos jovens que trabalham, estudam e tentam se encaixar numa rotina saudável, mas que se sentem mal e culpadas pela comparação com pessoas que divulgam uma vida perfeita quando se trata de alimentação e exercícios físicos, rotina esta que se torna difícil de ser seguida pelos jovens, podendo causar danos psicológicos, transtornos alimentares e culpa em quem os vê (Gonçalves, 2022).

As redes sociais têm desempenhado um papel cada vez mais relevante na promoção da saúde, tanto em nível individual quanto coletivo. Profissionais da área da saúde, ao utilizarem essas plataformas, exercem grande influência sobre seus seguidores, podendo contribuir para a disseminação de práticas e comportamentos saudáveis. No entanto, essa atuação requer responsabilidade ética, considerando que a informação compartilhada deve estar alinhada com evidências científicas e os princípios estabelecidos pelos respectivos códigos de ética profissional. Nesse contexto, as redes sociais funcionam não apenas como ferramentas de comunicação, mas também como instrumentos de educação em saúde e construção de vínculos com a população (Frias, 2021).

Diante deste cenário, o presente estudo objetivou investigar como os conteúdos das redes sociais impactam o comportamento alimentar em jovens de 18 a 30 anos de idade na cidade de Montes Claros – MG

Essa pesquisa se torna relevante e necessária pela possibilidade de avaliar como as redes sociais tem afetado jovens no que tange as suas escolhas nutricionais, além de contribuir para o incentivo do consumo consciente do conteúdo da internet, visando consciencializar e discernir o que é ou não um consumo consciente visando a saúde e bem estar acima de todo conteúdo amplamente encontrado nas redes sociais, demonstrando o que é um conteúdo bom e profissional daqueles que são um apelo para dietas radicais que fazem mal a saúde.

2 METODOLOGIA

Este estudo foi aprovado pelo comitê de ética das Faculdades Unidas do Norte de Minas – Funorte sob o parecer nº: 7.819.686/2025 e CAAE: 89618925.0.0000.5141. Trata de uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa e transversal.

A amostra foi constituída de 120 pessoas, com idade igual entre 18 a 30 anos,

ambos os sexos, selecionados de forma intencional. Todos usuários de redes sociais na cidade de Montes Claros – MG. Foram incluídos todos que aceitaram participar de forma voluntária da pesquisa e que confirmaram ser usuário frequente de rede social. E excluídos aqueles que não aceitaram assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE e/ou não devolveram o questionário dentro do prazo estipulado pela equipe de pesquisa.

O recrutamento do grupo amostral foi feito através da técnica bola-de-neve (snowball technique), no qual se identifica o primeiro voluntário, após a avaliação deste, o mesmo indica outro, e assim sucessivamente

O contato foi feito por redes sociais e após explanação sobre os objetivos, justificativa e metodologia do estudo, com espaço para os possíveis participantes sanarem possíveis dúvidas, aqueles que aceitaram participar de forma voluntária receberam o questionário e o TCLE via link através do Google Formulário, para as redes sociais dos mesmos. Sendo que a coleta ocorreu entre os meses de setembro a outubro de 2025, pelos próprios pesquisadores.

Todos os dados coletados foram planilhados no programa estatístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versão 29.0 para Windows, sendo realizada uma análise descritiva com valores de mínimo, máximo, média, desvio padrão, frequência real e absoluta.

O presente estudo respeitou todos os princípios éticos aplicáveis à pesquisa envolvendo seres humanos, conforme estabelecido pelas Resoluções nº:466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde (Brasil, 2013). Este estudo foi aprovado pelo comitê de ética das Faculdades Unidas do Norte de Minas – Funorte sob o parecer nº: 7.819.686/2025 e CAAE: 89618925.0.0000.5141.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Participaram da pesquisa 51 pessoas de 18 a 30 anos ($24,9 \pm 3,5$ anos), e com o IMC médio de eutrofia ($24,8 \pm 4,7$).

Tabela 1 – Caracteriza o grupo amostral em frequência real e absoluta (n = 51).

VARIÁVEL	OPÇÕES	N - %
----------	--------	-------

Sexo	Feminino	35 – 68,6
	Masculino	16 – 31,4
Estado civil	Solteiro	41 – 80,4
	Casado	8 – 15,7
	Divorciado	2 – 3,9
	Viúvo	0 – 0
Escolaridade	Ensino médio	10 – 19,6
	Superior incompleto	21 – 41,2
	Superior completo	16 – 31,4
	Especialização	2 – 3,9
	Mestrado	2 -3,9
	Doutorado	0 – 0
Mídia social mais utilizada	Youtube	5 – 9,8
	Tiktok	10 – 19,6
	Instagram	36 – 70,6
	Outros	0 – 0
Com que frequência você utiliza as redes sociais por dia (Instagram, TikTok, YouTube)?	Menos de 1 hora	2 – 3,9
	Entre 1 a 2 Horas	4 – 7,8
	Entre 2 e 4 horas	21 – 41,2
	Mais de 4 Horas	24 – 47,1

Fonte: próprios pesquisadores (2025).

De acordo a tabela 1 maioria dos pesquisados foram do sexo feminino, solteiras, com ensino superior incompleto. A rede social mais utilizada foi o Instagram, com frequência de uso mais de 4 horas diárias.

Tabela 2 – Influência e impacto nas escolhas alimentares (n = 51).

VARIÁVEL	OPÇÕES	N - %
Você acompanha algum tipo de conteúdo sobre alimentação através das redes sociais?	Sim	40 – 78,4
	Não	1 – 2,0
	Às Vezes	8 – 15,7
	Raramente	2 – 3,9



Já comprou algum produto como dietas prontas ou pílulas emagrecedoras divulgadas por marcas, influenciadores?	Sim	15 – 29,4
	Não	36 – 70,6
Você segue algum profissional da saúde em suas redes sociais?	Sim	47 – 92,2
	Não	4 – 7,8
Você já se sentiu mal por se comparar com os hábitos alimentares dos influenciadores que trabalham com essa área?	Sim	25 – 49
	Não	8 – 15,7
	Talvez	18 – 35,3
Você acredita que as redes sociais são um veículo de informações relevantes com relação a indicações alimentares?	Concordo totalmente	28- 54,9
	Concordo parcialmente	20 – 39,2
	Discordo totalmente	
	Discordo parcialmente	3- 5,9
Você acredita que as redes sociais incentivam hábitos alimentares mais saudáveis ou não saudáveis?	Mais Habitoss saudáveis	11 – 21,6
	Mais Habitoss NÃO saudáveis	5 – 9,8
	Ambos	34- 66,7
	Nenhum	1 – 2,0
Na sua opinião o quanto as redes sociais influenciam as escolhas alimentares dos jovens?	Pouco	2 -3,9
	Moderadamente	11 – 21,6
	Muito	35 – 68,6
	Totalmente	3 – 5,9
Você costuma verificar se as informações sobre alimentos\dietas postadas por influenciadores tem embasamento científico ou profissional?	Sim	12 – 23,5
	As vezes	18 – 35,3
	Raramente	13 – 25,5
Você acredita que as redes sociais podem gerar transtornos alimentares?	Nunca	8 – 15,7
	Sim	47 – 92,2
	Talvez	4 – 7,8

Fonte: próprios pesquisadores (2025).

Conforme dados apresentados na tabela 2, foi possível verificar que a maioria dos avaliados acompanham algum tipo de conteúdo sobre alimentação através das

redes sociais, não consomem produtos como dietas prontas, pilulas emagrecedoras divulgadas por marcas ou influenciadores, seguem profissionais da área da saúde em suas redes sociais, se sentem mal por se comparar com os hábitos alimentares dos influenciadores que trabalham com essa área.

Fato digno de nota, foi identificar que os investigados acreditam que as redes sociais são um veículo de informações relevantes com relação a indicações alimentares, acreditam que as redes sociais podem incentivar tanto hábitos mais saudáveis quanto não saudáveis, na opinião do público as redes sociais podem influenciar muito as escolhas alimentares dos jovens, às vezes verificam se as informações sobre alimentos/dietas postadas por influenciadores tem embasamento científico ou profissional e acreditam que as redes sociais podem gerar transtornos alimentares.

4 DISCUSSÃO

Este estudo teve como foco principal investigar como os conteúdos das redes sociais impactam o comportamento alimentar de jovens entre 18 e 30 anos na cidade de Montes Claros – MG.

Os resultados demonstraram que a maioria dos participantes era do sexo feminino, solteira, com ensino superior incompleto e usuária frequente do Instagram, com tempo médio de uso superior a quatro horas diárias. Esses achados corroboram pesquisas que apontam as mulheres jovens como o público mais exposto e influenciado por conteúdos digitais relacionados à estética corporal e alimentação (Fabre; Santos; Ibiapina, 2025).

De modo semelhante, Gonçalves (2022) em estudo com adolescentes do litoral paulista, observou que o público feminino apresentou maior tendência à comparação corporal e adoção de dietas restritivas inspiradas em influenciadores digitais. A autora destaca que a exposição contínua a imagens idealizadas nas redes pode gerar insatisfação corporal, culpa e comportamentos alimentares inadequados. Essa percepção também se manifestou no presente estudo, visto que quase metade dos participantes (49%) relatou sentir-se mal ao comparar seus hábitos alimentares aos dos influenciadores.

Outro aspecto relevante foi o alto percentual de jovens que acompanham conteúdos sobre alimentação nas redes sociais (78,4%) e que acreditam que essas

plataformas influenciam fortemente suas escolhas alimentares (68,6%). Esse dado é consistente com o observado por Freeman et al. (2022), que analisaram o impacto das mídias digitais sobre a nutrição em países da América Latina e concluíram que as redes sociais funcionam como importantes mediadoras de comportamentos alimentares, tanto de forma positiva quanto negativa. Segundo os autores, a presença de informações sem embasamento científico contribui para a disseminação de mitos nutricionais e práticas alimentares extremas.

No entanto, a pesquisa também revelou que a maioria dos jovens (92,2%) segue profissionais da área da saúde, o que pode indicar uma busca por conteúdos mais confiáveis e uma tentativa de equilíbrio entre informação técnica e tendências populares. Frias⁴ destaca que as redes sociais podem ser instrumentos valiosos na promoção da saúde quando utilizadas de forma ética e baseada em evidências. Esses autores observaram que profissionais de saúde que utilizam linguagem acessível e estratégias visuais conseguem aumentar o engajamento e promover a educação nutricional de forma eficaz. Assim, o seguimento de profissionais nas redes, identificado neste estudo, pode representar um fator protetor frente à desinformação.

Ainda assim, verificou-se que apenas 23,5% dos participantes afirmaram verificar sempre o embasamento científico das postagens, enquanto 35,3% o fazem apenas às vezes. Isso sugere que, mesmo quando há interesse em conteúdo de saúde, grande parte dos jovens ainda consome informações de forma acrítica, o que pode aumentar o risco de adotar práticas inadequadas. Fabre; Santos; Ibiapina (2025) também relataram esse comportamento em uma amostra de jovens adultos em Goiás, reforçando que o consumo passivo de conteúdo nutricional pode levar a distorções cognitivas sobre alimentação saudável.

A percepção dos participantes sobre o papel das redes sociais como veículos de informação também merece destaque. Mais da metade (54,9%) concordou totalmente que as redes fornecem informações relevantes sobre alimentação, mas 66,7% reconheceram que esses espaços incentivam tanto hábitos saudáveis quanto não saudáveis. Essa dualidade reflete o caráter ambíguo das mídias sociais: enquanto podem difundir conhecimento sobre nutrição e incentivar práticas benéficas, também promovem padrões inatingíveis e dietas milagrosas. Estudos realizados por Araújo; Santos (2024) reforçam essa ambiguidade, evidenciando que as redes funcionam

simultaneamente como ferramentas educativas e como meios de propagação de comportamentos alimentares de risco.

No contexto de Montes Claros, cidade de médio porte com forte penetração digital entre os jovens, o tempo de exposição diária às redes (superior a quatro horas para quase metade dos participantes) indica um padrão de uso elevado, semelhante ao reportado em estudos urbanos brasileiros. Um levantamento de Ribeiro; Lopes; Martins (2022), revelou que jovens com tempo médio de tela superior a três horas por dia apresentaram maior propensão a modificar seus hábitos alimentares em função de conteúdos vistos nas redes, especialmente aqueles associados a influenciadores fitness. Isso reforça que a intensidade de uso está diretamente relacionada ao impacto sobre as escolhas alimentares.

Além disso, 92,2% dos jovens participantes acreditam que as redes sociais podem gerar transtornos alimentares. Tal percepção é coerente com o exposto por Gonçalves (2022) e Fabre; Santos; Ibiapina (2025), que identificaram associação entre exposição a padrões corporais idealizados e o aumento de sintomas de ansiedade, compulsão alimentar e insatisfação com o corpo. Essa consciência, no entanto, não necessariamente reduz o impacto dessas plataformas, já que o comportamento de comparação social e a busca pela aprovação digital permanecem enraizados na dinâmica cotidiana dos usuários jovens.

De maneira geral, os achados deste estudo reforçam a necessidade de estratégias de educação digital e nutricional que capacitem os jovens a exercerem um olhar crítico sobre o conteúdo que consomem. Profissionais de nutrição e saúde devem ocupar esses espaços virtuais de forma mais ativa, combatendo a desinformação e promovendo conteúdos embasados cientificamente. A integração entre mídias sociais e educação alimentar pode ser uma ferramenta poderosa de promoção da saúde, desde que associada a responsabilidade ética e senso crítico dos usuários.

Nosso estudo apresenta limitação inerente as pesquisas de cunho transversal, pela impossibilidade de estabelecer uma relação denexo causal.

5 CONCLUSÃO

Os resultados nos permitem depreender que as redes sociais exercem influência



significativa sobre as escolhas alimentares dessa população, principalmente entre o público feminino, solteiro e com ensino superior incompleto. Observou-se que o Instagram é a plataforma mais utilizada e que a maioria dos participantes permanece conectada por mais de quatro horas diárias, demonstrando alto grau de exposição a conteúdos digitais relacionados à alimentação, estética e estilo de vida.

A pesquisa revelou que, embora grande parte dos jovens siga profissionais da área da saúde, muitos ainda consomem informações sem verificar sua credibilidade, o que pode favorecer a adoção de práticas inadequadas e distorções no comportamento alimentar. Além disso, a comparação constante com influenciadores digitais mostrou-se um fator de impacto emocional relevante, podendo contribuir para a insatisfação corporal e o surgimento de transtornos alimentares.

Em contrapartida, as redes sociais também se mostraram um espaço de potencial positivo, capaz de disseminar conteúdos educativos e incentivar hábitos saudáveis quando bem direcionadas por profissionais qualificados e com embasamento científico. Dessa forma, torna-se essencial promover a educação digital e nutricional entre os jovens, a fim de desenvolver senso crítico diante das informações que circulam nessas plataformas.

Por fim, as redes sociais mostraram representar um veículo determinante comportamental para os jovens, atuando tanto como ferramenta de promoção da saúde quanto como fator de risco para práticas alimentares inadequadas. Recomenda-se que novas pesquisas sejam realizadas em diferentes regiões e faixas etárias, com amostras mais amplas e abordagem qualitativa, para aprofundar a compreensão sobre os efeitos psicossociais e nutricionais do uso das mídias sociais na formação dos hábitos alimentares.

Recomenda-se novas produções científicas a respeito dessa importante temática, inclusive com desenho experimental que possibilitem a relação de causa e efeito deste fenômeno.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, A.S.; SANTOS, V. A. **Conectividade e saúde**: navegando pelos desafios das doenças digitais. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Informática para Negócios) - Faculdade de Tecnologia de Mauá, Mauá-SP, 2024. [Internet]. Disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/27118>. Acesso em: 22 dez 2025.

CARVALHO, A.K.S.; et al. **Além dos cliques**: análise da influência digital na decisão de compra da geração Z. Boletim de Conjuntura (BOCA), v.21, n.63, p.353-377, 2025. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15313286>.

FABRE, H.J.; SANTOS, L.A.V.; IBIAPINA, I.R.P. **A influência dos influenciadores digitais nas decisões de compra dos consumidores**. Rev. Acad. Lusofonia, v.2, n.9, p.1-19, 2025. DOI: 10.69807/2966-0785.2025.176.

FREEMAN, J.L.; CALDWELL, P.H.Y.; SCOTT, K.M. **Como os adolescentes confiam nas informações de saúde nas mídias sociais**: uma revisão sistemática. Acad Pediatr, v.23, n.4, p.703-719, 2023. DOI: 10.1016/j.acap.2022.12.011.

FRIAS, A. **A Enfermagem a partir de uma visão crítica**: Excelência das práticas de cuidados. Vol4. Ponta Grossa - Paraná: Atena Editora, 2021. DOI: 10.22533/at.ed.587211609.

GONÇALVES, L.R. **A influência de redes sociais no comportamento alimentar e auto-imagem de adolescentes**. 2022. 64 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Psicologia) - Instituto de Saúde e Sociedade, Universidade Federal de São Paulo, Santos, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unifesp.br/items/92dcd13f-c53e-48d0-b680-ff156270f616>. Acesso em: 22 dez 2025.

GUIMARÃES, T.; CORDEIRO, R.I. **O Instagram sob o viés da desinformação**: as hashtags e o compartilhamento de informações na área de Nutrição. Em Questão, v.30, p. e-138528, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.30.138528>.

MELO, L.C.N.; et al. **Redes sociais virtuais e tecnologias em saúde no cotidiano de usuários e famílias**: cuidado e promoção da saúde. Ciência & Saúde Coletiva, v.28, n. 8, p.2193-2202, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1413-81232023288.05252023>.

RIBEIRO, D.S.; LOPES, G.A.; MARTINS, P.H. **Influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescents**. Braz. J. Dev, v.8, n.6, p.43489-43502, 2022. DOI:10.34117/bjdv8n6-065.

SILVA, B.G.F.; MELO, A.G. **Uso da tecnologia de informação e comunicação na promoção em saúde com ênfase em redes sociais**. Research, Society and Development, v. 13, n. 9, p. e0613946699-e0613946699, 2024. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v13i9.46699>.



SIMPLICIO, A.T.M.; *et al.* **A percepção da autoimagem feminina e saúde mental sob influência das mídias digitais.** Diálogos interdisciplinares, 2025. Disponível em:

https://blog.fametro.edu.br/wp-content/uploads/2025/08/Dialogos_Interdisciplinares_Vol3_e-book-pronto-1.pdf#page=57.

PRUDENCIO, D.S.; FERREIRA, A.L.F. **Promoção educação em saúde em redes sociais: o caso de duas clínicas da família situadas na zona oeste do Rio de Janeiro.** Asklepion: Informação em Saúde, v.3, n.2, p.1-19, 2024. DOI:

<https://doi.org/10.21728/asklepion.2024v3n2e-99>.

VIEIRA, A.M.B.L.; *et al.* **Impacto das mídias sociais no comportamento alimentar de estudantes do curso de Nutrição.** ARACÊ, v.7, n.5, p.28498-28523, 2025. DOI:

<https://doi.org/10.56238/arev7n5-434>.

VIEIRA, M.; *et al.* **Educação alimentar e nutricional no âmbito escolar como ferramenta de promoção de saúde: revisão integrativa.** Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences, v.7, n.6, p.1395-1407, 2025. DOI:

<https://doi.org/10.36557/2674-8169.2025v7n6p1395-1407>.