

UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

Maria Luiza Campos de Aguiar

Mariane Gomes da Silva Rosa

A influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos: uma revisão sistemática

Trabalho de conclusão de curso apresentado pelo curso de Nutrição da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Orientadoras: Prof^a. Dr^a. Alyne Lizane Cardoso Campos e Prof^a. Dr^a. Roberta Juliano Ramos.

FLORIANÓPOLIS

2023

RESUMO

Nos últimos anos, houve um aumento significativo no acesso à internet, especialmente às redes sociais. Embora o uso excessivo dessas mídias sociais possa trazer muitos benefícios para o comportamento alimentar, também trazem malefícios. O objetivo desta revisão sistemática foi identificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos. Foram utilizados dados coletados nas bases de dados Pubmed Central (PMC) e Portal Regional da Biblioteca Virtual da Saúde (BVS) entre os anos de 2018 e 2023 para selecionar artigos sobre o comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos em redes sociais online. Após a leitura na íntegra dos estudos, foi elaborada uma tabela com as principais informações sobre os mesmos. O impacto da exposição a mensagens de alimentos nas mídias sociais inclui mudanças nas atitudes, comportamentos e normas alimentares, bem como aumento na ingestão de alimentos não essenciais. O uso problemático da internet está relacionado a comportamentos alimentares disfuncionais e afeta negativamente o bem-estar. O tempo gasto nas mídias sociais afeta as preferências alimentares, e o vício em mídias sociais pode estar associado ao comportamento alimentar e à imagem corporal em adolescentes e adultos jovens, sendo mais prevalente em mulheres. Esta revisão sistemática da literatura deixa evidente que as mídias sociais têm uma influência direta e indireta sobre o comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos, tanto positiva quanto negativa. Diversos estudos evidenciam que as redes sociais exercem influência significativa nas preferências alimentares, tendendo a promover o consumo de alimentos não essenciais. No entanto, essas mesmas pesquisas ressaltam a relevância de fortalecer a educação nutricional como um meio de incentivar o aumento do consumo de alimentos essenciais e, conseqüentemente, favorecer uma alimentação saudável.

PALAVRAS-CHAVE: redes sociais; comportamento alimentar; padrão alimentar; adultos; jovens adultos.

INTRODUÇÃO

No século XXI, as redes sociais se fortaleceram na internet por permitirem uma ampla disseminação de ideias, compartilhamento de conteúdo, experiências, opiniões e interação entre indivíduos. Essas plataformas de interação social permitiram que os usuários se relacionassem de forma horizontal e não hierárquica, onde todos têm voz e autonomia nas mensagens, criando conexões sólidas com outros participantes (VASCONCELOS; BRANDÃO, 2017).

Nos últimos anos o acesso a internet e mais especificamente as redes sociais têm aumentado significativamente, esse excesso de mídias sociais pode trazer inúmeros benefícios quanto malefícios para o comportamento alimentar (ÁLVAREZ et al., 2022; ALWAFI et al., 2022; MAHMID, BDIER, CHOU, 2021; LEU et al., 2022; FU et al., 2022; MOHSENPOUR et al., 2023; DURMAZ, KESER, TUNÇER, 2022; XUE et al., 2021; QUTTEINA et al., 2021).

Os indivíduos que costumam passar mais de 2 horas consumindo conteúdos de mídias sociais, ou utilizando a internet de forma problemática, tendem a consumir mais alimentos não essenciais a alimentos essenciais (QUTTEINA et al., 2021; MAHMID, BDIER, CHOU, 2021). O uso problemático da internet não é compreendido pelo tempo de uso, e sim pela forma como o uso afeta a vida das pessoas, causando dificuldades psicológicas, sociais, acadêmicas e/ou profissionais (FERNANDES, MAIA, PONTES, 2019).

Segundo a OMS (2021), os alimentos não essenciais são os ricos em calorias e pobres em nutrientes, como *fast foods*, bebidas açucaradas e salgadinhos, enquanto os alimentos essenciais são aqueles que possuem alta densidade nutricional e pertencem aos principais grupos alimentares recomendados pelas diretrizes dietéticas, como vegetais, frutas e cereais integrais.

Além do uso problemático da internet potencializar a ingestão de alimentos não essenciais também ressalta as normas sociais presentes nesse meio midiático. Estas normas são códigos de conduta implícitos que funcionam como guias para as ações dos indivíduos, representando também uma perspectiva de pressão social. Muitos adolescentes e jovens enfrentam o desafio de buscar aprovação e reconhecimento dos grupos sociais aos quais pertencem, sendo em ambientes virtuais ou presenciais. (LEU et al., 2022; MORAES apud ALVARENGA, 2023). A pressão internalizada pelas redes sociais refere-se à influência que surge após um indivíduo internalizar a imagem corporal ideal que é reproduzida pela mídia e

a comparação mental com a própria imagem corporal (STICE et al., 2000; DITTMAR, HALLIWELL, STIRLING, 2009).

A pesquisa científica tem recebido um forte suporte da literatura no que diz respeito ao estudo da correlação e experimentação entre a exposição midiática, a insatisfação corporal, os transtornos alimentares e a autoestima. Compreender a inter-relação entre esses fatores pode fornecer mais estratégias para lidar com a presença constante e persistente das redes sociais no dia a dia, o que pode afetar a percepção e os sentimentos em relação à imagem corporal e aos hábitos alimentares (MORAES apud ALVARENGA, 2023)e. Nesse contexto, o objetivo desta revisão sistemática foi identificar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos.

METODOLOGIA

Os dados coletados para a realização desta revisão sistemática de literatura foram selecionados nas bases de dados Pubmed central (PMC) e Portal Regional da Biblioteca Virtual da Saúde (BVS), incluindo artigos publicados entre 2018 e 2023.

As palavras chaves foram analisadas a partir de buscas nos Descritores de Ciência da Saúde (Desc) e Tópicos de Assuntos Médicos (Mesh), com isso foi possível a montagem dos descritores de pesquisa juntamente aos operadores booleanos ("social networks") AND ("eating behavior" OR "dietary pattern") AND ("adults" OR "young adults") e ("redes sociais") AND ("comportamento alimentar" OR "padrão alimentar") AND ("adultos" OR "jovens adultos").

Foram incluídos na busca artigos escritos em português, inglês e espanhol. Foram selecionados como critério de inclusão artigos dos últimos 5 anos, estudos realizados com adolescentes e jovens adultos e artigos disponíveis na íntegra sem monetização, e os critérios de exclusão foram trabalhos com tipo de estudo de revisão e estudos que possuíssem conflito de interesse. Na primeira parte de seleção foram escolhidos segundo o título e abstract dos resultados obtidos pela pesquisa realizada de acordo com os critérios de busca.

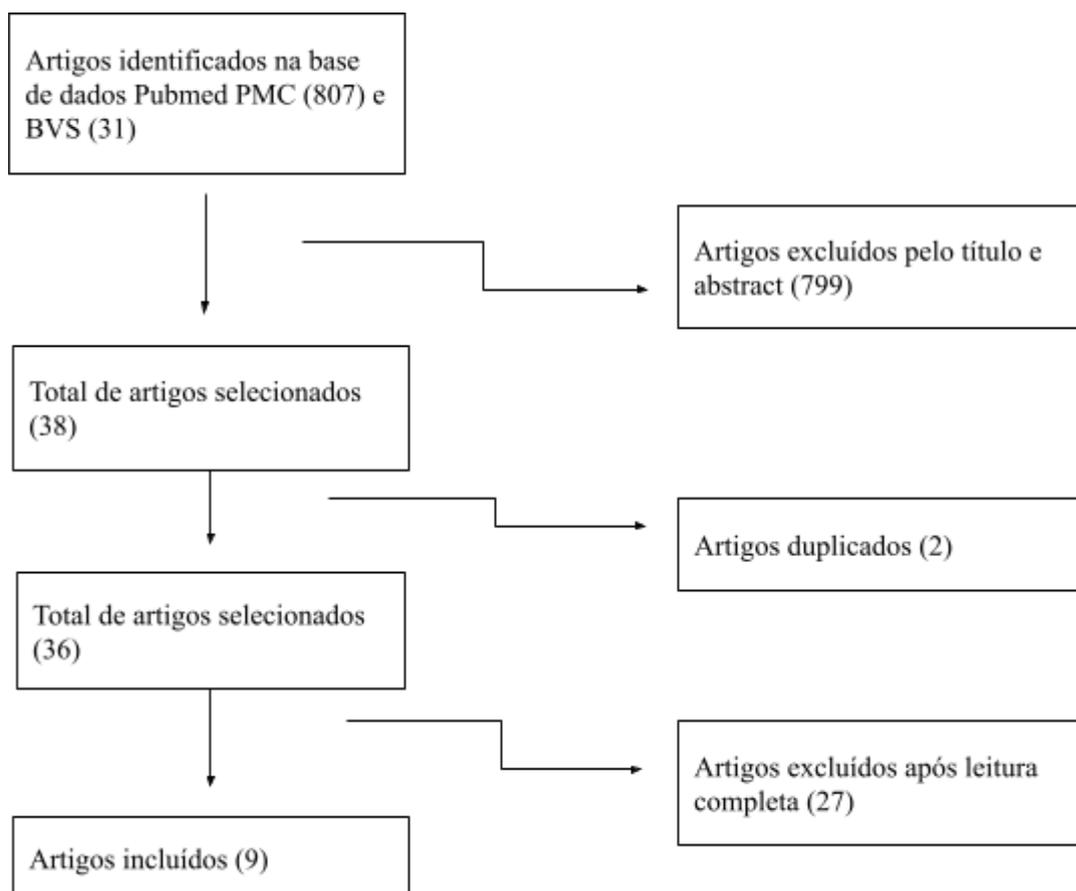
Em seguida, realizou-se a leitura na íntegra, no qual foi possível melhor avaliação dos artigos selecionados e verificação se a literatura estava realmente de acordo com o tema estabelecido e os critérios de inclusão.

Após a leitura e seleção de artigos, foi elaborado um quadro, incluindo autor, ano, país, tipo de estudo; objetivo; metodologia e principais resultados.

RESULTADOS

A partir da avaliação dos 838 artigos selecionados através das palavras-chave selecionadas, foi possível a aplicação dos critérios de exclusão, estudos de revisão e estudos que possuísem conflito de interesse, com base nos critérios de inclusão estabelecidos e após a avaliação dos títulos e resumos, foram selecionados previamente 36 artigos. Após esta etapa, a leitura dos mesmos foi realizada na íntegra, onde foram selecionados somente nove artigos nos quais se enquadraram nos critérios de inclusão desta revisão. O esquema representativo da busca e número de estudos encontrados e elegíveis, está representado na Figura 1.

Figura 1: Fluxograma da etapa de seleção dos artigos



Elaborado pelas autoras, 2023.

Os artigos selecionados como elegíveis para realização da revisão sistemática de literatura de acordo com o tema selecionado foram apresentados no quadro 1, estes foram publicados no período de 2021 a 2023. Os dados destes estudos foram coletados através de questionários online, a maioria ocorreu no formato transversal e a maior parte dos participantes eram jovens adultos.

Quadro 1: Análise dos artigos elegíveis

Autor/Ano/País	Tipo de estudo	Objetivo	Metodologia	Caracterização da amostra	Principais resultados
QUTTEINA et al. 2021 Bélgica	Estudo transversal.	Avaliar a relação entre a exposição a mensagens relacionadas com alimentos nas redes sociais e o consumo alimentar relatados pelos adolescentes.	Um questionário de frequência alimentar foi aplicado, composto por duas partes: uma relacionada aos principais grupos alimentares e outra voltada para informações sobre o consumo de alimentos com alta densidade calórica e baixo valor nutricional. Por fim, foi realizada uma análise da exposição a mensagens relacionadas a alimentos. Os dados foram analisados utilizando o software R2019, versão 3.6.1.	n= 1.002; 422 meninos; 579 meninas; entre 11 a 19 anos.	A exposição autorreferida às mensagens gerais de alimentos nas mídias sociais foi positivamente associada a comportamentos alimentares e educação nutricional entre adolescentes. A exposição às mensagens nas mídias sociais de alimentos não essenciais aumentou sua ingestão de alimentos não essenciais ($p<0,000$), já a mensagens de educação nutricional aumentou o consumo de alimentos essenciais ($p<0,01$).
XUE et al. 2021	Estudo transversal	Avaliar os impactos do	Foi utilizada uma técnica estatística denominada correspondência de	n= 10.042; 3.307 com	Residentes rurais com acesso à internet têm uma ingestão

China	com delineamento de pesquisa observacional.	acesso à internet na ingestão alimentar em residentes rurais na China.	pontuação de propensão com base em IV-Probit (um modelo probit é um tipo de regressão em que a variável dependente pode assumir apenas dois valores, por exemplo, casado ou não casado.), visando minimizar possíveis vieses de seleção em estudos observacionais. Foram utilizadas cinco aldeias próximas para obter resultados, sendo coletados dados de consumo alimentar para analisar a ingestão energética e de macronutrientes. A análise estatística foi realizada através do programa Stata.	acesso à internet; 6735 sem acesso à internet.	significativamente maior de energia, proteína e gordura (1,35%, 5,02%, 4,33%), respectivamente, do que aqueles que não possuem acesso à internet. O teste de heterogeneidade mostrou que no grupo de baixa renda o acesso a internet afetou significativamente a ingestão de energia, proteína e gordura (3,52%, 7,40%, 10,42%), aumentando respectivamente.
MAHMID; BDIER; CHOU. 2021	Estudo correlacional dentro de um delineamento	Testar a correlação entre o uso problemático	Foram utilizados os seguintes métodos para avaliar o uso problemático da internet e comportamento alimentar, a Escala de Uso Problemático da	n= 566; 306 homens; 260 mulheres.	Resultados mostraram que o uso problemático da internet está correlacionado de forma negativa com o bem estar e positivamente

Palestina	transversal.	da Internet, comportamentos de transtornos alimentares e bem-estar entre estudantes universitários palestinos.	Internet (IDS9-SF) e o Questionário de Exame de Transtorno Alimentar (EDE-Q), respectivamente. A análise foi realizada através do coeficiente de correlação de Pearson.		correlacionado com comportamentos de distúrbios alimentares, ambos possuem ($p<0,01$). Também evidenciaram que a acessibilidade a internet aumenta o consumo de junk foods.
ÁLVAREZ et al. 2022 Equador	Estudo transversal descritivo.	Determinar o uso de redes sociais e o consumo alimentar de jovens adultos que frequentam academias na cidade de Guayaquil.	As informações foram coletadas por meio de um questionário online estruturado e criado em Formulários Google previamente validados. Para a identificação dos hábitos alimentares, foi utilizado o questionário semiquantitativo de frequência de consumo alimentar. Análise estatística através do software SPSS versão 23.0.	n= 509; 186 homens e 323 mulheres; entre 18 a 26 anos.	De acordo com as pesquisas realizadas, o tempo médio diário de utilização das redes sociais é de uma a duas horas, os indivíduos que passam mais tempo usando internet e mídias sociais relataram a ingestão insuficiente de laticínios e derivados (84,1%), hortaliças, frutas, cereais e derivados (71,5%, 78,2%, 55,2%) respectivamente,

					ambos com $p < 0,0001$. Foi observado também o aumento do consumo de carnes e gorduras (57,6%).
ALWAFI et al. 2022 Arábia Saudita	Estudo transversal.	Explorar os efeitos das mídias sociais no consumo de alimentos e obesidade na população saudita.	Um questionário online composto por 32 itens foi distribuído por meio de plataformas de mídia social. Possuía duas etapas, a primeira com características sociodemográficas e a segunda com o impacto das mídias sociais no consumo alimentar. Análise estatística por meio do software Statistical Package for Social Science (SPSS), versão 27.	n= 1124; 474 homens; 650 mulheres; a partir de 18 anos.	Os homens eram menos propensos a serem afetados pelas mídias sociais do que as mulheres. Participantes com obesidade e participantes que haviam tentado uma dieta para perder peso eram mais propensos a serem afetados pelas mídias sociais.
LEU et al. 2022 Cingapura	Estudo qualitativo.	Compreender as percepções dos jovens adultos sobre	Aplicado um questionário com 32 itens dos critérios consolidados para relatar estudos qualitativos (COREQ) foi seguido para a preparação deste	n= 46; 19 homens; 27 mulheres; entre 19 a 24 anos.	Os principais compartilhamentos nas redes sociais relacionados à alimentação são principalmente de marketing de alimentos. A mídia

		as influências sociais on-line e da vida real em suas escolhas alimentares e de atividades físicas.	documento. Foi realizada uma análise temática onde as transcrições foram codificadas por temas encontrados na literatura, para analisar essas transcrições foi utilizado o software Nvivo versão 11, QSR International, Austrália.		social influencia as escolhas alimentares por meio de caminhos para atender às necessidades fisiológicas e sociais, criando ou reforçando normas e servindo como fontes de influência de pares, familiares e entidades comerciais e governamentais.
FU et al. 2022 China	Estudo transversal.	Explorar a associação entre pressão internalizada pela mídia, estima corporal, ansiedade e restrição alimentar.	Para realização de coleta de dados, foram utilizados questionários, o Questionário de Atitudes Socioculturais em Relação à Aparência-3, a Escala de Estima Corporal (BES), a Escala de Ansiedade (SPAS) e o Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (DEBQ). Análise estatística por meio do software SPSS versão 24	n= 1032; 439 homens; 593 mulheres; entre 18 a 27 anos.	Os resultados mostraram que a pressão internalizada pela mídia foi significativa e positivamente associada à restrição alimentar de estudantes universitários. A estima corporal e a ansiedade desempenharam um papel mediador entre a pressão internalizada pela mídia e a restrição alimentar (p<0,001).

<p>DURMAZ; KESER; TUNÇER. 2022 Turquia</p>	<p>Estudo transversal.</p>	<p>Avaliar os efeitos da alimentação emocional e das mídias sociais no comportamento nutricional e obesidade em universitários que recebem educação a distância durante a pandemia.</p>	<p>Dados coletados foram via questionário online, com informações demográficas, altura, peso corporal, hábitos alimentares, a Escala de Efeitos das Mídias Sociais no Comportamento Alimentar (SESMEB) e a Escala de Comer Emocional (EES). Dados analisados através do programa IBM SPSS Statistics para Windows.</p>	<p>n= 1000; 208 homens; 792 mulheres; entre 18 a 27 anos.</p>	<p>Durante o período de educação a distância, mais da metade dos alunos e das alunas mudou o padrão de alimentação. Foi observado que as participantes do sexo feminino aumentaram o consumo de biscoitos pré-embalados, salgadinhos, junk foods e doces como bolos e muffins, já os participantes do sexo masculino relataram aumento da alimentação saudável. Quanto maior o tempo gasto nas mídias sociais maiores as chances de afetar as preferências alimentares ($p<0,01$).</p>
<p>MOHSENPOUR et al. 2023</p>	<p>Estudo transversal.</p>	<p>Determinar as associações diretas e</p>	<p>Preenchimento dos dados no questionário on-line com dados de características sociodemográficas;</p>	<p>n= 970; 541 meninos; 429 meninas; entre</p>	<p>A análise multigrupo mostra que o maior vício em mídias sociais está relacionado a imagem corporal</p>

Irã		indiretas do vício em mídia social com o comportamento alimentar em adolescentes e adultos jovens.	dependência das mídias sociais; foi aplicado um Questionário Holandês de Comportamento Alimentar (DEBQ); formulário online sobre imagem corporal segundo o Body Image Concern Inventory (BICI). Análise estatísticas realizadas através do software SPSS, versão 20.	12 a 22 anos.	desordenada ($p < 0,001$). Mostrou também, que quanto maior a dependência de mídias sociais, maior é a tendência de recorrer à alimentação emocional. O vício em mídia social pode estar associado ao comportamento alimentar, tanto direta quanto indiretamente, por meio da distorção da imagem corporal em adolescentes e adultos jovens ($p < 0,001$). O sexo feminino é mais vulnerável a ser influenciado pelas mídias sociais comparado ao sexo masculino ($p = 0,001$).
-----	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado pelas autoras, 2023.

DISCUSSÃO

A atual revisão sistemática analisou nove estudos, totalizando 16.291 participantes, dentre adolescentes e jovens adultos. Os delineamentos presentes nos estudos foram em sua maioria transversais, um econométrico e um quantitativo. Os resultados identificaram que as mídias sociais possuem grande influência no comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos, de forma direta e indireta. Os estudos demonstraram uma correlação entre a exposição prolongada na mídia e o aumento da probabilidade da adesão aos hábitos alimentares pouco saudáveis. (ÁLVAREZ et al., 2022; ALWAFI et al., 2022; MAHMID, BDIER, CHOU, 2021; LEU et al., 2022; FU et al., 2022; MOHSENPOUR et al., 2023; DURMAZ, KESER, TUNÇER, 2022; XUE et al., 2021; QUTTEINA et al., 2021.)

A mídia contribui com a formação de percepções normativas, induzindo a comportamentos alimentares pouco saudáveis. (MOHSENPOUR et al., 2023; FU et al., 2022; QUTTEINA et al., 2021).

Através dos estudos de Mahmud, Bdier, Chou (2021) e Mohsenpour et al. (2023), foi possível a identificação de que a utilização problemática das redes sociais está associada com a chance de desenvolver distúrbios alimentares, afinal, o uso da internet está relacionado positivamente com o peso, alimentação, preocupação com a forma corporal e a restrição dietética.

Foi evidenciado a associação de forma indireta entre o vício em redes sociais com a restrição alimentar, decorrente das preocupações com a imagem corporal e a ansiedade, causadas pela pressão internalizada pela mídia. Foi possível concluir também que a mídia é uma das principais fontes de influência no desenvolvimento do comportamento alimentar restrito em muitos indivíduos, devido aos padrões internalizados da mídia (MOHSENPOUR et al., 2023; FU et al., 2022).

Durmaz, Keser, Tunçer (2022), mostraram que o uso prolongado das redes sociais está relacionado com o aumento do efeito das mídias no comportamento alimentar e, conseqüentemente, levando a um maior consumo de alimentos em resposta às emoções e ao ganho de peso ($p < 0,01$).

Segundo os estudos de Alwafi et al. (2022) e Mohsenpour et al. (2023) constataram que as mulheres possuem uma tendência maior a serem influenciadas pelas mídias sociais, em relação aos homens.

O estudo realizado por Álvarez et al. (2022), observou que os indivíduos que passavam mais tempo nas redes sociais consumiam alto teor de carnes e gorduras, além da ingestão insuficiente de laticínios, hortaliças, frutas e cereais.

O estudo desenvolvido por Xue et al. (2021) mostrou que o acesso a internet e mídias sociais nas populações rurais da China tiveram um resultado positivo em relação ao aumento do consumo de proteínas e gorduras em 5,02% e 4,33%, respectivamente, pois segundo os registros anteriores, esses moradores não consumiam adequadamente esses macronutrientes. Observou-se também que através dos dados exibidos foi possível identificar a existência de heterogeneidade na ingestão de energia, proteína e gordura entre diferentes grupos de renda. Identificou que o grupo de alta renda foi afetado significativamente na proteína, 2,59%, já o grupo de baixa renda, o acesso a internet afetou significativamente a ingestão de energia, proteína e gordura, com aumentos de 3,52%, 7,4% e 10,42%, respectivamente.

O acesso a internet ocasionou um aumento nos canais de acesso de alimentos (XUE et al., 2021), essa acessibilidade proporcionou maior aquisição de alimentos comprados através da internet, propiciando o aumento da ingestão de junk foods e do sedentarismo. (MAHMID, BDIER, CHOU, 2021).

Através dos estudos de Álvarez et al. (2022), Alwafí et al., (2022), Mohsenpour et al. (2023), e Qutteina et al. (2021), verificaram que postagens e anúncios de alimentos provocam um aumento do consumo de alimentos não essenciais, como por exemplo, salgadinhos, alimentos ricos em açúcar e *fast foods*. Qutteina et al. (2021), mostra ainda que a alta exibição às mídias leva a mudança na percepção das comidas, podendo moldar as ideias e crenças das pessoas sobre o que é considerado uma alimentação saudável, e Alwafí et al. (2022), mostra que seguidores de influenciadores digitais são dez vezes mais propensos a serem influenciados.

Álvares et al. (2022) e Qutteina et al. (2021), trazem em seus estudos o impacto e a importância da educação alimentar, demonstrando um impacto positivo quando disponibilizado materiais educativos, ocasionando o aumento da educação nutricional, estimulando o aumento no consumo de alimentos essenciais nos indivíduos.

Foi observado por Leu et al. (2022), que as publicações em redes sociais são grandes incentivadoras para as pessoas irem a restaurantes ou lanchonetes conhecidas como “da moda”, no intuito de compartilhar nas mídias que também esteve lá. Mostrou-se então, que este ato acontece em busca de validação dos grupos sociais aos quais pertencem.

As limitações encontradas durante a análise, que todos os artigos analisados utilizaram questionários online, sendo assim os resultados são baseados em dados de auto relato, o que ocasiona o risco de viés de fonte. Considerando que a maior parte dos artigos analisados são de caráter transversal, isso impede o estabelecimento de causalidade.

CONCLUSÃO

A presente revisão sistemática da literatura evidencia que há influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos, de forma direta, indireta, positiva e negativa. Ao mesmo tempo que os estudos demonstram a influência das redes sociais nas escolhas, em maior parte, de alimentos não essenciais, trazem também a importância de promover a educação nutricional, pois esta colabora para que haja um aumento da ingestão dos alimentos essenciais, sendo assim, proporcionam o aumento do consumo de uma alimentação saudável. No entanto, ainda se vê a necessidade de mais estudos para compreender a causalidade da mídia aumentar as chances de alimentação não saudável.

REFERÊNCIAS

ÁLVAREZ, M et al. Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil. **Nutrición clínica y dietética hospitalaria**, p. 66-72, 22 ago. 2022.

ALWAFI, H. et al. The Impact of Social Media Influencers on Food Consumption in Saudi Arabia, a Cross-Sectional Web-Based Survey. **Journal of Multidisciplinary Healthcare**, v. Volume 15, p. 2129–2139, set. 2022.

DITTMAR H., HALLIWELL E., STIRLING E. Understanding the impact of thin media models on women's body-focused affect: the roles of thin-ideal internalization and weight-related self-discrepancy activation in experimental exposure effects. **J. Soc. Clin. Psychol.** 28, 43–72, 2009.

DURMAZ, S.; KESER, A.; TUNÇER, E. Effect of emotional eating and social media on nutritional behavior and obesity in university students who were receiving distance education due to the COVID-19 pandemic. **Journal of Public Health**, 22 jul. 2022.

FERNANDES, B.; MAIA, B. R.; PONTES, H. M. Adição à internet ou uso problemático da internet? Qual dos termos usar?. **Psicologia USP**, v. 30, 2019.

FU, T. et al. Media Internalized Pressure and Restrained Eating Behavior in College Students: The Multiple Mediating Effects of Body Esteem and Social Physique Anxiety. **Frontiers in Psychology**, v. 13, 15 jun. 2022.

LEU, J. et al. “You know what, I’m in the trend as well”: understanding the interplay between digital and real-life social influences on the food and activity choices of young adults. **Public Health Nutrition**, v. 25, n. 8, p. 2137–2155, 21 fev. 2022.

MAHMID, F.; BDIER, D.; CHOU, P. The association between problematic Internet use, eating disorder behaviors, and well-being among Palestinian university students. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 34, n. 1, 21 out. 2021.

MOHSENPOUR, M. A. et al. Structural equation modeling of direct and indirect associations of social media addiction with eating behavior in adolescents and young adults. **Scientific Reports**, v. 13, n. 1, 21 fev. 2023.

MORAES, Cesar. Redes sociais e impactos na imagem corporal e comportamento alimentar. *In*: ALVARENGA, Marle (org.). **Nutrição comportamental: Ciência, prática clínica e comunicação**. 1. ed. Barueri - SP: Manole, 2023.

QUTTEINA, Y. et al. Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. **Public Health Nutrition**, p. 1–13, 30 jul. 2021.

STICE E., MAZOTTI L., WEIBEL D., AGRAS W. S. Dissonance prevention program decreases thin-ideal internalization, body dissatisfaction, dieting, negative affect, and bulimic symptoms: a preliminary experiment. **Int. J. Eat. Disord.** 27, 206–217, 2000.

VASCONCELOS, F., BRANDÃO, F. As redes sociais e a evolução da informação no século XXI. **Direito e Desenvolvimento**, v. 4, n. 7, p.125-144, 5 junho, 2017.

XUE, P. et al. Internet Access and Nutritional Intake: Evidence from Rural China. **Nutrients**, v. 13, n. 6, p. 2015, 11 jun. 2021.

OMS. **Obesidade e sobrepeso.** Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>>. Acesso em: maio/2023.