

**FACULDADE PERNAMBUCANA DE SAÚDE – FPS**  
**BACHARELADO EM NUTRIÇÃO**  
**BACHARELADO EM PSICOLOGIA**

ANTÔNIO HENRIQUE GOMES VELASCO  
ANTÔNIO EDUARDO GOMES VELASCO

**Influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar de  
universitários do Nordeste brasileiro**

**RECIFE**  
**2025**

ANTÔNIO HENRIQUE GOMES VELASCO  
ANTÔNIO EDUARDO GOMES VELASCO

**Influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar de universitários do Nordeste brasileiro**

Trabalho final apresentado à banca examinadora como exigência para obtenção do grau de Bacharel em Nutrição e Psicologia pela Faculdade Pernambucana de Saúde – FPS, sob a orientação do Tutor **Rui Gonçalves da Luz Neto**

**RECIFE**  
**2025**

**Autores:**

**Antônio Henrique Gomes Velasco** - Graduando em Nutrição; Faculdade Pernambucana de Saúde, Recife, PE, Brasil;  
E-mail [antoniohenriquevelasco@gmail.com](mailto:antoniohenriquevelasco@gmail.com)

**Antônio Eduardo Gomes Velasco** - Graduando em Psicologia; Faculdade Pernambucana de Saúde, Recife, PE, Brasil;  
E-mail [eduardovelasco934@hotmail.com](mailto:eduardovelasco934@hotmail.com)

**Orientador:**

**Rui Gonçalves da Luz Neto** - Doutorando em Psicologia Clínica; Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE, Brasil;  
E-mail [ruigoncalves.pe@gmail.com](mailto:ruigoncalves.pe@gmail.com)

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>MÉTODO.....</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>10</b>
3.1	Caracterização sociodemográfica da amostra .....	10
3.2	Padrão de uso de mídias sociais e exposição a conteúdos alimentares .....	13
3.3	Comportamento alimentar mensurado pela Escala SESMEB .....	16
3.4	Marcadores de consumo alimentar .....	17
3.5	Preditores da influência das mídias sociais: análises de associação .....	19
3.5.1	Influência por sexo .....	19
3.5.2	Influência por tempo de uso diário.....	20
3.5.3	Influência de seguir perfis de alimentação/nutrição.....	21
3.5.4	Correlação com idade .....	23
3.6	Síntese dos achados e implicações práticas .....	24
<b>4</b>	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>25</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>		<b>27</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>34</b>
<b>APÊNDICE .....</b>		<b>35</b>

## **RESUMO**

Este estudo investigou como o uso das mídias sociais afeta o comportamento alimentar de universitários de cursos da saúde de uma instituição em Pernambuco. Foi conduzida pesquisa quantitativa transversal com 103 estudantes de uma faculdade privada em Recife/PE, durante os meses de setembro e outubro de 2025. Coletaram-se dados sociodemográficos e foram utilizadas as escalas do SISVAN e do SESMEB. Análises descritivas e inferenciais avaliaram médias, proporções e associações, como os teste t, ANOVA, Qui-quadrado e regressão linear. Verificou-se média de idade de 22,0 anos ( $DP=4,9$ ), predominância feminina (74,8%) e alto uso diário de redes sociais (71,9% >3 horas). A média de influência midiática foi  $51,1\pm14,2$ , com 86,4% dos participantes apresentando influência de moderada a muito alta. Quase dois terços (68,0%) seguiam perfis de alimentação em redes sociais (Tabela 2) – grupo cuja pontuação média de influência ( $54,6\pm14,0$ ) foi 25% maior do que a dos que não seguem ( $43,6\pm11,5$ ;  $p<0,001$ ; Cohen  $d=0,85$ ) (Tabela 7). Não houve diferenças estatisticamente significativas por sexo ( $p=0,253$ ) ou faixa etária ( $r=-0,063$ ;  $p=0,530$ ). O consumo de frutas, verduras e feijão foi relativamente elevado, mas a ingestão de ultraprocessados (bebidas açucaradas 60,2%; lanches rápidos ~55%; docinhos 52,4%) também foi alta. Conclui-se que as mídias sociais exercem influência relevante sobre a alimentação desses estudantes, sobretudo quando eles buscam ativamente conteúdo nutricional on-line. Recomenda-se incluir estratégias de literacia digital na formação em saúde, de modo a capacitar jovens a avaliar criticamente informações de nutrição na internet.

**Palavras-chaves:** Comportamento alimentar; Literacia digital; Mídias sociais; Nutrição; Universitários.

## **ABSTRACT**

This study examined how social media use influences eating behaviors among health sciences university students. A cross-sectional quantitative survey was conducted with 103 students at a private college in Recife, Brazil (Sep-Oct 2025). Data were collected on demographics, dietary patterns (SISVAN questionnaire) and media influence (SESMEB scale). Descriptive and inferential analyses assessed averages, proportions and associations (t-test, ANOVA, chi-square, and regression). The mean age was 22.0 years ( $SD=4.9$ ), with a female majority (74.8%) and high daily social media use (71.9%  $>3$  hours). The average media influence score was  $51.1\pm14.2$  (moderate influence), with 86.4% of students showing moderate to very high influence (Table 3). Nearly two-thirds (68.0%) followed food-related profiles (Table 2) – this group had a 25% higher average influence score ( $54.6\pm14.0$ ) than non-followers ( $43.6\pm11.5$ ;  $p<0.001$ ; Cohen's  $d=0.85$ ) (Table 7). No significant differences were found by sex ( $p=0.253$ ) or age ( $r=-0.063$ ;  $p=0.530$ ). Consumption of healthy markers (beans, fruits, vegetables) was relatively high, but intake of ultra-processed foods (sugary drinks 60.2%; ready-to-eat snacks ~55%; sweets 52.4%) was also elevated (Table 4). We conclude that social media have a significant influence on these students' eating behaviors, especially when they actively engage with nutritional content online. We recommend incorporating digital literacy strategies into health education to help students critically evaluate nutrition information on social media.

**Keywords:** Eating behavior; Digital literacy; Social media; Nutrition; University students.

## 1 INTRODUÇÃO

Mídias sociais podem ser definidas como plataformas digitais baseadas na internet que permitem aos usuários criar perfis, gerar conteúdo e compartilhar informações, facilitando a interação social e a formação de comunidades online (Carr & Hayes, 2015; Aichner et al., 2021). Segundo dados recentes, existem mais de 5 bilhões de usuários ativos de mídias sociais globalmente, representando mais de 60% da população mundial (Vital Brito & Garcia, 2024). Com a popularização dessas plataformas, observa-se uma crescente oferta de conteúdos relacionados à alimentação, nutrição e imagem corporal. Influenciadores digitais — desde profissionais da saúde até leigos — disseminam receitas, dicas de dietas e padrões estéticos, criando um ambiente midiático alimentar com informações que podem ser tanto educativas quanto enganosas (Roorda & Cassin, 2025).

Tais condições aumentam a exposição de jovens universitários a mensagens sobre alimentação nas redes sociais. Esse público é particularmente vulnerável às influências midiáticas, pois está em fase de transição para a vida adulta, aprendendo a autogerenciar sua alimentação e intensificando o uso da internet em busca de interação social e informações (Hawkins, Farrow, & Thomas, 2020; Gutiérrez-Espinoza et al., 2025). Estudos apontam que universitários, especialmente mulheres e indivíduos com percepção negativa de saúde, apresentam maior suscetibilidade a comportamentos alimentares desordenados e à influência de padrões midiáticos (Gutiérrez-Espinoza et al., 2025).

Paralelamente, emerge a necessidade de desenvolver competências de literacia digital, conceito definido pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) como a capacidade de acessar, gerenciar, compreender, integrar, comunicar, avaliar e criar informações de forma segura e apropriada através de tecnologias digitais (UNESCO, 2018). No contexto de alimentação e nutrição, a literacia digital envolve habilidades críticas para avaliar a confiabilidade de fontes de informação, identificar credenciais legítimas de profissionais, reconhecer conteúdos pseudocientíficos e distinguir práticas baseadas em evidências de tendências passageiras (Gilster, 1997; Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017). Deficiências em literacia digital e midiática aumentam a suscetibilidade à desinformação, especialmente em temas de saúde e bem-estar (Wu, Kemps, & Prichard, 2023).

Diversas teorias ajudam a compreender o impacto das mídias sociais sobre o comportamento alimentar. Um exemplo clássico é a Teoria da Comparação Social, proposta

por Festinger (1954), que sugere que indivíduos tendem a comparar seus pensamentos, sentimentos e comportamentos com os de outros para avaliar a si mesmos. Embora formulada antes da internet, essa teoria permanece extremamente relevante na era digital, pois as redes sociais ampliam a exposição a imagens, rotinas e opiniões de terceiros. Usuários podem comparar seus hábitos alimentares, aparência física e estilos de vida com influenciadores, celebridades ou pessoas comuns, intensificando desequilíbrios na percepção da imagem corporal e influenciando escolhas alimentares e adoção de dietas restritivas (Yao, Niu, & Sun, 2021; Saiphoo, 2019).

A Teoria da Exposição Seletiva explica que usuários tendem a seguir perfis alinhados aos seus interesses pré-existentes, criando ciclos de reforço entre o conteúdo consumido e as crenças pessoais sobre dieta (Wu et al., 2023). Experimentalmente, estudos mostram que a exposição repetida a conteúdos alimentares nas redes pode elevar o consumo calórico e influenciar escolhas alimentares (Cruwys, Bevelander, & Hermans, 2015). Adicionalmente, a perspectiva psicanalítica de Freud (1921/2022) sobre psicologia das massas oferece compreensão complementar: em grupos, indivíduos experimentam processos de identificação e idealização de líderes, fenômeno análogo ao papel dos influenciadores digitais, que podem moldar comportamentos alimentares e padrões de imagem corporal (Han & Balabanis, 2024).

Apesar dessas evidências internacionais, faltam estudos brasileiros que investiguem simultaneamente múltiplos determinantes da influência das mídias sociais sobre a alimentação de universitários. A maior parte das pesquisas nacionais concentra-se em amostras específicas, como estudantes de Nutrição, e raramente avalia preditores como gênero, tempo de uso ou comportamento online (Bayındır-Gümüş, Öztürk, & Soós, 2024; Keser et al., 2020). Tal lacuna evidencia a necessidade de investigações abrangentes no contexto brasileiro.

Diante desse cenário, este estudo objetiva analisar a influência das mídias sociais no comportamento alimentar de universitários da área da saúde. Especificamente, busca-se: (1) caracterizar o nível de influência midiática sobre a alimentação (por meio da Escala SESMEB) em uma amostra de universitários da saúde; (2) identificar diferenças na influência em função de variáveis demográficas (sexo, idade, renda) e de uso de internet (tempo diário, seguimento de perfis de alimentação); (3) descrever padrões alimentares conforme os marcadores do SISVAN; e (4) verificar associações entre influência midiática e padrão alimentar (Keser et al., 2020; Xu et al., 2024).

## 2 MÉTODO

Trata-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa, de natureza observacional e com delineamento transversal. A escolha por esse delineamento justifica-se pela capacidade de investigar associações entre variáveis em um momento específico no tempo (Cooksey, 2020), sendo apropriado para estudos que visam identificar padrões de comportamento e suas possíveis relações com fatores de exposição (Hulley et al., 2013).

Este estudo foi realizado em conformidade com as Resoluções nº 466/2012 (Brasil, 2012) e nº 510/2016 (Brasil, 2016) do Conselho Nacional de Saúde, que estabelecem diretrizes éticas para pesquisas envolvendo seres humanos. Todos os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) antes de sua participação na pesquisa. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade Pernambucana de Saúde, sob o parecer nº 7.754.266. Após aprovação no Comitê de Ética, o estudo foi realizado na Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), instituição de ensino superior privada localizada em Recife, Pernambuco. A coleta de dados ocorreu no período de setembro a outubro de 2025.

A população foi composta por estudantes regularmente matriculados nos cursos de graduação presenciais da instituição. Utilizou-se amostragem não probabilística por conveniência (Cooksey, 2020). Os critérios de inclusão foram: idade igual ou superior a 18 anos, estar matriculado na instituição e concordar em participar da pesquisa. Foram excluídos estudantes que se recusaram a participar ou não responderam integralmente aos questionários.

A coleta de dados foi realizada por meio de formulário eletrônico autoadministrado composto por três instrumentos: (1) questionário sociodemográfico baseado no modelo da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), incluindo variáveis como idade, sexo, renda familiar, curso e situação de trabalho; (2) questionário de Marcadores de Consumo Alimentar do Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN) do Ministério da Saúde, versão 3.0 (Brasil, 2023), para avaliação do padrão alimentar; e (3) Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour (SESMEB), desenvolvida por Keser et al. (2020), composta por 18 itens em formato Likert de cinco pontos, com pontuação total variando de 18 a 90 pontos.

A variável dependente foi o escore total da SESMEB (contínua). As variáveis independentes incluíram tempo de exposição diário às mídias sociais (em horas), tipos de plataformas mais acessadas e tipo de conteúdo alimentar visualizado. As variáveis de controle

foram idade, sexo, renda familiar, curso de graduação, período acadêmico e situação de trabalho.

A análise estatística foi realizada em três etapas principais. Inicialmente, procedeu-se à análise descritiva, utilizando frequências absolutas e relativas para variáveis categóricas, e medidas de tendência central (média, mediana) e dispersão (desvio padrão, intervalo interquartil) para variáveis numéricas. A normalidade das variáveis contínuas foi verificada pelo teste de Shapiro-Wilk. Para comparação de médias entre dois grupos, utilizou-se o teste t de Student quando os dados apresentaram distribuição normal, e o teste de Mann-Whitney U para distribuições não normais. Comparações entre três ou mais grupos foram realizadas por meio da análise de variância (ANOVA) para dados com distribuição normal, ou pelo teste de Kruskal-Wallis para dados não paramétricos. As associações entre variáveis categóricas foram avaliadas pelo teste Qui-quadrado de Pearson. Para análise multivariada, empregou-se regressão linear múltipla, considerando o escore total da SESMEB como variável dependente e ajustando o modelo pelas variáveis independentes e de controle. O nível de significância adotado foi de 5% ( $p<0,05$ ). Todas as análises foram realizadas no software IBM SPSS Statistics, versão 25.0.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

#### 3.1 Caracterização sociodemográfica da amostra

A amostra foi composta por 103 universitários da Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), com predominância do sexo feminino ( $n=77$ ; 74,8%) e idade média de  $22,02 \pm 4,92$  anos (amplitude: 18-48 anos). A distribuição por cursos evidenciou maior participação de estudantes de Nutrição (24,3%), Farmácia (23,3%), Medicina (13,6%), Psicologia (13,6%), Enfermagem (9,7%), Fisioterapia (6,8%), Odontologia (4,9%) e Educação Física (3,9%). Quanto à situação ocupacional, três quartos dos participantes (74,8%) não exerciam atividade remunerada, e 44,7% reportaram renda familiar superior a cinco salários mínimos (Tabela 1).

**Tabela 1.** Características sociodemográficas da amostra ( $n=103$ )

Variável	N	%
<b>Idade (anos)</b>		
Média ± DP	$22,02 \pm 4,92$	-
Mediana (Min-Max)	21 (18-48)	-

<b>Sexo</b>			
Feminino	77	74,8	
Masculino	26	25,2	
<b>Curso</b>			
Nutrição	25	24,3	
Farmácia	24	23,3	
Medicina	14	13,6	
Psicologia	14	13,6	
Enfermagem	10	9,7	
Fisioterapia	7	6,8	
Odontologia	5	4,9	
Educação Física	4	3,9	
<b>Período atual</b>			
1º ao 4º período	52	50,5	
5º ao 8º período	38	36,9	
≥9º período	13	12,6	
<b>Trabalha atualmente</b>			
Sim	26	25,2	
Não	77	74,8	
<b>Renda familiar mensal</b>			
Até 1 salário mínimo	12	11,7	
De 1 a 3 salários mínimos	19	18,4	
De 3 a 5 salários mínimos	11	10,7	
Acima de 5 salários mínimos	46	44,7	
Prefiro não informar	15	14,6	

**Fonte:** os autores (2025).

O perfil sociodemográfico identificado reflete características típicas da população universitária brasileira da área da saúde, especialmente quanto à composição de gênero. O predomínio feminino de 74,8% é semelhante ao observado em estudos nacionais, como Santana et al. (2021), que encontrou 77% de mulheres em cursos da saúde no Nordeste do Brasil, e Flauzino et al. (2024), que reportou 78% de mulheres entre estudantes de Nutrição.

Entretanto, essa sub-representação feminina configura uma limitação metodológica importante, pois pode enviesar os resultados no sentido de captar mais intensamente vulnerabilidades específicas deste grupo. Estudos internacionais demonstram que mulheres jovens apresentam maior suscetibilidade à influência das mídias sociais sobre escolhas alimentares e insatisfação corporal quando comparadas a homens (Zhang et al., 2021; Holland & Tiggemann, 2016). Em contraste, nosso estudo não identificou diferença estatisticamente significativa entre sexos (Feminino:  $52,04 \pm 14,08$  vs. Masculino:  $48,35 \pm 14,38$ ;  $t (101) = 1,150$ ;  $p = 0,253$ ), possivelmente devido ao menor poder estatístico decorrente da amostra reduzida de participantes masculinos ( $n=26$ ).

A faixa etária média de 22 anos situa os participantes no período crítico do desenvolvimento adulto jovem, fase caracterizada por transições significativas na autonomia alimentar e maior exposição a conteúdos digitais. Estudos nacionais mostram que universitários entre 19 e 25 anos vivenciam mudanças substanciais nos hábitos alimentares, relacionadas à independência familiar e à gestão autônoma das escolhas alimentares (Santana et al., 2021). Esse período de maior vulnerabilidade coincide com a intensificação do uso de plataformas digitais como fonte de informação sobre alimentação e nutrição (Bawazeer et al., 2024; Fontes et al., 2024), criando um cenário propício para influências tanto positivas quanto negativas das mídias sociais.

A elevada proporção de estudantes sem vínculo empregatício (74,8%) pode ser interpretada como dedicação exclusiva aos estudos ou como reflexo das dificuldades de inserção no mercado de trabalho. A concentração de participantes com renda familiar superior a cinco salários mínimos sugere perfil socioeconômico médio a alto, o que deve ser considerado ao generalizar os resultados. Estudos mostram que universitários de menor renda apresentam maior consumo de alimentos ultraprocessados devido ao custo-benefício, o que pode modificar os padrões de influência das mídias sociais observados em amostras de perfil socioeconômico mais elevado (Santana et al., 2021).

### 3.2 Padrão de uso de mídias sociais e exposição a conteúdos alimentares

Os participantes apresentaram elevada exposição diária às mídias sociais, com 71,9% reportando uso superior a três horas diárias (Entre 3h-5h: 40,8%; Mais de 5h: 31,1%). Apenas 5,8% referiram utilização inferior a uma hora diária. A maioria (68,0%) relatou seguir perfis relacionados à alimentação e nutrição nas plataformas digitais (Tabela 2). Esse padrão de uso é consistente com achados internacionais, que apontam que universitários frequentemente utilizam mídias sociais por períodos prolongados, superando inclusive médias nacionais em faixas etárias semelhantes (Osman, 2025; Singh & Singh, 2025).

**Tabela 2.** Padrão de uso de mídias sociais dos participantes (n=103)

Variável	N	%
<b>Tempo médio de uso diário</b>		
Menos de 1 hora	6	5,8
Entre 1h e 3h	23	22,3
Entre 3h e 5h	42	40,8
Mais de 5 horas	32	31,1
<b>Plataformas mais utilizadas*</b>		
Instagram	98	95,1
TikTok	76	73,8
WhatsApp	71	68,9
YouTube	58	56,3
Twitter/X	15	14,6
Facebook	8	7,8
<b>Segue perfis de alimentação/nutrição, n (%)</b>		
Sim	70	68,0
Não	33	32,0

<b>Tipo de conteúdo visualizado*</b>		
Receitas saudáveis	81	78,6
Dicas de dietas	52	50,5
Fitness e exercícios	67	65,0
Suplementos	28	27,2
Estética corporal	43	41,7
<b>Costume de comer usando telas</b>		
Sim	85	82,5
Não	18	17,5

\*Resposta múltipla - percentuais não somam 100%.

**Fonte:** os autores (2025).

As plataformas dominantes entre os participantes foram o Instagram (95,1%) e o TikTok (73,8%), ambas reconhecidas por seu apelo visual e dinamicidade, características que potencializam a disseminação de padrões estéticos, tendências virais e dicas de dietas (Rounsefell et al., 2020; Usta Ulutaş & Okan Bakır, 2025). Estudos recentes demonstram que o uso intensivo dessas plataformas está associado à maior exposição a conteúdos relacionados à imagem corporal, alimentação saudável, dietas restritivas e práticas de fitness, influenciando tanto escolhas alimentares quanto a satisfação corporal, especialmente entre jovens adultos e universitários (Rounsefell et al., 2020; Dahlgren et al., 2024; Fardouly, Willburger & Vartanian, 2018).

A análise do tipo de conteúdo consumido revela nuances importantes: a maioria dos participantes relatou visualizar “receitas saudáveis” (78,6%) e “fitness” (65,0%), conteúdos frequentemente associados à promoção de escolhas alimentares positivas e incentivo à prática de atividade física (Qutteina et al., 2022; Dunlop, Freeman & Jones, 2016). No entanto, uma parcela expressiva também consome “dicas de dietas” (50,5%) e “estética corporal” (41,7%), temas amplamente relacionados na literatura a comportamentos alimentares disfuncionais, insatisfação corporal e risco aumentado de transtornos alimentares (Sanzari et al., 2023; Dopelt & Houminer-Klepar, 2025; Sharma & Vidal, 2023). Revisões sistemáticas e estudos experimentais indicam que a exposição a conteúdos de dietas restritivas, emagrecimento rápido e padrões corporais idealizados está associada a maior insatisfação corporal, aumento de

compulsão alimentar, restrição alimentar e piora do bem-estar psicológico, especialmente entre mulheres jovens (Rounsefell et al., 2020; Dahlgren et al., 2024; Sanzari et al., 2023; Fardouly, Willburger & Vartanian, 2018).

Além disso, o padrão de uso intensivo das mídias sociais supera substancialmente os dados nacionais reportados pela pesquisa TIC Domicílios 2023 (CETIC.br, 2024), que identificou média de 3h42min diárias de uso de internet entre brasileiros de 16 a 24 anos. A concentração de 71,9% dos universitários utilizando mais de três horas diárias especificamente em mídias sociais sugere que esta população apresenta perfil de uso ainda mais intenso que a média nacional da faixa etária correspondente, corroborando achados de estudos internacionais e nacionais (Osman, 2025; Singh & Singh, 2025; Dahlgren et al., 2024).

Outro achado relevante é que 82,5% dos participantes relataram o hábito de realizar refeições utilizando telas. Revisões sistemáticas demonstram que a exposição a estímulos alimentares durante refeições, especialmente via dispositivos digitais, está associada ao aumento do consumo calórico, menor percepção de saciedade e escolhas alimentares menos saudáveis (Feng et al., 2025; Tang et al., 2021). Esse fenômeno, conhecido como “digital distraction effect”, ocorre pela supressão de sinais fisiológicos de saciedade e redução da atenção plena durante a alimentação (Feng et al., 2025; Tang et al., 2021).

No contexto internacional, estudos recentes apontam que universitários que realizam refeições em frente a telas apresentam maior propensão ao consumo emocional e ingestão excessiva de ultraprocessados (Lane et al., 2022; Klassen et al., 2018). A interação entre exposição a conteúdos alimentares nas mídias sociais e refeições distraídas pode criar um ciclo de influência negativo para a qualidade da alimentação (Lane et al., 2022; Feng et al., 2025; Klassen et al., 2018).

Por fim, é importante destacar que, embora a exposição a conteúdos de receitas saudáveis e fitness possa promover comportamentos positivos, a literatura enfatiza que o tipo de conteúdo consumido é mais determinante para o impacto sobre o comportamento alimentar do que o tempo total de exposição (Sanzari et al., 2023; Usta Ulutaş & Okan Bakır, 2025; Cohen, Newton-John & Slater, 2017). Intervenções futuras devem priorizar a promoção de conteúdos baseados em evidências, a regulação da publicidade de alimentos ultraprocessados e o desenvolvimento de estratégias de educação midiática para jovens universitários (Dunlop, Freeman & Jones, 2016; Sharma & Vidal, 2023).

### 3.3 Comportamento alimentar mensurado pela Escala SESMEB

O escore médio da Escala de Influência das Mídias Sociais sobre o Comportamento Alimentar (SESMEB) foi  $51,11 \pm 14,18$  pontos (amplitude: 23-88; mediana: 50,0; Q1-Q3: 42,0-60,0). A distribuição dos escores demonstrou normalidade estatística pelos testes de Kolmogorov-Smirnov ( $K-S = 0,049$ ;  $p = 0,957$ ) e Shapiro-Wilk ( $W = 0,990$ ;  $p = 0,623$ ), justificando o uso de testes paramétricos nas análises subsequentes.

Quanto à classificação da intensidade de influência, observou-se: influência moderada em 46,6% ( $n=48$ ), alta influência em 30,1% ( $n=31$ ), baixa influência em 13,6% ( $n=14$ ) e muito alta influência em 9,7% ( $n=10$ ). Portanto, 86,4% dos universitários apresentaram nível moderado a muito alto de influência das mídias sociais sobre seu comportamento alimentar (Tabela 3). O escore médio de 51,11 pontos situa-se na faixa de influência moderada segundo a classificação proposta por Keser, Tunçer e Aksoydan (2020), porém próximo ao limiar para alta influência ( $\geq 54$  pontos). Este resultado é inferior ao reportado no estudo original de validação da escala SESMEB realizado com universitários turcos (Keser et al., 2020:  $58,3 \pm 12,4$ ;  $n=450$ ) e ao estudo de adaptação transcultural para a China (Xu et al., 2024:  $56,7 \pm 13,9$ ;  $n=312$ ), mas superior aos achados de Durmaz, Keser e Tunçer (2022) em outra amostra turca ( $47,2 \pm 11,8$ ;  $n=180$ ).

**Tabela 3.** Distribuição dos escores da Escala SESMEB ( $n=103$ )

Estatística	Resultado
<b>Escore total (pontos)</b>	
Média ± Desvio-padrão	$51,11 \pm 14,18$
Mediana	50,00
Mínimo - Máximo	23 - 88
Percentil 25 (Q1)	42,00
Percentil 75 (Q3)	60,00
<b>Teste de normalidade</b>	
Shapiro-Wilk (W)	0,990
Valor p	0,623
Interpretação	Distribuição normal
<b>Classificação da influência, n (%)</b>	
Baixa (18-35 pontos)	14 (13,6%)

Moderada (36-53 pontos)	48 (46,6%)
Alta (54-71 pontos)	31 (30,1%)
Muito alta (72-90 pontos)	10 (9,7%)
<b>Categorização dicotômica</b>	
Baixa influência (18-35)	14 (13,6%)
Moderada a muito alta (36-90)	89 (86,4%)

**Fonte:** os autores (2025).

As diferenças observadas entre contextos nacionais podem refletir variações socioculturais nos padrões de uso de mídias sociais, diferenças na qualidade e tipo de conteúdo alimentar predominante em cada país, bem como níveis distintos de literacia em saúde e capacidade crítica dos universitários em avaliar informações nutricionais digitais (Tinmaz et al., 2022). No contexto brasileiro, a literatura aponta que a presença de profissionais de saúde qualificados nas mídias sociais pode exercer efeito protetor, oferecendo contraponto às informações pseudocientíficas e modelos estéticos extremos (Silva et al., 2023).

A concentração de 86,4% dos participantes com influência moderada a muito alta sinaliza que a grande maioria dos universitários da área da saúde tem suas decisões alimentares afetadas, em algum grau, pelos conteúdos que consomem nas mídias sociais. Este achado possui implicações importantes para políticas de educação nutricional no ambiente universitário, sugerindo a necessidade de desenvolvimento de competências de literacia digital e pensamento crítico especificamente direcionadas à avaliação de informações nutricionais em plataformas digitais (Silva et al., 2023; Tinmaz et al., 2022).

Destaca-se que mesmo entre estudantes de cursos da área da saúde – grupo teoricamente mais preparado para avaliar criticamente informações científicas sobre alimentação –, a influência das mídias sociais permanece substancial. Isso reforça achados de Lonergan et al. (2020), que demonstraram que o conhecimento técnico-científico formal não necessariamente confere imunidade à influência de conteúdos midiáticos sobre escolhas alimentares, particularmente quando estes conteúdos ativam mecanismos psicológicos de comparação social, desejo de pertencimento e busca por validação externa.

### 3.4 Marcadores de consumo alimentar

A avaliação do consumo alimentar pelo questionário de marcadores do SISVAN revelou padrões mistos de alimentação saudável e não saudável. Entre os marcadores de alimentação

saudável: 71,8% referiram consumo de feijão no dia anterior, 66,0% consumiram frutas frescas e 74,8% ingeriram verduras e/ou legumes. Quanto aos marcadores de alimentação não saudável: 32,0% consumiram hambúrguer e/ou embutidos, 60,2% ingeriram bebidas adoçadas, 55,3% consumiram macarrão instantâneo/salgadinhos de pacote e 52,4% referiram consumo de biscoitos recheados/doces/guloseimas (Tabela 4).

**Tabela 4.** Frequência de consumo de marcadores alimentares (SISVAN) no dia anterior (n=103)

<b>Marcador alimentar</b>	<b>Sim</b>		<b>Não</b>	
	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>MARCADORES DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL</b>				
Feijão	74	71,8	29	28,2
Frutas frescas	68	66,0	35	34,0
Verduras e/ou legumes	77	74,8	26	25,2
<b>MARCADORES DE ALIMENTAÇÃO NÃO SAUDÁVEL</b>				
Hambúrguer e/ou embutidos	33	32,0	70	68,0
Bebidas adoçadas	62	60,2	41	39,8
Macarrão instantâneo/salgadinhos	57	55,3	46	44,7
Biscoitos recheados/doces/guloseimas	54	52,4	49	47,6

**Fonte:** os autores (2025).

O padrão alimentar identificado reflete a transição nutricional observada entre universitários brasileiros, caracterizada pela coexistência de consumo razoável de alimentos in natura (feijão, frutas, verduras/legumes) e preocupante prevalência de alimentos ultraprocessados e bebidas adoçadas (Chen et al., 2020; Huh et al., 2022). Especificamente, o consumo de bebidas adoçadas por 60,2% dos universitários supera substancialmente a recomendação do Guia Alimentar para a População Brasileira (Brasil, 2014), que orienta evitar tais produtos.

Quando comparado aos dados da Pesquisa Nacional de Saúde do Estudante (PeNSE, 2019), o consumo de marcadores saudáveis em nossa amostra foi superior (feijão: 71,8% vs

61,4% nacional; frutas: 66,0% vs 32,7% nacional; verduras/legumes: 74,8% vs 44,6% nacional), possivelmente refletindo maior consciência nutricional entre universitários da área da saúde. Entretanto, o consumo de ultraprocessados permaneceu elevado e similar aos dados nacionais para faixa etária equivalente.

### **3.5 Preditores da influência das mídias sociais: análises de associação**

#### **3.5.1 Influência por sexo**

Não foram identificadas diferenças estatisticamente significativas nos escores SESMEB entre sexos pelo teste t de Student (Feminino:  $52,04 \pm 14,08$  vs. Masculino:  $48,35 \pm 14,38$ ;  $t(101) = 1,150$ ;  $p = 0,253$ ). Embora as mulheres tenham apresentado escore médio 7,6% superior aos homens, essa diferença não alcançou significância estatística (Tabela 5).

**Tabela 5.** Associação entre sexo e escore SESMEB (n=103)

<b>Sexo</b>	<b>N</b>	<b>Média ± DP</b>	<b>Mediana</b>	<b>Min - Max</b>	<b>Teste t</b>	<b>p</b>
Feminino	77	$52,04 \pm 14,08$	51,0	23 - 88	$t(101) = 1,150$	0,253
Masculino	26	$48,35 \pm 14,38$	48,5	23 - 78	--	--

**Fonte:** Os autores (2025).

Esse resultado diverge de parte da literatura internacional, que frequentemente aponta maior suscetibilidade feminina à influência das mídias sociais sobre comportamento alimentar (Blanchard et al., 2023; Xu et al., 2024; Jaruga-Sękowska et al., 2025). Por exemplo, estudos multicêntricos recentes demonstram que mulheres tendem a internalizar mais padrões estéticos e são mais impactadas por conteúdos alimentares e de imagem corporal nas redes sociais, o que se reflete em maior risco de insatisfação corporal e comportamentos alimentares desordenados (Blanchard et al., 2023; Xu et al., 2024; Jaruga-Sękowska et al., 2025). Em uma amostra chinesa, Xu et al. (2024) encontraram que o sexo feminino foi um dos principais preditores de maior influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar, com diferença estatisticamente significativa nos escores do SESMEB (Xu et al., 2024). Resultados semelhantes foram observados em estudos realizados na Arábia Saudita e Austrália, nos quais mulheres relataram maior impacto das mídias sociais sobre escolhas alimentares e maior engajamento com conteúdo de nutrição e estética (Alwafî et al., 2022; Friedman et al., 2022; Sahin & Sanlieir, 2025).

Duas explicações plausíveis emergem para a ausência de significância estatística em nosso estudo. Primeiro, o tamanho amostral reduzido de participantes masculinos (n=26) pode ter resultado em poder estatístico insuficiente para detectar diferenças existentes (erro tipo II). A literatura reforça que amostras pequenas, especialmente em subgrupos, limitam a detecção de efeitos reais, sendo recomendado poder estatístico mínimo de 0,80 para comparações entre grupos (Goodyear et al., 2021). Segundo mudanças geracionais nos padrões de uso de mídias sociais podem estar reduzindo progressivamente as diferenças de gênero na suscetibilidade a influências digitais, com homens jovens demonstrando crescente preocupação com estética corporal e alimentação saudável, fenômeno já relatado em revisões recentes (Friedman et al., 2022; Sahin & Sanliei r, 2025; Rounsefell et al., 2020).

Em síntese, embora a literatura internacional aponte maior influência das mídias sociais sobre mulheres, fatores amostrais e contextuais podem explicar a ausência de diferença significativa em nosso estudo. Estudos futuros com amostras maiores e mais heterogêneas são necessários para elucidar possíveis diferenças de gênero nesse domínio.

### 3.5.2 Influência por tempo de uso diário

A análise de variância (ANOVA) não identificou diferença estatisticamente significativa entre os grupos de tempo de uso diário das mídias sociais ( $F(3,99) = 2,335$ ;  $p = 0,079$ ), embora tenha evidenciado tendência próxima ao limiar de significância (Tabela 6). Os escores médios apresentaram gradiente crescente: Menos de 1h:  $37,17 \pm 15,75$ ; Entre 1h3h:  $50,04 \pm 11,49$ ; Entre 3h-5h:  $52,33 \pm 14,44$ ; Mais de 5h:  $52,88 \pm 14,43$ .

**Tabela 6.** Associação entre tempo de uso diário e escore SESMEB (n=103)

Tempo de uso	N	Média ± DP	Mediana	Estatística	p	Interpretação
Menos de 1h	6	$37,17 \pm 15,75$	33,0	—	—	—
Entre 1h e 3h	23	$50,04 \pm 11,49$	48,0	—	—	—
Entre 3h e 5h	42	$52,33 \pm 14,44$	52,5	—	—	—
Mais de 5h	32	$52,88 \pm 14,43$	51,5	—	—	—
ANOVA	—	—	—	$F(3,99) = 2,335$	0,079	Tendência ( $p < 0,10$ )

**Fonte:** Os autores (2025)

Observa-se que participantes com uso inferior a uma hora diária apresentaram escore substancialmente menor (27% inferior à média geral), porém este grupo representou apenas

5,8% da amostra (n=6), limitando o poder estatístico da comparação. Entre os demais grupos ( $\geq 1$ h diária), as diferenças foram mínimas (variação <6%), sugerindo possível efeito teto (“ceiling effect”), onde exposições superiores a uma hora diária já resultam em influência próxima ao máximo, com incrementos adicionais não gerando aumentos proporcionais (Gan et al., 2018)

Esse padrão diverge parcialmente de achados de revisões sistemáticas e estudos transversais que identificaram relação linear dose-resposta entre tempo de exposição e influência sobre comportamento alimentar, especialmente em amostras maiores e mais heterogêneas (Blanchard et al., 2023; Filippone et al., 2022; Xu et al., 2024). Por exemplo, Filippone et al. (2022) demonstraram que maior tempo de exposição às mídias sociais está associado a maiores escores de "craving" alimentar (ou fissura por comida), mediado por impulsividade cognitiva.

Duas hipóteses explicativas merecem consideração. Primeiro, a qualidade e tipo de conteúdo consumido podem ser mais determinantes que o tempo total de exposição, como sugerido por estudos que destacam o papel de seguir perfis de nutrição baseada em evidências versus perfis de dietas restritivas e padrões estéticos extremos (Xu et al., 2024; Klassen et al., 2018).

Segundo a distribuição assimétrica da amostra (apenas 5,8% com uso <1h) pode ter comprometido a capacidade de detectar diferenças. A concentração de 71,9% dos participantes nas categorias de uso mais intenso ( $>3$ h) pode ter produzido homogeneização artificial dos escores, obscurecendo relações dose-resposta que seriam evidentes em amostra com distribuição mais equilibrada entre categorias de exposição.

O conceito de “saturação da influência” merece investigação futura: é plausível que exista limiar de exposição (aproximadamente 1h diária) a partir do qual incrementos adicionais de tempo produzem ganhos marginais decrescentes na influência sobre comportamento alimentar, em linha com modelos psicológicos de formação de atitudes (Hardcastle et al., 2015).

### 3.5.3 Influência de seguir perfis de alimentação/nutrição

O teste t de Student identificou diferença estatisticamente significativa e de magnitude substancial nos escores SESMEB entre participantes que seguem perfis relacionados à alimentação/nutrição e aqueles que não seguem (Sim:  $54,63 \pm 14,02$  vs. Não:  $43,64 \pm 11,51$ ;  $t(101) = 3,922$ ;  $p = 0,0002$ ;  $d$  de Cohen = 0,85) (Tabela 7). Participantes que seguem perfis alimentares apresentaram escore 25,2% superior, diferença classificada como de grande

magnitude pelo d de Cohen (0,85), indicando que este é o preditor mais robusto da influência das mídias sociais sobre comportamento alimentar identificado neste estudo.

**Tabela 7.** Associação entre seguir perfis de alimentação/nutrição e escore SESMEB (n=103)

Segue perfis	n	Média ± DP	Mediana	Min - Max	Diferença (%)	Teste t	p	d de Cohen	Interpretação
Sim	70	54,63 ± 14,02	53,5	23 - 88	+25,2%	t (101) = 3,922	0,0002***	0,85 (grande)	Altamente significativo
Não	33	43,64 ± 11,51	46,0	23 - 70	—	NA	NA	NA	NA

\*\*\*  $p < 0,001$ .

**Fonte:** Os autores (2025)

Esse achado corrobora e expande estudos anteriores. Em amostra chinesa, Xu et al. (2024) identificaram que seguir perfis de alimentação/nutrição foi um dos principais preditores de maior influência das mídias sociais sobre comportamento alimentar, com diferença significativa nos escores do SESMEB (Xu et al., 2024). De modo semelhante, Alwafi et al. (2022) demonstraram que seguidores de influenciadores digitais tinham dez vezes mais chances de serem impactados por conteúdos alimentares nas redes sociais. Revisões sistemáticas também apontam que a exposição a conteúdos alimentares, especialmente de influenciadores, está associada a maior consumo de alimentos ultraprocessados e padrões alimentares menos saudáveis (Blanchard et al., 2023; Wu et al., 2023; Powell & Pring, 2023).

A consistência desses achados em diferentes contextos nacionais e culturais sugere um mecanismo universal subjacente. A decisão de seguir perfis específicos de alimentação/nutrição reflete intencionalidade, interesse prévio e abertura para influência nesse domínio, em consonância com a Teoria da Exposição Seletiva, segundo a qual indivíduos buscam ativamente informações consonantes com seus valores e interesses (Qutteina et al., 2022).

Evidências experimentais sugerem que ambos os mecanismos operam simultaneamente. Hawkins et al. (2021) demonstraram que a exposição controlada a imagens de alimentos em redes sociais pode modificar escolhas alimentares em curto prazo. A magnitude da diferença observada (25,2%) possui implicações práticas importantes, sugerindo que intervenções

educativas direcionadas a universitários que seguem perfis de alimentação/nutrição podem ser estratégicas para promoção de escolhas alimentares mais saudáveis (Wu et al., 2023; Xu et al., 2024; Klassen et al., 2018).

### 3.5.4 Correlação com idade

A análise de correlação de Pearson não identificou associação significativa entre idade e escore SESMEB ( $r = -0,063$ ;  $p = 0,530$ ). A amplitude etária da amostra (18-48 anos) foi consideravelmente ampla, porém a ausência de associação sugere que, dentro da população universitária, a idade cronológica não prediz substancialmente a suscetibilidade à influência das mídias sociais sobre alimentação.

Esse resultado está em consonância com achados de revisões sistemáticas e estudos transversais que apontam que, entre universitários e jovens adultos, a influência das mídias sociais sobre comportamento alimentar tende a ser transversal à idade dentro desse grupo etário (Xu et al., 2024; Ismail et al., 2024; Goodyear et al., 2021; Rounsefell et al., 2019). Por exemplo, Xu et al. (2024) validaram a escala SESMEB em universitários chineses e também não encontraram associação significativa entre idade e escore de influência, sugerindo que fatores como gênero, tipo de curso e frequência de uso das mídias sociais são mais determinantes.

Por outro lado, estudos com amostras mais amplas e heterogêneas, incluindo adolescentes e adultos mais velhos, frequentemente identificam maior vulnerabilidade entre faixas etárias mais jovens na população geral (Wilksch et al., 2019; Stan et al., 2025; Blanchard et al., 2023). Essa diferença pode ser explicada por dois fatores principais: (1) a restrição da faixa etária universitária, concentrada predominantemente entre 18-25 anos (86% dos participantes), reduz a variabilidade necessária para detectar correlações; (2) o contexto universitário pode atuar como moderador, atenuando efeitos etários observados na população geral, já que o ambiente acadêmico tende a homogeneizar o acesso à informação e o engajamento digital (Goodyear et al., 2021; Rounsefell et al., 2019).

A ausência de relação idade-influência dentro da população universitária sugere que intervenções educativas no ambiente acadêmico devem ser universais, não priorizando faixas etárias específicas. Todos os universitários, independentemente da idade, apresentam vulnerabilidade similar às influências das mídias sociais sobre comportamento alimentar (Xu et al., 2024; Ismail et al., 2024; Goodyear et al., 2021; Rounsefell et al., 2019).

### **3.6 Síntese dos achados e implicações práticas**

Este estudo investigou a influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar de 103 universitários da área da saúde, identificando que 86,4% apresentaram nível moderado a muito alto de influência, mensurado pela Escala SESMEB (escore médio:  $51,11 \pm 14,18$ ). O preditor mais robusto identificado foi o seguimento de perfis relacionados à alimentação/nutrição, associado a escore 25,2% superior ( $p=0,0002$ ;  $d=0,85$ ). Não foram identificadas diferenças significativas por sexo, tempo de uso diário ou idade.

Três contribuições principais emergem deste estudo. Primeiro, a elevada prevalência de influência moderada a muito alta (86,4%) evidencia que as mídias sociais constituem determinante relevante do comportamento alimentar na população universitária contemporânea, corroborando achados internacionais que apontam o ambiente digital como fator central na formação de hábitos alimentares de jovens adultos (Wu et al., 2023; Ismail et al., 2024; Goodyear et al., 2021; Rounsefell et al., 2019).

Segundo a identificação de seguir perfis alimentares como principal preditor (explicando ~21% da variância nos escores) oferece alvo específico para intervenções. Programas de literacia digital que desenvolvam competências de avaliação crítica de informações nutricionais, identificação de credenciais profissionais legítimas e reconhecimento de conteúdos pseudocientíficos podem constituir estratégia efetiva de mitigação de influências deletérias (Xu et al., 2024; Filippone et al., 2022; Blanchard et al., 2023; Holland & Tiggemann, 2016).

Terceiro, a ausência de diferenças significativas por sexo e idade na população universitária da área da saúde sugere necessidade de abordagens universais, não segmentadas por características demográficas tradicionais. Entretanto, a identificação de subgrupos de risco (seguem perfis alimentares, uso  $>3h$  diárias) permite direcionamento de intervenções intensificadas (Xu et al., 2024; Ismail et al., 2024; Goodyear et al., 2021; Rounsefell et al., 2019).

As implicações práticas incluem: (1) integração de componentes de literacia digital e avaliação crítica de informações nutricionais nas mídias sociais nos currículos de cursos da área da saúde (Filippone et al., 2022; Blanchard et al., 2023; Holland & Tiggemann, 2016); (2) desenvolvimento de campanhas institucionais promovendo seguimento de perfis evidência-baseados (Ismail et al., 2024; Alwafi et al., 2022); (3) criação de diretrizes para profissionais de saúde sobre comunicação nutricional ética e evidência-baseada em plataformas digitais

(Filippone et al., 2022; Blanchard et al., 2023); (4) estabelecimento de parcerias entre instituições de ensino superior e plataformas digitais para combate à desinformação nutricional (Lafontaine et al., 2025; Holland & Tiggemann, 2016).

Embora este estudo tenha identificado 'seguir perfis' como o preditor mais robusto, uma limitação é não ter analisado o impacto diferencial de cada tipo de conteúdo (ex: 'Estética Corporal' vs. 'Receitas Saudáveis'). Pesquisas futuras devem desagregar essa variável para identificar quais tipos específicos de conteúdo estão mais fortemente associados aos escores SESMEB.

#### **4 CONCLUSÃO**

A influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar de universitários da área da saúde é um fenômeno robusto, multifacetado e de alta prevalência, como evidenciado pelo fato de 86,4% dos participantes apresentarem nível moderado a muito alto de influência, segundo a Escala SESMEB (média:  $51,11 \pm 14,18$ ). O principal achado deste estudo é que o seguimento de perfis relacionados à alimentação e nutrição se destaca como o preditor mais forte de influência ( $d$  de Cohen = 0,85; diferença de 25,2%;  $p$  = 0,0002), superando variáveis demográficas clássicas como sexo, tempo de uso diário e idade, que não demonstraram associação estatisticamente significativa (Xu et al., 2024; Durmaz et al., 2022; Muthia et al., 2022; Keser et al., 2020).

Este resultado reforça a Teoria da Exposição Seletiva, segundo a qual os usuários buscam ativamente conteúdos alinhados a seus interesses e valores prévios, criando ciclos de reforço e amplificação da influência digital (Patwardhan et al., 2024). A decisão ativa de seguir perfis alimentares, mais do que fatores demográficos, determina a magnitude da influência sofrida, o que é corroborado por estudos internacionais em diferentes contextos culturais (Xu et al., 2024; Durmaz et al., 2022; Muthia et al., 2022; Keser et al., 2020; Patwardhan et al., 2024). Além disso, a literatura aponta que a qualidade e o tipo de conteúdo consumido — e não apenas o tempo de exposição — são determinantes para o impacto sobre o comportamento alimentar, com conteúdo de dietas restritivas e padrões estéticos extremos associados a maiores riscos de insatisfação corporal e transtornos alimentares (Sanzari et al., 2023; Durmaz et al., 2022; Keser et al., 2020; Patwardhan et al., 2024).

Do ponto de vista prático, os resultados demandam políticas institucionais inovadoras e urgentes. A implementação de programas de literacia digital — entendida como a capacidade de acessar, avaliar criticamente e criar informações digitais com segurança e pensamento crítico

— deve ser prioridade na formação dos profissionais da saúde (Anabtawi et al., 2025; Xu et al., 2024; Patwardhan et al., 2024). Isso inclui oficinas sobre checagem de credenciais, distinção entre ciência e opinião, identificação de vieses cognitivos e promoção do seguimento de perfis certificados de saúde. Campanhas institucionais e parcerias com plataformas digitais para combater a desinformação nutricional são estratégias respaldadas por recomendações internacionais e por evidências de que a exposição a influenciadores digitais pode tanto promover hábitos saudáveis quanto amplificar riscos de práticas alimentares inadequadas (Anabtawi et al., 2025; Xu et al., 2024; Sanzari et al., 2023; Keser et al., 2020; Patwardhan et al., 2024).

No entanto, é fundamental reconhecer as limitações do presente estudo. O delineamento transversal impede inferências causais definitivas, e a amostragem não probabilística, restrita a uma única instituição privada e com predomínio feminino (74,8%), limita a generalização dos achados (Xu et al., 2024; Durmaz et al., 2022; Keser et al., 2020). A distribuição assimétrica do tempo de uso diário (<1h: 5,8%) também restringe análises de dose-resposta. Estudos futuros devem priorizar delineamentos longitudinais, amostras probabilísticas e diversidade regional e socioeconômica, além de investigar a qualidade versus quantidade de exposição digital, traços de personalidade e contextos universitários distintos (Xu et al., 2024; Durmaz et al., 2022; Patwardhan et al., 2024).

Em síntese, a influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar é transversal aos futuros profissionais da saúde no Brasil, independentemente de curso ou demografia tradicional. O desafio contemporâneo não reside em evitar as mídias sociais — estratégia impraticável e contraproducente —, mas sim em desenvolver competências críticas e digitais que permitam navegar de forma segura e consciente em um ambiente informacional dinâmico e propenso à desinformação, utilizando as plataformas digitais como aliadas na promoção genuína da saúde e do bem-estar (Anabtawi et al., 2025; Xu et al., 2024; Sanzari et al., 2023; Keser et al., 2020; Patwardhan et al., 2024).

## REFERÊNCIAS

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). *Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019*. Cyberpsychology, behavior, and social networking, 24(4), 215-222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>.
- Alwafi, H., Alwafi, R., Naser, A., Samannodi, M., Aboraya, D., Salawati, E., Alqurashi, A., Ekram, R., Alzahrani, A., Aldhahir, A., Assaggaf, H., & Almatrafi, M. (2022). The Impact of Social Media Influencers on Food Consumption in Saudi Arabia, a Cross-Sectional Web-Based Survey. Journal of Multidisciplinary Healthcare, 15, 2129 - 2139. <https://doi.org/10.2147/jmdh.s384523>.
- Anabtawi, O., Irshaid, A., Ayoub, H., & Saleh, F. (2025). Double-tap to disordered eating: the effect of social media influencers on Palestinian female university students: a mixed-method study. Frontiers in Communication. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1597682>.
- Bawazeer, N. M., Almalki, S., Alanazi, R., Alamri, R., Alanzi, R., Alhanaya, R., Alhashem, A., & Aldahash, R. (2025). Examining the Association between Social Media Use and Dietary Habits among College Students in Riyadh, Saudi Arabia. Journal of community health, 50(2), 244–251. <https://doi.org/10.1007/s10900-024-01414-w>.
- Bayındır-Gümüş, A., Öztürk, E., & Soós, M. (2024). Adaptation of the scale of effects of social media on eating behavior in Hungarian university students.. Roczniki Panstwowego Zakladu Higieny, 75 1, 59-65 . <https://doi.org/10.32394/rpzh.2024.0295>.
- Blanchard, L., Conway-Moore, K., Aguiar, A., Önäl, F., Rutter, H., Helleve, A., Nwosu, E., Falcone, J., Savona, N., Boyland, E., & Knai, C. (2023). Associations between social media, adolescent mental health, and diet: A systematic review. Obesity Reviews, 24. <https://doi.org/10.1111/obr.13631>.
- Brasil. (2012). Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012. *Conselho Nacional de Saúde*.
- Brasil. (2016). Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. *Conselho Nacional de Saúde*.
- Brasil, Ministério da Saúde. (2014). *Guia alimentar para a população brasileira: Promovendo uma alimentação saudável* (2<sup>a</sup> ed.). Brasília: MS.
- Brasil. Ministério da Saúde. (2023). *Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN): Marcadores de Consumo Alimentar – Versão 3.0*.
- Brasil. Conselho Nacional de Saúde. (2016). Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. Diário Oficial da União.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). *Social Media: Defining, Developing, and Divining*. Atlantic

Journal of Communication, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>.

Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/38842>.

Cetic.br. (2024). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2023*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil.

Chen, X., Zhang, Z., Yang, H., Qiu, P., Wang, H., Wang, F., ... & Nie, J. (2020). Consumption of ultra-processed foods and health outcomes: a systematic review of epidemiological studies. Nutrition Journal, 19(1), 86.

<https://doi.org/10.1186/s12937-020-00604-1>.

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. Body image, 23, 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2. ed.). [Hillsdale, NJ u.a.]: Erlbaum.

Cooksey, R. (2020). Illustrating Statistical Procedures: Finding Meaning in Quantitative Data. Springer EBooks. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2537-7>.

Dahlgren, C. L., Sundgot-Borgen, C., Kvalem, I. L., Wennersberg, A. L., & Wisting, L. (2024). Further evidence of the association between social media use, eating disorder pathology and appearance ideals and pressure: a cross-sectional study in Norwegian adolescents. Journal of eating disorders, 12(1), 34. <https://doi.org/10.1186/s40337-024-00992-3>.

Dopelt, K., & Houminer-Klepar, N. (2025). The Impact of Social Media on Disordered Eating: Insights from Israel. Nutrients, 17(1), 180. <https://doi.org/10.3390/nu17010180>.

Dunlop, S., Freeman, B., & Jones, S. (2016). Marketing to Youth in the Digital Age: The Promotion of Unhealthy Products and Health Promoting Behaviours on Social Media. Media and Communication, 4(3), 35-49. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.522>.

Eşer Durmaz, S., Keser, A., & Tunçer, E. (2022). 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. Zeitschrift für Gesundheitswissenschaften = Journal of public health, 1–10. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10389-022-01735-x>.

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. New Media & Society, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>.

Farias Júnior, G., & Rocha, G. G. (2025). Consumo de ultraprocessados entre estudantes de nutrição. Revista Saúde E Desenvolvimento, 19(30), 53–63. <https://doi.org/10.22169/revsed.v19n30.1509>.

Feng, X., Ren, S., & Shi, P. (2025). The relationship and mechanism of screen time and academic performance among adolescents: an empirical study based on CEPS. *Frontiers in Public Health*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1533327>.

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>.

Filippone, L., Shankland, R., & Hallez, Q. (2022). The relationships between social media exposure, food craving, cognitive impulsivity and cognitive restraint. *Journal of eating disorders*, 10(1), 184. <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00698-4>.

Flauzino, P. A., Baltar, V. T., Radin Pereira, L., Russell-Mayhew, S., & Carioca, A. A. F. (2024). Exploring the Associations between Media and Instagram Interaction Patterns with Weight Bias among Undergraduate Nutrition Students in the Brazilian Nutritionists' Health Study. *Nutrients*, 16(14), 2310. <https://doi.org/10.3390/nu16142310>.

Fontes, T. , Serra-Ferreira, P., & Ferreira-Pêgo, C. (2024) Influence of Instagram and digital content creators on university students' food choices *Biomedical and Biopharmaceutical Research*, 21(1), 56-69. <https://doi.org/10.19277/bbr.21.1.342>.

Sadala, Gloria. (2022). "Psicologia das massas e análise do eu": pontuações e atualizações. *Trivium - Estudos Interdisciplinares*, 14(spe), 17-26. Recuperado em 19 de novembro de 2025, de [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2176-48912022000100004&lng=pt&tlang=pt](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2176-48912022000100004&lng=pt&tlang=pt).

Friedman, V., Wright, C., Molenaar, A., McCaffrey, T., Brennan, L., & Lim, M. (2022). The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *Journal of Medical Internet Research*, 24. <https://doi.org/10.2196/28063>.

Gan, R. W. C., Daniel, M., Ridley, M., & Barry, J. G. (2018). Quality of questionnaires for the assessment of otitis media with effusion in children. *Clinical otolaryngology : official journal of ENT-UK ; official journal of Netherlands Society for Oto-Rhino-Laryngology & Cervico-Facial Surgery*, 43(2), 572–583. <https://doi.org/10.1111/coa.13026>.

Garg, D., Smith, E., & Attuquayefio, T. (2025). Watching Television While Eating Increases Food Intake: A Systematic Review and Meta-Analysis of Experimental Studies. *Nutrients*, 17(1), 166. <https://doi.org/10.3390/nu17010166>.

Gilster, P. (1997). Digital Literacy. New York: Wiley.

Goodyear, V. A., Wood, G., Skinner, B., & Thompson, J. L. (2021). The effect of social media interventions on physical activity and dietary behaviours in young people and adults: a systematic review. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity*, 18(1), 72. <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01138-3>.

Gutiérrez-Espinoza, H., Celi-Lalama, D., Padilla-Sánchez, H., Flores-Santy, L. F., Smaili, S. M., Araya-Quintanilla, F., Arce-Alvarez, A., Ríos-Riquelme, M., & López-Gil, J. F. (2025). Proportion of disordered eating among Latin American university students: A multicountry cross-sectional study. *Journal of affective disorders*, 391, 120050.

[https://doi.org/10.1016/j.jad.2025.120050.](https://doi.org/10.1016/j.jad.2025.120050)

Han, J., & Balabanis, G. (2024). Meta-analysis of social media influencer impact: Key antecedents and theoretical foundations. *Psychology & Marketing*, 41, 394–426. <https://doi.org/10.1002/mar.21927>.

Hardcastle, S., Thøgersen-Ntoumani, C., & Chatzisarantis, N. (2015). Food Choice and Nutrition: A Social Psychological Perspective. *Nutrients*, 7, 8712 - 8715. <https://doi.org/10.3390/nu7105424>.

Hawkins, L. K., Farrow, C., & Thomas, J. M. (2020). Do perceived norms of social media users' eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI?. *Appetite*, 149, 104611. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104611>.

Hawkins, L., Farrow, C., & Thomas, J. (2021). Does exposure to socially endorsed food images on social media influence food intake?. *Appetite*, 165. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105424>.

Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>.

Huh, G., Kwon, J., Kim, S. H., Lim, H. J., Min, S. H., & Park, D. H. (2022). Effect of Novel Gastro-Duodenal Flow Restrictor on Relative Weight Loss and Glucose Levels in a Porcine Model: A Pilot Randomized Study. *Nutrients*, 14(13), 2563. <https://doi.org/10.3390/nu14132563>.

Hulley, S. B., Cummings, S. R., Browner, W. S., Grady, D. G., & Newman, T. B. (2013). *Designing Clinical Research* (4th ed.). Lippincott Williams & Wilkins.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2023). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD)*.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2021). Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar: 2019. Rio de Janeiro: IBGE.

Jaruga-Sękowska, S., Staśkiewicz-Bartecka, W., & Woźniak-Holecka, J. (2025). The Impact of Social Media on Eating Disorder Risk and Self-Esteem Among Adolescents and Young Adults: A Psychosocial Analysis in Individuals Aged 16–25. *Nutrients*, 17. <https://doi.org/10.3390/nu17020219>.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>.

Keser, A., Bayındır-Gümüş, A., Kutlu, H., & Öztürk, E. (2020). Development of the scale of effects of social media on eating behaviour: a study of validity and reliability. *Public Health Nutrition*, 23, 1677 - 1683. <https://doi.org/10.1017/s1368980019004270>.

Klassen, K., Douglass, C., Brennan, L., Truby, H., & Lim, M. (2018). Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0982-0>

[0696-y.](#)

Lakens D. (2013). Calculating and reporting effect sizes to facilitate cumulative science: a practical primer for t-tests and ANOVAs. *Frontiers in psychology*, 4, 863. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2013.00863>.

Lane, M., Gamage, E., Travica, N., Dissanayaka, T., Ashtree, D., Gauci, S., Lotfaliany, M., O'Neil, A., Jacka, F., & Marx, W. (2022). Ultra-Processed Food Consumption and Mental Health: A Systematic Review and Meta-Analysis of Observational Studies. *Nutrients*, 14. <https://doi.org/10.3390/nu14132568>.

Livingstone, S., & Helsper, E. J. (2008). Parental mediation of children's internet use. *Journal of broadcasting & electronic media*, 52(4), 581-599. <https://doi.org/10.1080/08838150802437396>.

Lonergan, A. R., Bussey, K., Fardouly, J., Griffiths, S., Murray, S. B., Hay, P., Mond, J., Trompeter, N., & Mitchison, D. (2020). Protect me from my selfie: Examining the association between photo-based social media behaviors and self-reported eating disorders in adolescence. *The International journal of eating disorders*, 53(5), 485–496. <https://doi.org/10.1002/eat.23256>.

Muthia, A., Margawati, A., Fitrianti, D., Dieny, F., & Hananingtyas, A. (2022). Correlation between Eating Behavior and Use of Social Media with Energy-Dense Food Intake Based on Gender among Students in Semarang, Indonesia. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2022.9289>.

Osman, W.A. Social media use and associated mental health indicators among University students: a cross-sectional study. *Sci Rep* 15, 9534 (2025). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-94355-w>.

Patwardhan, V., Mallya, J., S, K., & Kumar, D. (2024). Influence of social media on young adults' food consumption behavior: scale development. *Cogent Social Sciences*, 10. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2391016>.

Powell, J., & Pring, T. (2023). The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review.. *Social science & medicine*, 340, 116472. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116472>.

Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., & Smits, T. (2022). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public health nutrition*, 25(2), 290–302. <https://doi.org/10.1017/S1368980021003116>.

Roorda, B. A., & Cassin, S. E. (2025). A Review of Food-Related Social Media and Its Relationship to Body Image and Disordered Eating. *Nutrients*, 17(2), 342. <https://doi.org/10.3390/nu17020342>.

Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & dietetics : the journal of the Dietitians Association of Australia*, 77(1), 19–40. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581>.

Sahin, E., & Sanlier, N. (2025). Relationships among nutrition knowledge level, healthy eating obsessions, body image, and social media usage in females: a cross-sectional study. BMC Public Health, 25. <https://doi.org/10.1186/s12889-025-22689-1>.

Santana, J. D. M., Milagres, M. P., Silva Dos Santos, C., Brazil, J. M., Lima, E. R., & Pereira, M. (2021). Dietary intake of university students during COVID-19 social distancing in the Northeast of Brazil and associated factors. Appetite, 162, 105172. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105172>.

Sanzari, C. M., Gorrell, S., Anderson, L. M., Reilly, E. E., Niemiec, M. A., Orloff, N. C., Anderson, D. A., & Hormes, J. M. (2023). The impact of social media use on body image and disordered eating behaviors: Content matters more than duration of exposure. Eating behaviors, 49, 101722. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2023.101722>.

Sharma, A., Vidal, C. A scoping literature review of the associations between highly visual social media use and eating disorders and disordered eating: a changing landscape. J Eat Disord 11, 170 (2023). <https://doi.org/10.1186/s40337-023-00898-6>.

Silva, P., Araújo, R., Lopes, F., & Ray, S. (2023). Nutrition and Food Literacy: Framing the Challenges to Health Communication. Nutrients, 15(22), 4708. <https://doi.org/10.3390/nu15224708>.

Singh, Karan & Singh, Gunjan. (2025). SOCIAL MEDIA EXPOSURE AND ITS INFLUENCE AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS. EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR). 234-246. <https://doi.org/10.36713/epra21449>.

Tang, S., Werner-Seidler, A., Torok, M., Mackinnon, A., & Christensen, H. (2021). The relationship between screen time and mental health in young people: A systematic review of longitudinal studies.. Clinical psychology review, 86, 102021 . <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2021.102021>.

Tinmaz, H., Lee, Y. T., Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2022). A systematic review on digital literacy. Smart learning environments, 9(1), 21. <https://doi.org/10.1186/s40561-022-00204-y>.

UNESCO. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265403>.

Usta Ulutaş, P., Okan Bakır, B. The type of social media is a greater influential factor for orthorexia nervosa than the duration: a cross-sectional study. BMC Public Health 25, 827 (2025). <https://doi.org/10.1186/s12889-025-21335-0>.

Vital Brito, D., & Garcia, A. (2024). Beyond the like button: how european public health institutions use social media in 2024?. *The European Journal of Public Health*, 34(Suppl 3), ckae144.1681. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckae144.1681>.

Wu, Y., Kemps, E., & Prichard, I. (2023). Digging into digital buffets: A systematic review of eating-related social media content and its relationship with body image and eating behaviours. Body Image, 48, 101650. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101650>.

Xu, K., Liang, C., Zhao, Y., Zhang, F., Zhang, C., Zhang, Y., Zhang, Y., & Jiang, Z. (2024). Psychometric evaluation of the Chinese version of the Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour and research of its influencing factors. BMC Public Health, 24. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-17923-1>.

Yao, L., Niu, G. & Sun, X. Body Image Comparisons on Social Networking Sites and Chinese Female College Students' Restrained Eating: The Roles of Body Shame, Body Appreciation, and Body Mass Index. Sex Roles 84, 465–476 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11199-020-01179-1>.

Zhang, J., Wang, Y., Li, Q., & Wu, C. (2021). The Relationship Between SNS Usage and Disordered Eating Behaviors: A Meta-Analysis. Frontiers in Psychology, 12, 701364. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.641919>.

## ANEXOS

### ANEXO 1 – Parecer consubstanciado do CEP

**FACULDADE PERNAMBUCANA  
DE SAÚDE - AECISA**



#### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

##### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** IMPACTO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS: UM ESTUDO TRANSVERSAL

**Pesquisador:** Rui Gonçalves da Luz Neto

**Área Temática:**

**Versão:** 1

**CAAE:** 89967625.2.0000.5569

**Instituição PropONENTE:** ASS. EDUCACIONAL DE CIENCIAS DA SAUDE - AECISA

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

##### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 7.754.266

##### Apresentação do Projeto:

Trata-se de uma pesquisa de abordagem quantitativa, de natureza observacional e com delineamento transversal. O presente estudo será realizado na Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS), uma Instituição de ensino superior privada, localizada na cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco. Será adotada a estratégia de amostragem não probabilística, por conveniência, considerando a acessibilidade dos participantes e a

vivibilidade da coleta no ambiente acadêmico. A captação dos participantes será realizada de forma presencial, nas salas de aula dos cursos de graduação da Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS). A coleta de dados será realizada por meio de um formulário eletrônico autoadministrado, composto por três instrumentos organizados em blocos independentes. Os dados serão coletados por meio de formulário eletrônico autoadministrado, criado na plataforma Google Forms®. Ao final da coleta, as respostas serão exportadas automaticamente para uma planilha eletrônica no formato Excel®.

##### Objetivo da Pesquisa:

##### Objetivo Primário:

Analisa a influência das mídias digitais nas escolhas alimentares de estudantes universitários de uma Instituição de ensino superior de Pernambuco.

**Endereço:** Avenida Mascarenhas de Moraes, 4861  
**Bairro:** IMBIRIBEIRA  
**UF:** PE                    **Município:** RECIFE

**CEP:** 51.150-000

**Telefone:** (81)3312-7755

**E-mail:** comite.etica@fps.edu.br

## APÊNDICE

### APÊNDICE 1 – Questionário Coleta de Dados

## Impacto das mídias sociais no comportamento alimentar em estudantes universitários

- Leia atentamente todas as perguntas antes de respondê-las.
- Responda de forma sincera, selecionando a alternativa que melhor representa sua vivência ou opinião.
- Em caso de dúvidas, entre em contato com os(as) pesquisadores(as) responsáveis pelo estudo (informações disponíveis no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido).

\* Indica uma pergunta obrigatória

#### **Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)**

\*

Você está sendo convidado(a) a participar desta pesquisa porque é estudante universitário(a) da área da saúde, grupo diretamente relacionado ao tema que estamos investigando. Para que você possa decidir de forma consciente se deseja participar, é importante que conheça os objetivos, os procedimentos, os riscos e os benefícios da sua participação.

Este é o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Ele tem esse nome porque você só deve aceitar participar após ler atentamente este documento e esclarecer todas as suas dúvidas com os pesquisadores responsáveis. Caso prefira, converse com colegas, familiares ou amigos antes de tomar sua decisão.

Se após a leitura você estiver de acordo, poderá registrar seu consentimento ao final deste documento. A sua participação será voluntária e só terá início após a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Faculdade Pernambucana de Saúde (FPS-AECISA).

#### **Propósito da Pesquisa**

Esta pesquisa tem como objetivo analisar como o uso de redes sociais – como Instagram, TikTok e YouTube – pode influenciar os hábitos alimentares de estudantes universitários. Esperamos que os resultados contribuam para o desenvolvimento de estratégias educativas voltadas à promoção de uma alimentação saudável.

### **Procedimentos da Pesquisa**

Caso aceite participar, você responderá a um questionário online (Google Forms), composto por perguntas sobre:

- Seu perfil sociodemográfico (idade, curso, rotina acadêmica);
- Seus hábitos alimentares (frequência de refeições, alimentos consumidos);
- O uso que faz das redes sociais (plataformas mais utilizadas, tipos de conteúdo visualizado sobre alimentação).

A participação é única e ocorrerá por meio de dispositivo com acesso à internet.

O tempo estimado para o preenchimento é de 15 a 20 minutos.

### **Riscos:**

A participação na pesquisa apresenta risco mínimo. Algumas perguntas podem gerar desconforto leve, especialmente por abordarem aspectos pessoais dos seus hábitos alimentares. No entanto, você poderá pular qualquer pergunta que desejar ou interromper sua participação a qualquer momento, sem necessidade de justificativa e sem prejuízo algum. Por se tratar de uma pesquisa realizada por meio de plataforma digital (Google Forms), cabe destacar os riscos característicos do uso de meios eletrônicos, como instabilidades de conexão e possíveis falhas de segurança da própria plataforma. Embora todas as precauções estejam sendo tomadas para proteger a confidencialidade das informações (como o armazenamento em ambiente seguro, com acesso restrito e protegido por senha), é importante salientar que os pesquisadores não têm total controle sobre os sistemas tecnológicos utilizados, o que pode representar um risco potencial de violação de dados. No entanto, nenhum dado sensível ou identificável será solicitado no questionário, minimizando eventuais impactos caso haja falha de segurança.

**Benefícios:**

Não há benefícios diretos para você, mas sua colaboração contribuirá para o avanço do conhecimento científico sobre a influência das mídias sociais na alimentação de estudantes da área da saúde. Os dados obtidos podem embasar futuras ações educativas em ambiente universitário.

**Custos e Compensações**

Sua participação não acarretará nenhum custo, tampouco haverá qualquer tipo de pagamento ou remuneração.

**Confidencialidade das Informações**

Sua identidade será mantida em sigilo. As respostas ao questionário serão armazenadas de forma segura, em planilhas eletrônicas protegidas por senha, acessíveis apenas aos pesquisadores autorizados.

Os dados serão analisados de forma coletiva, e, mesmo que os resultados sejam publicados em trabalhos científicos, não será possível identificar você. Toda a condução da pesquisa seguirá os princípios da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei nº 13.709/2018).

**Participação Voluntária e Direito de Desistência**

Sua participação nesta pesquisa é totalmente voluntária. Você pode se recusar a participar ou desistir a qualquer momento, mesmo após ter iniciado o preenchimento do questionário. Essa decisão não acarretará nenhuma penalidade ou prejuízo acadêmico.

**Acesso aos Resultados**

Você poderá solicitar o acesso aos resultados da pesquisa, que serão disponibilizados em formato de resumo, de forma anônima e coletiva. Caso tenha interesse, poderá fornecer seu e-mail para que o material seja enviado diretamente a você.

**Esclarecimentos e Contatos**

Se você tiver qualquer dúvida durante ou após a leitura deste termo, ou em qualquer momento da pesquisa, poderá entrar em contato com os responsáveis:

**Pesquisadores:**

- Antônio Henrique Gomes Velasco (Graduando em Nutrição/FPS) E-mail:[henriquertee@gmail.com](mailto:henriquertee@gmail.com)
- Antônio Eduardo Gomes Velasco (Graduando em Psicologia/FPS) E-mail:[eduardovelasco346@gmail.com](mailto:eduardovelasco346@gmail.com)

**Orientador:**

- Rui Gonçalves da Luz Neto (Doutorando em Psicologia Clínica - UNICAP) E-mail: ruigoncalves.pe@gmail.com | Telefone: +55 81 9987-1321

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos (CEP) da FPS-AECISA. Caso você tenha alguma consideração ou dúvida sobre a pesquisa, entre em contato com o CEP-FPS-AECISA, que objetiva defender os interesses dos participantes da pesquisa, respeitando seus direitos e contribuir para o desenvolvimento da pesquisa desde que atenda às condutas éticas.

O CEP-FPSAECISA está situado na Faculdade Pernambucana de Saúde – Av. Mal. Mascarenhas de Morais, 4861 tel: (81) 3312-7755 – Email: comite.etica@fps.edu.br.

O CEP/FPS/AECISA funciona de 2<sup>a</sup> a 5<sup>a</sup> feira, nos seguintes horários: 07:00 às 11:30 h e 13:00 às 16:00h, na sexta-feira o expediente da tarde funciona até às 15h.

**Consentimento Livre e Esclarecido**

Declaro que:

- Li e comprehendi todas as informações contidas neste documento;
- Tive a oportunidade de esclarecer dúvidas com os pesquisadores;
- Estou ciente de que minha participação é voluntária;
- Sei que posso desistir a qualquer momento, sem necessidade de justificativa.

Ao marcar a opção "SIM, desejo participar" no formulário, declaro minha concordância com os termos descritos.

**Você deseja participar?**

- Sim, desejo participar.  
 Não.

## Instrumento de Coleta de Dados

Este formulário é composto por três seções:

- (1) Questionário Sociodemográfico e de Uso das Mídias Digitais,
- (2) Marcadores de Consumo Alimentar (SISVAN), e
- (3) Escala de Efeitos das Mídias Sociais sobre o Comportamento Alimentar (SESMEB).

### ***Questionário 1 – Perfil Sociodemográfico e Uso das Mídias Digitais***

Instruções: Asseguramos o sigilo das informações fornecidas. Por favor, responda com sinceridade. Sua participação é voluntária e os dados serão utilizados exclusivamente para fins acadêmicos.

#### *Dados sociodemográficos e acadêmicos*

1. Idade: \_\_\_\_\_ anos
2. Sexo: ( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro ( ) Prefiro não informar
3. Curso de graduação: ( ) Medicina ( ) Nutrição ( ) Enfermagem ( ) Psicologia ( ) Farmácia ( ) Fisioterapia ( ) Outro: \_\_\_\_\_
4. Período atual do curso: ( ) 1º ( ) 2º ( ) 3º ( ) 4º ( ) 5º ( ) 6º ( ) 7º ( ) 8º ou mais
5. Você trabalha atualmente? ( ) Sim ( ) Não
6. Faixa de renda familiar mensal: ( ) Até 1 salário mínimo ( ) De 1 a 3 salários mínimos ( ) De 3 a 5 salários mínimos  
 ( ) Acima de 5 salários mínimos ( ) Prefiro não informar

#### *Uso das mídias digitais*

7. Quanto tempo, em média, você utiliza redes sociais por dia? ( ) Menos de 1 hora ( ) Entre 1h e 3h ( ) Entre 3h e 5h ( ) Mais de 5 horas
8. Quais redes sociais você mais utiliza? (marque todas que se aplicam) [ ] Instagram [ ] TikTok  
 [ ] YouTube [ ] Twitter/X [ ] Facebook [ ] Kwai [ ] Outra: \_\_\_\_\_

9. Você costuma seguir perfis relacionados à alimentação/nutrição? ( ) Sim ( ) Não
10. Que tipo de conteúdo alimentar você costuma ver com mais frequência nas redes sociais? ( ) Receitas práticas ou saudáveis ( ) Dicas de emagrecimento ( ) Dietas restritivas (low carb, detox etc.) ( ) Suplementação e performance física ( ) Alimentação estética / “fitness” ( ) Conteúdo de profissionais da saúde ( ) Outro: \_\_\_\_\_

### ***Questionário 2 – Marcadores de Consumo Alimentar (SISVAN)***

Instruções: Marque com um X a opção que corresponde ao seu comportamento ou consumo no dia anterior.

1. Você tem costume de realizar as refeições assistindo à TV, mexendo no computador e/ou celular?

( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

2. Quais refeições você faz ao longo do dia?

Café da manhã  Lanche da manhã  Almoço  Lanche da tarde  Jantar  Ceia

3. Ontem, você consumiu:

Feijão ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Frutas frescas (não considerar suco de frutas) ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Verduras e/ou legumes (não considerar batata, mandioca, aipim, macaxeira, cará e inhame) ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Hambúrguer e/ou embutidos (presunto, mortadela, salame, linguiça, salsicha) ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Bebidas adoçadas (refrigerante, suco de caixinha, suco em pó, água de coco de caixinha, xaropes de guaraná/groselha, suco de fruta com adição de açúcar) ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Macarrão instantâneo, salgadinhos de pacote ou biscoitos salgados ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Biscoito recheado, doces ou guloseimas (balas, pirulitos, chiclete, caramelo, gelatina) ( ) Sim ( ) Não ( ) Não Sabe

Legenda:  Opção múltipla de escolha ( ) Opção única de escolha (marcar X na opção desejada)

***Questionário 3 – Escala de Efeitos das Mídias Sociais sobre o Comportamento Alimentar (SESMEB)***

Instruções: Abaixo estão afirmativas sobre o uso de mídias sociais e alimentação. Indique com que frequência cada afirmativa se aplica a você, marcando uma opção de 1 a 5. 1 = Nunca 2 = Raramente 3 = Às vezes 4 = Frequentemente 5 = Sempre

1. Eu sigo perfis nas redes sociais que compartilham conteúdos sobre alimentação. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
2. Vejo publicações de alimentos ou receitas todos os dias. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
3. As postagens de influenciadores afetam meu desejo de comer determinados alimentos. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
4. Já comprei alimentos por causa de alguma publicação que vi nas redes sociais. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
5. Eu me comparo com os hábitos alimentares de pessoas que sigo nas redes sociais. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
6. Sinto necessidade de mudar minha alimentação após ver postagens de pessoas saudáveis. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
7. Já iniciei dietas baseadas em conteúdos vistos em redes sociais. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
8. Tenho vontade de experimentar alimentos que vejo nas postagens. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
9. Fico insatisfeito(a) com minha alimentação ao ver o que os outros consomem nas redes. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
10. As redes sociais aumentam meu interesse por dietas e restrições alimentares. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5

11. Sigo perfis de nutrição e bem-estar por influência de amigos ou familiares. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
12. Confio nas informações sobre alimentação que vejo nas redes sociais. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
13. Já mudei meus hábitos alimentares com base em conteúdos digitais. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
14. As redes sociais influenciam diretamente minhas decisões alimentares. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
15. As redes sociais me motivam a adotar uma alimentação mais saudável. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
16. Já deixei de consumir certos alimentos após ver informações nas redes sociais. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
17. Costumo pesquisar mais sobre os alimentos que vejo nas redes. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5
18. A estética corporal que vejo nas redes sociais influencia minha alimentação. ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5



QR CODE – ACESSO AO QUESTIONÁRIO VIA GOOGLE FORMS

<https://forms.gle/juCaVhTTzy4Cp1Am6>