

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC DE CIDADE TIRADENTES
Técnico em nutrição e dietética

Ana Luiza Fernandes
Lizandra Marques
Maria Rosecleide Santos Alves
Rafaella Maria Ferreira dos Santos
Rickelme Lohan Lima Souza
Steffany de Jesus Mathias

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ALIMENTAÇÃO DE
ADOLESCENTES

São Paulo
2025

Ana Luiza Fernandes
Lizandra Marques
Maria Rosecleide Santos Alves
Rafaella Maria Ferreira dos Santos
Rickelme Lohan Lima Souza
Steffany de Jesus Mathias

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ALIMENTAÇÃO DE ADOLESCENTES

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao curso técnico em nutrição
e dietética da ETEC de Cidade Tiradentes,
orientado pelo prof. Jessica Benazzi de
Aguiar, como requisito parcial para
obtenção do título técnico em Nutrição e
Dietética

São Paulo

2025

Ana Luiza Fernandes
Lizandra Marques
Maria Rosecleide Santos Alves
Rafaella Maria Ferreira dos Santos
Rickelme Lohan Lima Souza
Steffany de Jesus Mathias

**INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ALIMENTAÇÃO DE
ADOLESCENTES**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado a ETEC de cidade Tiradentes
como requisito parcial a obtenção de título
em técnico em Nutrição e Dietética

BANCA EXAMINADORA

LOCAL: ETEC de cidade Tiradentes

HORÁRIO: 8:30

DATA:24/11/25

NOME DO AVALIADOR

NOME DO AVALIADOR

NOME DO AVALIADOR

São Paulo

2025

Agradecimentos

O desenvolvimento desse trabalho de conclusão de curso contou com a ajuda de diversas pessoas a quem quero agradecer:

A professora Jéssica Benazzi, que nos orientou e nos ajudou na formação do trabalho de conclusão de curso.

A professora Célia Faria, que esteve do nosso lado desde o início do curso.

Ao professor Alex, que sempre se dispões a tirar nossas duvidas e entrou em todas as nossas brincadeiras.

A Ana Maria que além de professora foi nossa coordenadora de curso e sempre nos apoiou e nos incentivou a nunca desistir.

RESUMO

A adolescência é um período de construção de identidade e consolidação de hábitos, no qual a alimentação inadequada pode gerar consequências como obesidade, deficiências nutricionais e transtornos alimentares. Objetivo central do trabalho é investigar como as redes sociais influenciam na alimentação de jovens. Para alcançar esse objetivo foi realizado um questionário (metodologia). Destaca-se o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados entre jovens brasileiros e a influência do marketing digital na promoção de produtos de baixo valor nutricional. Os resultados da pesquisa, obtidos por meio de questionário aplicado a adolescentes de 12 a 18 anos, revelam que a maioria utiliza as redes sociais por mais de quatro horas diárias, sendo o Instagram e o TikTok as plataformas mais acessadas. Apesar de maioria afirmarem não se sentirem influenciados, a maioria já experimentou alimentos ou bebidas após vê-los nas redes sociais. Observou-se também que mais da metade dos participantes aprendeu receitas ou conheceu alimentos mais saudáveis por meio desses conteúdos, demonstrando um potencial educativo das plataformas. Entretanto, os alimentos mais visualizados são doces e fast foods, evidenciando a predominância de produtos ultraprocessados. Conclui-se, portanto, que as redes sociais exercem influência significativa e ambígua na alimentação dos adolescentes, podendo tanto incentivar hábitos saudáveis quanto promover práticas prejudiciais à saúde.

ABSTRACT

Adolescence is a period of identity formation and habit consolidation, during which inadequate eating habits can lead to consequences such as obesity, nutritional deficiencies, and eating disorders. The main objective of this study is to investigate how social media influences the eating habits of young people. To achieve this goal, a questionnaire was conducted with eight (8) questions — seven multiple-choice and one open-ended — which generated a total of seventy-four (74) responses. The study highlights the increase in the consumption of ultra-processed foods among Brazilian youth and the influence of digital marketing in promoting low-nutritional-value products. The results, obtained through the questionnaire applied to adolescents aged 12 to 18, reveal that most participants use social media for more than four hours a day, with Instagram and TikTok being the most accessed platforms. Although most respondents claim not to feel influenced, the majority have tried foods or beverages after seeing them on social media. It was also observed that more than half of the participants learned recipes or discovered healthier foods through online content, showing the educational potential of these platforms. However, the most frequently viewed foods are sweets and fast food, evidencing the predominance of ultra-processed products. Therefore, it is concluded that social media exerts a significant and ambivalent influence on adolescents' eating habits, as it can both encourage healthy behaviors and promote practices harmful to health.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
OBJETIVOS	11
METODOLOGIA	12
RESULTADOS E DISCUSSÕES	14
CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS.....	26

INTRODUÇÃO

A adolescência é uma fase crucial do desenvolvimento humano, marcada por transformações físicas, emocionais e sociais intensas. É também nesse período que muitos hábitos de vida, incluindo os alimentares, são formados e consolidados, podendo influenciar diretamente a saúde presente e futuro dos indivíduos. A alimentação inadequada durante essa fase pode trazer consequências sérias, como obesidade, deficiências nutricionais, distúrbios alimentares e problemas metabólicos, além de contribuir para o desenvolvimento de doenças crônicas na vida adulta.

Ao longo da vida, pessoas com obesidade podem sofrer sérias consequências psicológicas, cardiovasculares, endócrinas e reprodutivas. Em crianças e adolescentes, essa doença é resultado de fatores genéticos, individuais, comportamentais e ambientais, presentes nos contextos familiar, comunitário, escolar, social e político. Em 2022, até o início de outubro, o Sistema Único de Saúde (SUS) acompanhou mais de 4,4 milhões de adolescentes entre 10 e 19 anos de idade, segundo o Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional do Ministério da Saúde. Desses, quase 1,4 milhão foram diagnosticados com sobrepeso, obesidade ou obesidade grave. No Brasil, também em 2022, os dados apontaram que 31,2% dos adolescentes estavam com excesso de peso, número que representa quase o dobro da média global, que é de 18,2%.

Nos últimos anos, tem-se observado uma mudança significativa nos padrões alimentares dos adolescentes, com um aumento no consumo de alimentos ultraprocessados, ricos em açúcar, sódio, gorduras saturadas e aditivos artificiais. Um estudo realizado pela Secretaria de Saúde do Distrito Federal (SES-DF), em 2022, revelou que 83% dos adolescentes acompanhados consumiam alimentos ultraprocessados com frequência, enquanto 68% relataram o consumo de bebidas açucaradas. Esses dados são alarmantes e refletem uma tendência nacional preocupante: quase um terço da dieta dos adolescentes brasileiros é composta por produtos ultraprocessados.

Segundo (NETTO, Michele, 2025) Os ultraprocessados estão na contramão do que esperamos de uma boa alimentação, que envolve o consumo de alimentos de verdade, em ambientes apropriados e com companhia”

Entre os diversos fatores que contribuem para esse cenário, destaca-se a influência das redes sociais. Plataformas como Instagram, TikTok e YouTube tornaram-se parte do cotidiano dos jovens, moldando comportamentos, opiniões e estilos de vida. Nessas plataformas, o marketing digital exerce um papel central,

utilizando estratégias altamente direcionadas para promover alimentos industrializados e de baixo valor nutricional. Através de conteúdos atrativos, com linguagem acessível e apelo visual, as empresas conseguem criar um vínculo emocional com os adolescentes, despertando o desejo de consumir determinados produtos e consolidando hábitos alimentares pouco saudáveis.

A Organização Mundial de Saúde (OMS) pediu a redução da exposição de crianças ao marketing de alimentos com altos teores de gordura, açúcar ou sal, que as expõem ao risco de doenças não-transmissíveis (DNT) causadas por uma alimentação pouco saudável. A publicidade televisiva é responsável por uma grande fatia do mercado de alimentos prejudiciais à saúde e, de acordo com os dados disponíveis, influencia as preferências alimentares das crianças, seus pedidos de compra e padrões de consumo.

Além disso, as redes sociais também têm promovido ideais e estéticas muitas vezes irreais, reforçando padrões de corpo que não representam a diversidade e realidade da maioria dos jovens. Na tentativa de se enquadrar nesses padrões, muitos adolescentes passam a buscar dietas extremas e restritivas, frequentemente divulgadas por influenciadores digitais sem formação profissional na área da nutrição ou da saúde. Essa prática pode acarretar consequências graves, como deficiências nutricionais, transtornos alimentares (como anorexia e bulimia), baixa autoestima, depressão, ansiedade e o chamado "efeito sanfona" —caracterizado por ciclos repetitivos de perda e ganho de peso.

Abordar essa questão também envolve considerar as particularidades do período da adolescência, que gera diversas alterações a nível físico, mental e social. Essa transição da infância para a vida adulta é marcada por variações hormonais e, nos últimos anos com a pandemia da COVID-19 fez com a questão fosse intensificada.

Esse índice não apenas evidencia o impacto das mudanças nos hábitos alimentares, mas também levanta questões sobre o papel da mídia digital na formação dessas práticas. As redes sociais, ao mesmo tempo em que oferecem acesso à informação e conteúdos educativos, também propagam informações equivocadas, perigosas e sem respaldo científico, especialmente no que diz respeito à alimentação e estética corporal.

Diante desse cenário, levanta-se a hipótese de que as redes sociais influenciam negativamente os hábitos alimentares dos adolescentes, contribuindo tanto para o aumento do consumo de alimentos ultraprocessados quanto para a adesão a dietas restritivas e modismos alimentares prejudiciais à saúde física e mental. Essa realidade

exige atenção não apenas de educadores e profissionais de saúde, mas também de familiares e da sociedade como um todo, uma vez que está diretamente relacionada à qualidade de vida e ao bem-estar das novas gerações.

A motivação para a escolha deste tema está ligada à influência das redes sociais na alimentação de adolescentes, pois, com o avanço das redes sociais, os adolescentes acabam, de certa forma, ficando mais influenciáveis e mais suscetíveis a acreditar em tudo que veem na internet, sem pensar no risco de acreditar em uma fake News.

OBJETIVOS

1.0 Objetivos geral

Investigar como as redes sociais influenciam na alimentação de jovens

1.1 Objetivo específico

Mostrar que as redes sociais podem influenciar a alimentação dos jovens

Analisar a frequência que os jovens ficam nas redes sociais

Investigar a frequência com que jovens consomem conteúdos que falam sobre alimentação e dão conselhos para uma alimentação mais saudável

METODOLOGIA

Esta seção descreve o percurso realizado para obter e analisar os dados, demonstrando a confiabilidade e a validade dos resultados apresentados neste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

A pesquisa possui natureza aplicada, buscando gerar conhecimento para solucionar ou intervir de forma prática no fenômeno em estudo: a influência das redes sociais na alimentação de adolescentes. Quanto à abordagem, o estudo é quantitativo, utilizando técnicas padronizadas de coleta de dados focadas na mensuração numérica de variáveis e análise estatística descritiva para interpretar os resultados com precisão.

O método técnico empregado foi o levantamento de dados, caracterizado pela aplicação de um questionário padronizado a um grupo significativo de adolescentes para descrever e analisar características e opiniões em um contexto específico. A coleta foi realizada online, com o questionário desenvolvido e distribuído pela plataforma Google Forms, garantindo abrangência e facilidade de acesso aos participantes.

O público-alvo da pesquisa são adolescentes brasileiros com idades entre 12 e 18 anos. Os dados foram obtidos por meio de um questionário respondido por adolescentes que se voluntariaram a participar da pesquisa online. Embora a faixa etária geral fosse de 12 a 18 anos, a maioria dos participantes tinha 17 e 18 anos. Essa delimitação é importante para contextualizar os resultados e as conclusões do estudo.

O instrumento de coleta foi um questionário estruturado com questões fechadas e abertas. As perguntas foram elaboradas para mapear o perfil de uso de redes sociais, o consumo de conteúdo alimentar e a percepção de influência. Os pontos específicos abordados no questionário incluíram: Padrão de Uso: Tempo de uso das redes sociais (a maioria relatou usar as redes sociais por mais de 4 horas diárias). Plataformas: Identificação das redes sociais mais utilizadas (com destaque para TikTok e Instagram). Consumo de Conteúdo: O hábito de seguir páginas ou influenciadores digitais focados em nutrição e alimentação.

Durante a pesquisa, foram elaboradas oito (8) questões sendo 7 questões alternativas e uma aberta que geraram a coleta de setenta e quatro (74) respostas no total.

Percepção de Especialização: Avaliação do conhecimento dos adolescentes sobre a formação profissional (nutricionistas, chefs, etc.) das pessoas que criam o conteúdo que consomem. Influência Comportamental: Registro da experimentação de novos alimentos ou aprendizado de receitas saudáveis influenciados pelo conteúdo das redes.

Os dados coletados pelo Google Forms foram exportados e submetidos à análise estatística descritiva. O tratamento dos dados envolveu o cálculo de porcentagens das respostas. A análise focou em: Quantificar a prevalência de uso das redes e o tempo de exposição. Correlacionar a exposição ao conteúdo alimentar com a mudança de comportamento (influência das redes sociais). Interpretar a percepção de influência declarada pelos adolescentes com a influência observada no comportamento de consumo, contrastando a declaração de não se sentirem influenciados pelas redes sociais com o alto índice de experimentação de alimentos sugeridos pelas redes sociais.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção, serão apresentados e discutidos os principais resultados obtidos ao longo do desenvolvimento do trabalho. Para isso, foram elaborados gráficos que, além de sintetizar os dados coletados, foram cuidadosamente analisados e organizados com o intuito de evidenciar os pontos mais relevantes da pesquisa. O objetivo central dessa apresentação é oferecer informações de maneira clara, objetiva e acessível, de modo a facilitar a compreensão e possibilitar uma leitura mais dinâmica e interpretativa dos resultados.

A pesquisa revelou uma predominância de participação do público feminino, que correspondeu a 54,8% do total de respondentes, evidenciando um maior engajamento desse grupo no preenchimento do questionário. Em contrapartida, o público masculino representou 24,7% das respostas, número consideravelmente inferior ao do público feminino, o que sugere diferenças no nível de interesse ou disponibilidade entre os gêneros para participar da pesquisa.

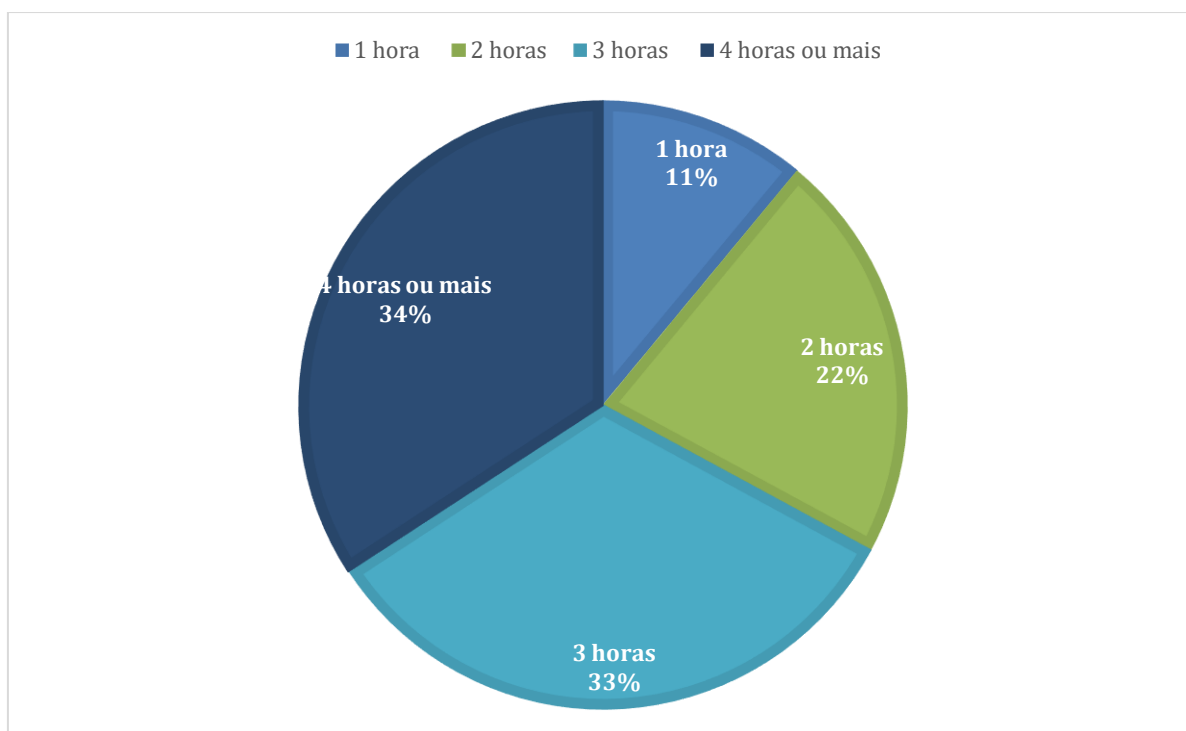
A análise da faixa etária dos participantes da pesquisa revela que a maior parte dos entrevistados é composta por adolescentes de 17 anos, representando 32,4% do total, seguida pelos adolescentes de 18 anos, que correspondem a 21,5% da amostra. Esses dados indicam que o público predominante da pesquisa se encontra no final da adolescência, período caracterizado por maior autonomia, tomada de decisões próprias e intensificação da interação com ambientes digitais, incluindo redes sociais. A terceira pergunta do questionário foi relacionada a quais redes sociais os adolescentes mais utilizam.

A análise dos resultados da pesquisa evidencia que uma parcela significativa dos entrevistados faz uso constante das redes sociais em sua rotina diária. Entre as plataformas citadas, destaca-se o Instagram, utilizado por 26% dos participantes, o que demonstra sua expressiva presença como meio de interação social, acesso a informações e entretenimento. Já o TikTok aparece como a segunda rede mais mencionada, sendo utilizado por 16,5% dos entrevistados, refletindo sua crescente popularidade, especialmente entre os públicos mais jovens, que a utilizam tanto para lazer quanto para o consumo de conteúdos diversificados.

Esses dados revelam a influência que as redes sociais exercem no dia a dia dos usuários, indicando não apenas a sua função de entretenimento, mas também o papel que desempenham na construção de hábitos, na comunicação interpessoal e até mesmo no acesso a notícias e tendências contemporâneas

A pesquisa teve como foco compreender o tempo médio que os adolescentes dedicam diariamente ao uso das redes sociais. Esse aspecto foi considerado fundamental para a investigação, uma vez que o tempo de exposição às plataformas digitais pode influenciar diretamente não apenas os hábitos de lazer e de interação social, mas também aspectos relacionados ao desempenho escolar, à saúde mental e à rotina cotidiana desses jovens.

Gráfico 1- Em média, quanto tempo o participante passa por dia nas redes sociais



Fonte: Google forms, A influência das redes sociais na alimentação de adolescentes 2025.

A análise dos resultados evidencia que a maioria dos jovens dedica, em média, quatro horas ou mais de seu dia às redes sociais, o que demonstra um alto nível de envolvimento e de presença constante nesse ambiente digital. Esse dado reforça a

ideia de que as plataformas virtuais ocupam um espaço significativo no cotidiano dos adolescentes, influenciando diretamente seus hábitos de lazer, de interação social e até mesmo de consumo de informações.

Segundo (JENKINS, 2009 e SÁ, 2017). O objetivo principal das redes sociais virtuais era, inicialmente, aproximar aqueles que estavam distantes fisicamente a fim de promover uma certa afinidade, porém, com o crescimento destes serviços se tem a produção de um conteúdo mais coletivo e dinâmico, onde os usuários buscam entretenimento e diversão.

Em contrapartida, apenas 11% dos participantes relataram utilizar as redes sociais por aproximadamente uma hora diária, representando um grupo minoritário dentro da amostra. Esse contraste revela a diversidade de comportamentos existentes entre os jovens, destacando que, enquanto uma parcela expressiva permanece conectada por longos períodos, outra mantém um uso mais moderado, possivelmente equilibrando o tempo online com outras atividades de sua rotina.

Segundo Cruz, 2019 Atualmente, 97% das crianças e adolescentes entre 15 e 17 anos usuários de internet possuem perfil em alguma rede social virtual.

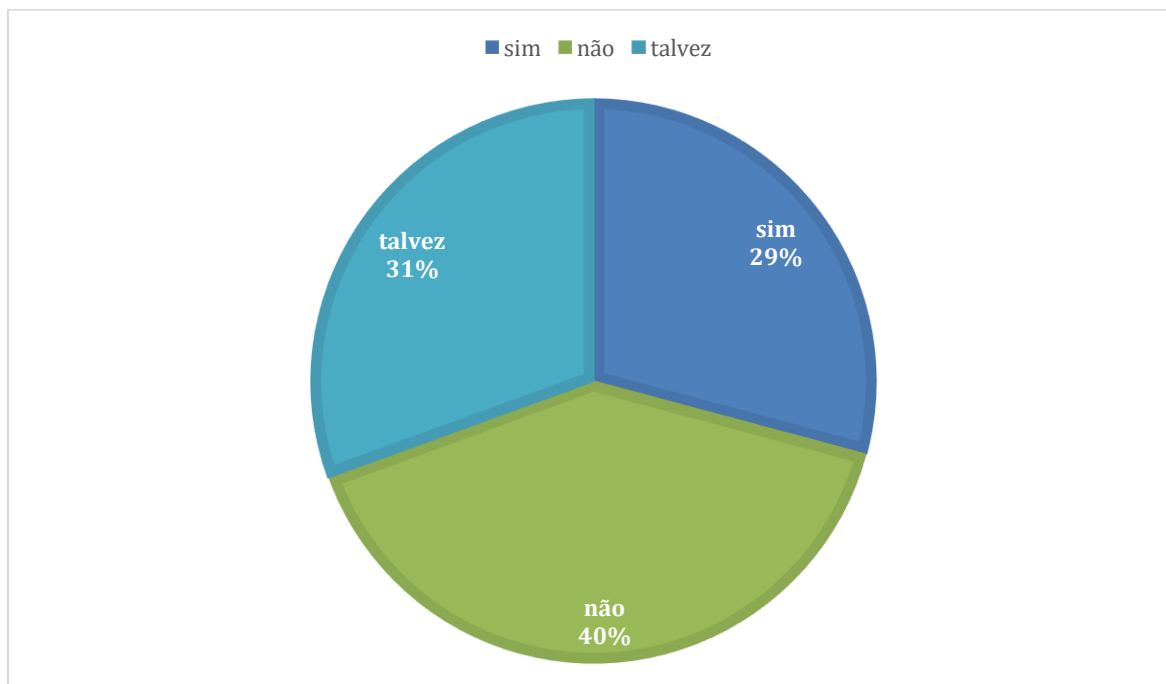
Segundo (QUAIOTI; ALMEIDA, 2006). O comportamento alimentar de adolescentes se mostra influenciado por diversas questões; o que os leva a escolher entre opções mais saudáveis versus lanches ricos em açúcar, gordura e sal não são problemas cognitivos, mas sim pode ser uma escolha pela influência de sua vida como um todo, seja ela familiar, social e cultural.

Essa realidade reforça a importância de desenvolver nos adolescentes uma postura crítica diante dos conteúdos consumidos nas redes sociais, estimulando-os a buscar fontes seguras e profissionais qualificados quando o assunto envolve alimentação e saúde.

As notícias falsas (fake news do inglês), no sentido literal da palavra, são as notícias falsificadas ou notícias mentirosas. São aqueles tipos de notícias que de alguma maneira não são verdadeiras, mas que são publicadas para enganar, como se fossem verdadeiras. (JACOBI GREISON 2019 pág. 33)

A outra questão da pesquisa teve como objetivo investigar em que medida os adolescentes percebem a influência das redes sociais em suas atitudes, escolhas e comportamentos cotidianos. Essa abordagem é fundamental, pois permite compreender não apenas o nível de engajamento dos jovens com essas plataformas, mas também o impacto que conteúdos, tendências e opiniões veiculadas online podem exercer sobre suas decisões, incluindo hábitos de consumo, estilo de vida e, especialmente, escolhas relacionadas à alimentação.

Gráfico 2- o participante se sente influenciado (a) pelas propagandas das redes sociais



Fonte: Google forms, A influência das redes sociais na alimentação de adolescentes, 2025.

A análise dos resultados indica que, em grande parte, os adolescentes não se percebem como influenciados pelas propagandas veiculadas nas redes sociais. Esse dado sugere que a maior parte dos jovens acredita manter autonomia em suas decisões de consumo e na formação de hábitos, apesar da constante exposição a conteúdos publicitários e promocionais nessas plataformas.

As redes sociais têm grande influência sobre os jovens, ocasionando dúvidas em relação ao corpo perfeito, fazendo com que eles tomem atitudes inadequadas para a sua saúde, ocasionando muitas vezes em um comportamento alimentar impróprio, envolvendo práticas inadequadas prejudiciais a sua saúde instigando os jovens a adoção de dietas ou de suplementos a fim de suprir essa necessidade, sem o devido embasamento profissional. (CORDEIRO, GUSTAVO, 2024)

No entanto, 29,2% dos entrevistados afirmaram sentir-se influenciados por essas propagandas, representando uma parcela significativa que reconhece o impacto das redes sociais em suas escolhas. Esse grupo evidencia que, embora uma parcela predominante se considere resistente às estratégias de marketing digital, ainda há uma quantidade expressiva de jovens que podem ser direcionados por conteúdos publicitários, especialmente aqueles relacionados a alimentos, produtos de moda, cosméticos e outros itens de consumo.

Segundo Vaz; Banneman, 2014, o Comportamento alimentar é constituído por uma mescla de condutas que estão vinculadas ao alimento, que envolve desde sua preferência até a sua ingestão, bem como tudo que está ao seu redor.

Esses resultados destacam a necessidade de reflexão sobre a influência das redes sociais no comportamento adolescente, mostrando que, mesmo que muitos jovens se percebam independentes, uma parcela considerável ainda estar suscetível às mensagens publicitárias, o que pode refletir em hábitos de consumo, preferências alimentares e decisões de compra. Além disso, evidencia a importância de promover educação midiática e crítica, de modo a fortalecer a capacidade dos adolescentes de avaliar de forma consciente o conteúdo que recebem. (VAZ; BENNEMAN, 2014).

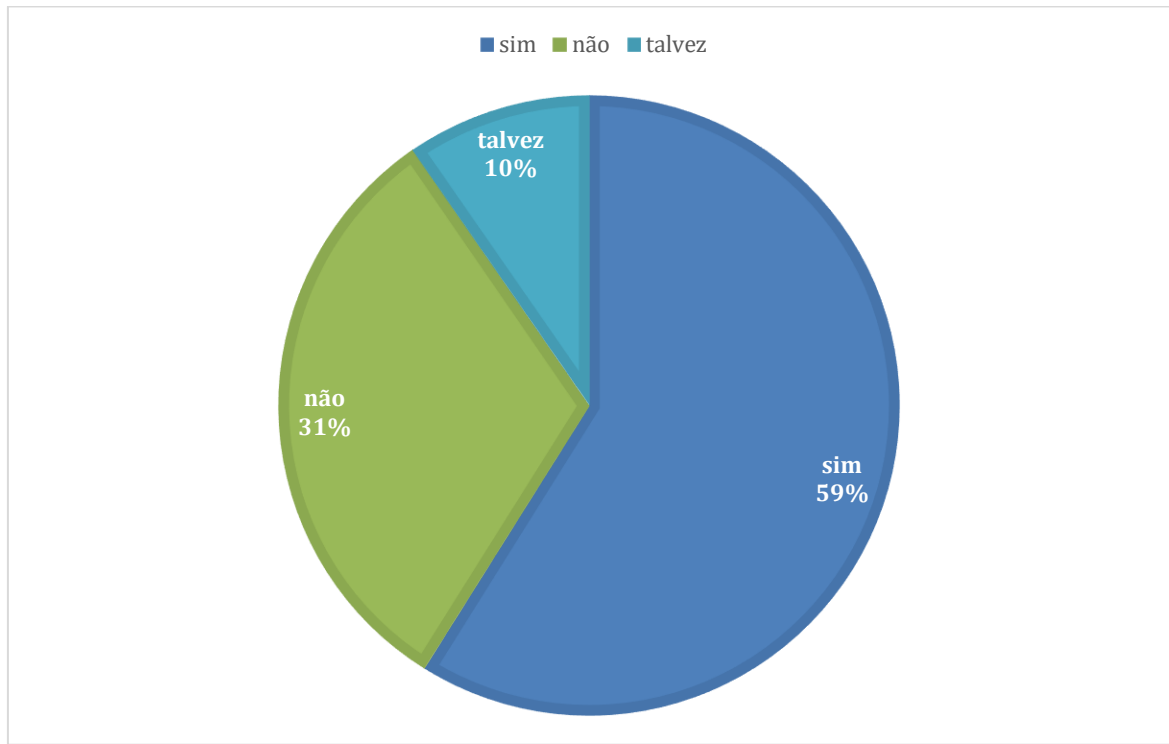
“Entende-se que as mídias sociais são importantes atualmente por ser uma ferramenta de disseminação de informação para a população, sendo capaz de afetar positivamente ou negativamente as pessoas.” (VAZ; BENNEMAN, 2014).

A pesquisa teve como objetivo investigar se os adolescentes seguem influenciadores digitais ou perfis específicos voltados para nutrição, culinária e alimentação saudável. Essa investigação é particularmente relevante, pois permite compreender como os jovens buscam informações e referências sobre alimentação nas redes sociais, identificando o papel que esses perfis exercem na formação de hábitos alimentares e no desenvolvimento de preferências relacionadas à dieta e ao estilo de vida.

“Retomando, a influência social é um processo relativo em que atitudes, crenças e comportamentos de uma (ou várias) pessoa(s) são alterados em função da pressão real ou imaginada de outra(s) pessoa(s)” (VAZ; BENNEMAN, 2014).

Ao analisar esse comportamento, torna-se possível avaliar não apenas a popularidade e o alcance desses influenciadores, mas também a influência que suas publicações podem exercer sobre as escolhas alimentares dos adolescentes, seja incentivando a adoção de hábitos mais saudáveis ou promovendo, inadvertidamente, práticas alimentares menos equilibradas. Além disso, a questão permite refletir sobre a necessidade de orientação crítica, considerando que nem todos os perfis possuem base científica ou formação profissional adequada na área de nutrição, o que pode resultar na disseminação de informações imprecisas ou pouco confiáveis

Gráfico 3- o participante costuma seguir influenciadores (as), páginas ou perfis relacionados a comida ou culinária



Fonte: Google forms, A influência das redes sociais na alimentação de adolescentes, 2025.

A análise dos resultados revela que a maior parte dos adolescentes afirmou seguir páginas ou influenciadores digitais voltados para temas relacionados à culinária ou à alimentação. Esse dado evidencia o interesse significativo dos jovens em acompanhar conteúdos que abordam receitas, dicas de preparo de alimentos, tendências gastronômicas e hábitos alimentares.

As redes sociais são uma presença constante na vida da maioria dos consumidores, no entanto nem sempre assumiram a forma que apresentam atualmente. Com a evolução da Internet, verifica-se uma emergência das redes sociais e, conseqüentemente, uma maior interação nestas plataformas. Ao longo dos anos, a web tem evoluído passando por várias fases.

O acompanhamento desses perfis demonstra que as redes sociais atuam como uma importante fonte de informação e inspiração para os adolescentes, influenciando suas escolhas alimentares, experimentação de novos pratos e até mesmo o desenvolvimento de preferências culinárias. Além disso, a presença constante de influenciadores digitais nesse contexto sugere que os jovens estão expostos não

apenas a conteúdos educativos, mas também a recomendações e tendências que podem impactar direta ou indiretamente seus hábitos de consumo e estilo de vida.

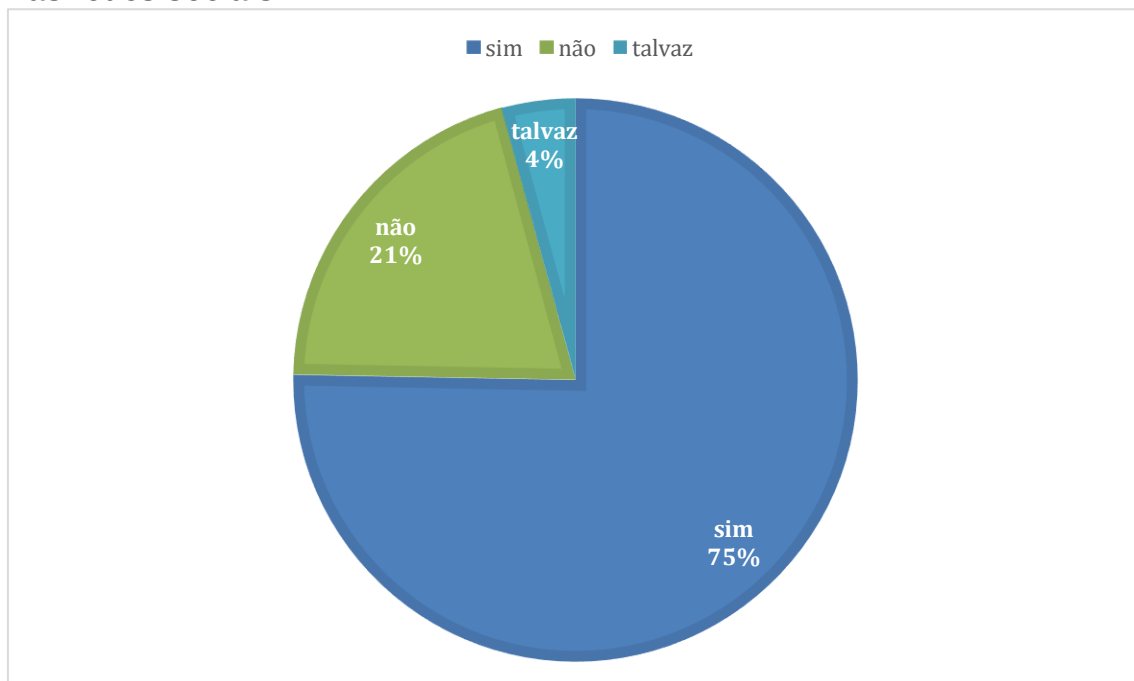
” A evolução da internet modificou o modo como o consumidor toma a decisão e como este realiza suas compras.”

Esses resultados reforçam a relevância de compreender o papel das mídias digitais na formação de hábitos alimentares e na maneira como os adolescentes se relacionam com a alimentação, destacando a necessidade de orientação crítica e de incentivo à escolha consciente diante das informações compartilhadas online.

“Retomando, a influência social é um processo relativo em que atitudes, crenças e comportamentos de uma (ou várias) pessoa(s) são alterados em função da pressão real ou imaginada de outra(s) pessoa(s)”

A pesquisa teve como objetivo investigar se os adolescentes já experimentaram algum alimento motivados pela influência das redes sociais. Essa abordagem é relevante, pois permite compreender como o conteúdo veiculado em plataformas digitais pode impactar diretamente as escolhas alimentares dos jovens, seja por meio de tendências culinárias, desafios, receitas divulgadas por influenciadores ou campanhas publicitárias direcionadas.

Gráfico 4- o participante experimentou algum alimento ou bebida porque viu nas redes sociais



Fonte: Google forms, A influência das redes sociais na alimentação de adolescentes, 2025.

Os resultados da pesquisa indicam que a grande maioria dos adolescentes respondeu que já experimentou algum alimento influenciado pelas redes sociais, evidenciando o impacto significativo que os conteúdos digitais exercem sobre as escolhas alimentares desse público. Essa resposta demonstra que os jovens estão frequentemente expostos a sugestões de influenciadores, tendências gastronômicas e campanhas publicitárias que podem motivar a experimentação de novos produtos e pratos.

“segundo; Netto, Michele, 2025 Os ultraprocessados estão na contramão do que esperamos de uma boa alimentação, que envolve o consumo de alimentos de verdade, em ambientes apropriados e com companhia”

Em contraste, apenas 20,5% dos adolescentes afirmaram não ter sido influenciados pelas redes sociais nesse aspecto, representando uma parcela minoritária que mantém uma maior autonomia em suas decisões alimentares ou que não se deixa levar pelas tendências veiculadas online.

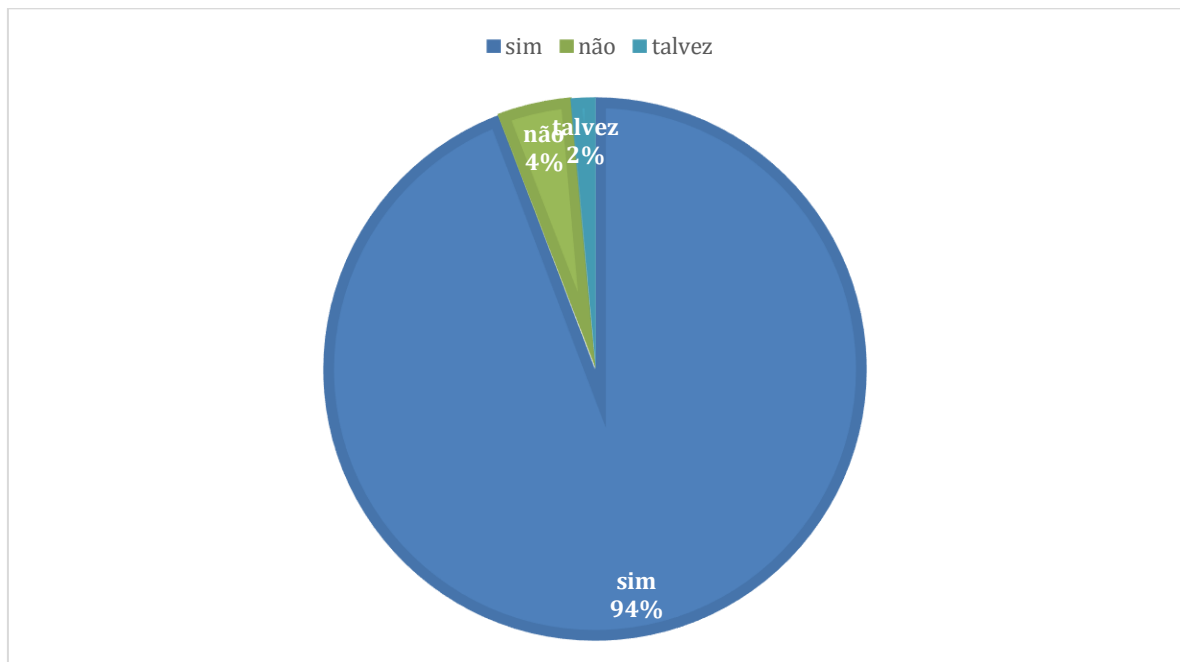
“Entende-se que as mídias sociais são importantes atualmente por ser uma ferramenta de disseminação de informação para a população, sendo capaz de afetar positivamente ou negativamente as pessoas.”

Esses dados reforçam a importância de compreender como as redes sociais funcionam como um meio poderoso de influência sobre hábitos de consumo, especialmente na adolescência, período em que as escolhas alimentares ainda estão em formação e podem ser fortemente impactadas por estímulos externos. Além disso, evidencia a necessidade de promover educação alimentar e pensamento crítico, de modo que os jovens possam diferenciar informações confiáveis de conteúdos meramente persuasivos ou voltados ao marketing.

Segundo (QUAIOTI; ALMEIDA, 2006). O comportamento alimentar de adolescentes se mostra influenciado por diversas questões; o que os leva a escolher entre opções mais saudáveis versus lanches ricos em açúcar, gordura e sal não são problemas cognitivos, mas sim pode ser uma escolha pela influência de sua vida como um todo, seja ela familiar, social e cultural.

A próxima pergunta busca investigar de que maneira as redes sociais podem atuar como ferramenta de aprendizado alimentar para os adolescentes, analisando se o acesso a conteúdos digitais contribuiu para o conhecimento de novas receitas ou para a descoberta de alimentos mais saudáveis. Considerando que plataformas como Instagram, TikTok e YouTube oferecem uma ampla variedade de conteúdos relacionados à culinária e à nutrição, é relevante compreender em que medida os jovens utilizam essas mídias como fonte de informação e inspiração para práticas alimentares mais conscientes.

Gráfico 5- As redes sociais já ajudaram os participantes a aprender receitas novas ou conhecer alimentos mais saudáveis



Fonte: Google forms, A influência das redes sociais na alimentação de adolescentes, 2025.

Os resultados da pesquisa indicam que mais da metade dos adolescentes afirmaram que as redes sociais já os ajudaram a aprender novas receitas ou a conhecer alimentos mais saudáveis, evidenciando o papel positivo dessas plataformas como ferramentas de aprendizagem e incentivo à alimentação equilibrada. Essa resposta demonstra que, além de funcionarem como meio de entretenimento, as redes sociais também podem contribuir para o desenvolvimento de habilidades culinárias e para a ampliação do conhecimento sobre hábitos

alimentares mais saudáveis, influenciando de forma construtiva as escolhas dos jovens.

Segundo Backer (2021). “A exposição autor relatada ao marketing de alimentos e a mensagens gerais sobre alimentos nas mídias sociais foi positivamente associada a atitudes alimentares, comportamentos, normas percebidas e alfabetização alimentar entre adolescentes.”

Em contrapartida, apenas 4,1% dos adolescentes relataram que as redes sociais não tiveram impacto nesse sentido, representando uma pequena parcela que não utiliza esses conteúdos como fonte de aprendizado ou referência para melhorar seus hábitos alimentares.

Esses dados reforçam a ideia de que as redes sociais podem ser aliadas importantes na promoção de uma alimentação mais consciente e variada, desde que os jovens tenham acesso a informações confiáveis e desenvolvam senso crítico para selecionar conteúdos de qualidade.

A análise dos resultados indica que a maior parte dos entrevistados relatou que os alimentos que aparecem com mais frequência nas redes sociais são doces, representando 24,1% das respostas, seguidos por fast-food, com 16,3%. Esses dados evidenciam que o conteúdo digital consumido pelos adolescentes tende a destacar produtos altamente palatáveis, muitas vezes ricos em açúcar, gorduras e calorias, refletindo as estratégias de marketing voltadas para atrair a atenção do público jovem.

“Em minha opinião um pouco dos dois pois: As redes sociais podem facilitar, pois nos permitem acessar receitas mais diversas, saudáveis e até saborosas. Com foco e disciplina, é possível manter uma alimentação equilibrada.

Por outro lado, também podem dificultar, já que muitas vezes surgem propagandas de fast food que despertam vontade de consumir esses alimentos, o que pode levar a deslizes na dieta. Ex: são aqueles alimentos que está em alta, como: Morango do amor, pistache, nozes, chocolate, etc...”

“Eu acredito que dificulta quando o que mais aparece nas redes sociais para as pessoas são comidas não saudáveis, só que na maioria das vezes, é a pessoa com o tempo que constrói o que vai aparecer na sua tela. Resumindo, acho que dificulta, mas também vai depender da forma como utiliza. Mas, pode ser um bom caminho para melhorar a alimentação.”

“Sim, em ambas as partes tem seus lados positivos incentivando um corpo saudável e do outro lado comida gostosas e de fácil acesso.”

As opiniões dos adolescentes sobre a influência das redes sociais na alimentação revelam uma percepção dupla, reconhecendo tanto aspectos positivos quanto negativos dessa interação digital. Por um lado, as plataformas podem facilitar o acesso a informações sobre alimentação saudável, disponibilizando receitas diversificadas, nutritivas e saborosas, além de incentivar a experimentação de novos ingredientes e práticas culinárias. Nesse sentido, as redes sociais funcionam como uma ferramenta educativa e inspiradora, contribuindo para o desenvolvimento de hábitos alimentares equilibrados, desde que haja foco e disciplina por parte dos jovens.

Por outro lado, as redes sociais também apresentam um potencial de influência negativa, já que frequentemente expõem os adolescentes a propagandas de fast-food, alimentos ultraprocessados ou produtos “em alta” que despertam desejo imediato, como doces, chocolates e petiscos industrializados. Essa exposição constante pode gerar deslizos na dieta e reforçar hábitos alimentares pouco saudáveis, principalmente quando não há consciência crítica sobre o conteúdo consumido.

Vale destacar que o impacto das redes sociais não é uniforme e depende da forma como cada indivíduo utiliza essas plataformas. Muitos conteúdos são filtrados pelo próprio algoritmo, moldando o que aparece na tela de acordo com os interesses e comportamentos prévios, o que significa que a responsabilidade pelo consumo saudável também envolve escolhas conscientes por parte do usuário.

Em síntese, as redes sociais apresentam um duplo papel na alimentação dos adolescentes: podem ser aliadas na promoção de hábitos saudáveis e no aprendizado culinário, mas também funcionam como veículos de estímulo ao consumo de alimentos de baixa qualidade nutricional. Assim, o equilíbrio entre benefício e risco depende do uso crítico e consciente das plataformas, aliado à orientação sobre alimentação saudável.

CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou compreender de que maneira as redes sociais influenciam a alimentação dos adolescentes, analisando tanto os aspectos positivos quanto os negativos dessa relação. A pesquisa demonstrou que, embora muitos jovens afirmem não se sentir diretamente influenciados pelas propagandas e conteúdos digitais, na prática, grande parte deles já experimentou alimentos ou adotou hábitos alimentares a partir do que consumiu online.

Constatou-se que as redes sociais exercem um papel duplo: por um lado, podem estimular o consumo de alimentos ultraprocessados e a busca por padrões estéticos irreais, contribuindo para práticas alimentares inadequadas e riscos à saúde física e mental. Por outro lado, também funcionam como ferramentas educativas, capazes de apresentar receitas, incentivar escolhas mais equilibradas e ampliar o conhecimento sobre nutrição.

Dessa forma, evidencia-se a importância de promover a educação alimentar e midiática entre adolescentes. O técnico em nutrição e dietética, conforme a Resolução CFN nº 605/2018, tem papel essencial nesse processo, podendo realizar palestras, oficinas e campanhas educativas em escolas, com o intuito de estimular o pensamento crítico sobre os conteúdos de alimentação divulgados na internet e orientar escolhas alimentares saudáveis. Além disso, a Lei nº 13.666/2018 reforça essa necessidade ao determinar a inclusão da educação alimentar e nutricional no currículo escolar. Portanto, é fundamental que sejam estabelecidas normas de acesso e controle das informações sobre alimentação nas plataformas digitais, garantindo transparência, respaldo científico e proteção aos adolescentes diante da desinformação online.

Em síntese, este estudo reforça que as redes sociais são elementos indissociáveis do cotidiano dos adolescentes e, portanto, devem ser compreendidas não apenas como um risco, mas também como uma oportunidade para a promoção da saúde. Cabe à sociedade explorar esse potencial de maneira responsável, garantindo que a informação confiável e de qualidade prevaleça sobre conteúdos superficiais ou prejudiciais.

REFERÊNCIAS

ALEJANDRO, Diego. **Como as redes sociais passaram a influenciar a alimentação do brasileiro**. Data: 8 de dez 2023, acessado em 11 de setembro de 2025 Disponível em: <https://veja.abril.com.br/saude/como-as-redes-sociais-passaram-a-influenciar-a-alimentacao-do-brasileiro/>

BRASIL. SUS. **Diagnosticou sobrepeso e obesidade em quase 1,4 milhão de adolescentes**. Data: 14 de out.2022, acessado em 2 de junho 2025 Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/outubro/sus-diagnosticou-sobrepeso-e-obesidade-em-quase-1-4-milhao-de-adolescentes>

BITTAR, Carime. Soares, Amanda. **Mídia e comportamento alimentar na adolescência**. Data: 28 de jun de 2020, acessado em: 11 de setembro de 2025 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cadbto/a/mfTpzZ6F3YhywBGx5tVLkgx/?format=html&lang=pt#>

CARDOSO, Débora viçosa. **Influência do tempo de acesso e quantidade de redes sociais utilizadas na insatisfação com a imagem corporal, no comportamento alimentar e na autoestima de adolescente**. Data: 2022 Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/240588>

CIALDINI, R. B. (2009). Influence: Science and practice. 5ª Ed. New York: HarperCollinsCollegePublishers.

COLL, Carolina de Vargas Nunes; AMORIM, Tales Costa; HALLAL, Pedro Curi. PERCEPÇÃO DE ADOLESCENTES E ADULTOS REFERENTE À INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O ESTILO DE VIDA. Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 105–110, 2012. Acessado em: 01 de outubro 2025 Disponível em: <https://rbafs.org.br/RBAFS/article/view/705>.

COLVARA, Bianca. Vieira, Soraya. **Comida e informação para todos: as redes sociais podem contribuir para a aprendizagem social do sujeito?** Data: 2022 acessado em 01 de outubro de 2025 disponível em: <https://publicacoes.ciac.pt/index.php/rotura/article/view/79/69>

Cordeiro, Gustavo. Rego, Henrique. Da Costa, Pedro. Junior, Sidney. **Impacto das redes sociais no comportamento alimentar em jovens**. Data: 2024, acessado em: 01 de outubro de 2025 disponível em: <https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/25723>

Cruz, Elaine. **Brasil tem 24,3 milhões de crianças e adolescentes que usam internet**. In: Agência Brasil. São Paulo, 19 de set. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-09/brasil-tem-243-milhoes-de-criancas-e-adolescentes-utilizando-internet>. Acesso em: 01 de outubro 2025

HOSPITAL SANTA MÔNICA. **Transtorno alimentar na adolescência: quando é necessária a internação?** Data: 12 de nov. 2021Acesso em: 2 de junho. 2025Disponível <https://hospitalsantamonica.com.br/transtorno-alimentar-na-adolescencia-quando-e-necessaria-a-internacao/>

NETTO, Michele. **Por que ultra processados fazem mal à saúde?** Data: 6 de mar. 2025, acesso em: 2 de junho. 2025 Disponível em: <https://www2.ufjf.br/noticias/2025/03/06/por-que-ultraprocessados-fazem-mal-a-saude/>

JACOBI, Greison. **mídias sociais como fonte de informação de adolescentes e jovens em tempos de fake News** pág. 33 data: 2019 acesso em: 01 de outubro de 2025.
<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/212448/001116340.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2a ed. São Paulo: Aleph, 2009. 488p.

ONU condena marketing de alimentos prejudiciais à saúde. Data: 15 de ago. 2014 acesso em: 2 de junho. 2025 Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/56250-onu-condena-marketing-de-alimentos-prejudiciais-%C3%A0-as%C3%BA>

PAIS, Sara. **Influência do Instagram nos hábitos alimentares** Data: 14 de julho de 2021 acesso em 01 de outubro 2025 disponível em: <https://www.proquest.com/openview/05e61af9a6f825db5c8c7882eb79c43d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

QUAIOTI, Teresa; ALMEIDA, Sebastião. **Determinantes psicobiológicos do comportamento alimentar: uma ênfase em fatores ambientais que contribuem para a obesidade.** FapUNIFESP. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pusp/a/vP9MWD5RCRsKFNmKwC5fSVS/?lang=pt>. Acesso em: 01 de outubro 2025

SILVA, Gleyce. **A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS E DOS MICRO-INFLUENCERS NA DECISÃO DO CONSUMIDOR – SETOR DA RESTAURAÇÃO.** Data: 2021 acessado em: 01 de outubro de 2025 disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstreams/215509c7-19a4-423d-8fe7-21df0752a3aa/download>

VAZ, Diana.; BENNEMANN, R. M. **COMPORTAMENTO ALIMENTAR E HÁBITO ALIMENTAR: UMA REVISÃO.** Uningá Review, [S. l.], v. 20, n. 1, 2014. Disponível em: <https://revista.uninga.br/uningareviews/article/view/1557>. Acesso em: 01 de outubro 2025

