

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NOS HÁBITOS ALIMENTARES E NO DESENVOLVIMENTO DA OBESIDADE

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON EATING HABITS AND THE DEVELOPMENT OF OBESITY

LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS Y EL DESARROLLO DE LA OBESIDAD

Ana Vanessa da Costa Mendes ¹

Rozineide Iraci Pereira da Silva²

RESUMO: Esse artigo buscou analisar a influência das redes sociais nos hábitos alimentares da população e sua relação com o desenvolvimento da obesidade. O crescente uso das plataformas digitais tem modificado comportamentos e padrões de consumo, especialmente entre crianças, adolescentes e jovens adultos, que estão constantemente expostos a conteúdos relacionados à alimentação, publicidade de produtos industrializados e padrões estéticos divulgados por influenciadores digitais. Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, de abordagem qualitativa, desenvolvida a partir da análise de artigos científicos publicados entre os anos de 2020 e 2026, consultados nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), PubMed e Google Acadêmico. Os resultados evidenciaram que a exposição frequente às redes sociais está associada ao aumento do consumo de alimentos ultraprocessados, à influência das estratégias de marketing digital e à adoção de hábitos alimentares inadequados. Além disso, observou-se que a busca por padrões corporais idealizados pode contribuir para comportamentos alimentares prejudiciais à saúde. Conclui-se que as redes sociais exercem forte influência sobre as escolhas alimentares e podem contribuir para o aumento dos índices de obesidade, tornando necessárias ações de educação alimentar e promoção da saúde no ambiente digital.

1

Palavras-chave: Redes Sociais. Hábitos Alimentares. Obesidade.

ABSTRACT: This article sought to analyze the influence of social media on eating habits and its relationship with the development of obesity. The growing use of digital platforms has modified behaviors and consumption patterns, especially among children, adolescents, and young adults, who are constantly exposed to content related to food, advertising of processed products, and aesthetic standards promoted by digital influencers. This study is an integrative literature review with a qualitative approach, developed through the analysis of scientific articles published between 2020 and 2026, retrieved from the Scientific Electronic Library Online (SciELO), Virtual Health Library (VHL), PubMed, and Google Scholar databases. The results showed that frequent exposure to social media is associated with increased consumption of ultra-processed foods, the influence of digital marketing strategies, and the adoption of unhealthy eating habits. Furthermore, the search for idealized body standards may contribute to behaviors that are harmful to health. It is concluded that social media exerts a strong influence on food choices and may contribute to rising obesity rates, making food education and health promotion actions in digital environments necessary.

Keywords: Social Media. Eating Habits. Obesity.

¹Discente do curso Mestrado em Saúde Pública na Universidade Christian Business School-CBS.

²Orientadora. Ph.D. Doutora em Ciências da Educação, Mestra em Ciências da Educação pela Universidade Federal de Alagoas-UFAL, Psicopedagoga, Pedagoga, Analista do Comportamento Aplicada, Especialista em Escrita Acadêmica Avançada, Professora do Ensino Superior e professora orientadora da Christian Business School-CBS.

RESUMEN: Este artículo tuvo como objetivo analizar la influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios de la población y su relación con el desarrollo de la obesidad. El creciente uso de las plataformas digitales ha modificado comportamientos y patrones de consumo, especialmente entre niños, adolescentes y adultos jóvenes, quienes están constantemente expuestos a contenidos relacionados con la alimentación, publicidad de productos industrializados y estándares estéticos promovidos por influencers digitales. Se trata de una revisión integradora de la literatura, con enfoque cualitativo, desarrollada a partir del análisis de artículos científicos publicados entre los años 2020 y 2026, consultados en las bases de datos Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual en Salud (BVS), PubMed y Google Académico. Los resultados evidenciaron que la exposición frecuente a las redes sociales está asociada con un mayor consumo de alimentos ultraprocesados, la influencia de las estrategias de marketing digital y la adopción de hábitos alimentarios inadecuados. Además, se observó que la búsqueda de estándares corporales idealizados puede contribuir a comportamientos perjudiciales para la salud. Se concluye que las redes sociales ejercen una fuerte influencia sobre las elecciones alimentarias y pueden contribuir al aumento de las tasas de obesidad, haciendo necesarias acciones de educación alimentaria y promoción de la salud en los entornos digitales.

Palabras clave: Redes Sociales. Hábitos Alimentarios. Obesidad.

INTRODUÇÃO

As redes sociais tornaram-se parte integrante da vida cotidiana e exercem influência significativa sobre comportamentos, preferências e hábitos da população. Com o avanço das tecnologias digitais e a ampliação do acesso à internet, milhões de pessoas passaram a utilizar plataformas digitais para buscar informações, compartilhar experiências e consumir conteúdos relacionados à saúde, alimentação e estilo de vida. Nesse contexto, observa-se que as redes sociais desempenham papel importante na formação dos hábitos alimentares, especialmente entre crianças, adolescentes e jovens adultos (SILVA e COSTA, 2022).

A exposição frequente a conteúdos publicitários, recomendações de influenciadores digitais e padrões corporais idealizados pode influenciar diretamente as escolhas alimentares dos usuários. Estudos apontam que a divulgação constante de alimentos ultraprocesados, bebidas açucaradas e produtos com elevado teor calórico contribui para o aumento do consumo desses alimentos, favorecendo comportamentos alimentares inadequados e elevando o risco de desenvolvimento da obesidade (SOUZA et al., 2023).

A obesidade é considerada um dos principais problemas de saúde pública da atualidade, estando associada ao aumento do risco de doenças crônicas, como diabetes mellitus, hipertensão arterial e doenças cardiovasculares. Além dos impactos físicos, a condição também pode afetar aspectos emocionais e sociais, comprometendo a qualidade de vida dos indivíduos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, 2024).

Embora existam diversos estudos sobre obesidade e hábitos alimentares, ainda são necessárias investigações que analisem de forma mais aprofundada a influência das redes sociais nesse processo,

considerando as estratégias de marketing digital e os comportamentos induzidos pelo ambiente virtual. Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo analisar a influência das redes sociais nos hábitos alimentares e sua relação com o desenvolvimento da obesidade, destacando os principais fatores associados a esse fenômeno e suas implicações para a saúde pública.

MÉTODOS

Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, de abordagem qualitativa, descritiva e exploratória, desenvolvida com o objetivo de analisar a influência das redes sociais nos hábitos alimentares e sua relação com o desenvolvimento da obesidade.

A coleta de dados foi realizada por meio de buscas nas bases Scientific Electronic Library Online (SciELO), Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), PubMed e Google Acadêmico. Foram utilizados os descritores “Redes Sociais”, “Hábitos Alimentares”, “Obesidade”, “Comportamento Alimentar” e “Marketing Digital”, combinados por meio dos operadores booleanos AND e OR.

Como critérios de inclusão foram selecionados artigos científicos completos, publicados nos idiomas português, inglês e espanhol, entre os anos de 2020 e 2026, que abordassem a influência das redes sociais sobre os hábitos alimentares e o desenvolvimento da obesidade. Foram excluídos estudos duplicados, resumos simples, trabalhos de conclusão de curso, dissertações, teses e publicações que não apresentavam relação direta com a temática investigada.

Após a seleção dos estudos, realizou-se a leitura exploratória e analítica do material, seguida da organização e interpretação das informações relevantes. Os dados foram agrupados de acordo com os principais temas identificados, permitindo a análise dos fatores relacionados à influência das redes sociais sobre as escolhas alimentares e seus impactos na saúde.

Por se tratar de uma pesquisa baseada exclusivamente em dados secundários disponíveis em publicações científicas, sem envolvimento direto de seres humanos ou animais, não houve necessidade de submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa, conforme as normas vigentes para estudos de revisão bibliográfica.

RESULTADOS

A análise dos estudos selecionados permitiu identificar diferentes fatores relacionados à influência das redes sociais nos hábitos alimentares e no desenvolvimento da obesidade. Os artigos evidenciaram que o uso frequente das plataformas digitais está associado à maior exposição dos usuários

a conteúdos sobre alimentação, publicidade de produtos industrializados e estratégias de marketing realizadas por influenciadores digitais.

Os estudos analisados demonstraram que crianças, adolescentes e jovens adultos constituem os grupos mais suscetíveis à influência das redes sociais sobre suas escolhas alimentares. Observou-se que a exposição constante a anúncios de alimentos ultraprocessados, bebidas açucaradas e refeições de alto valor calórico favorece o aumento do consumo desses produtos e pode contribuir para hábitos alimentares inadequados.

Também foram identificados estudos que relacionaram o uso excessivo das redes sociais à adoção de comportamentos sedentários, caracterizados pela redução da prática de atividades físicas e pelo aumento do tempo de permanência em dispositivos eletrônicos. Além disso, verificou-se que conteúdos relacionados a padrões corporais idealizados podem influenciar a percepção da imagem corporal e os comportamentos alimentares dos usuários.

Os resultados evidenciaram ainda que as estratégias de marketing digital exercem papel relevante na promoção de produtos alimentícios de baixo valor nutricional, ampliando sua visibilidade e consumo entre diferentes faixas etárias (Tabela 1).

Tabela 1 – Principais resultados identificados nos estudos selecionados sobre a influência das redes sociais nos hábitos alimentares e no desenvolvimento da obesidade.

Aspectos analisados	Principais resultados encontrados
Publicidade digital	Aumento da exposição a alimentos ultraprocessados
Influenciadores digitais	Influência nas escolhas e preferências alimentares
Hábitos alimentares	Maior consumo de produtos ricos em açúcar, gordura e sódio
Comportamento sedentário	Redução da prática de atividades físicas
Imagem corporal	Influência de padrões estéticos divulgados nas redes sociais
Obesidade	Associação entre hábitos inadequados e aumento do risco de excesso de peso

Fonte : Mendes AVC, 2026.

DISCUSSÃO

Os resultados encontrados demonstram que as redes sociais exercem influência significativa sobre os hábitos alimentares da população, especialmente entre crianças, adolescentes e jovens adultos. A ampla exposição a conteúdos relacionados à alimentação, associada às estratégias de marketing digital e à atuação de influenciadores, contribui para a formação de comportamentos alimentares que podem impactar diretamente a saúde dos indivíduos.

Os estudos analisados indicam que a publicidade de alimentos ultraprocessados nas plataformas digitais favorece o aumento do consumo de produtos com elevado teor de açúcar, gordura e sódio. Esses achados são semelhantes aos observados por Silva e Costa (2022), que identificaram uma associação entre a exposição frequente à publicidade digital e escolhas alimentares menos saudáveis. Dessa forma,

as redes sociais tornam-se importantes agentes na construção dos padrões de consumo alimentar contemporâneos.

Outro aspecto relevante refere-se à influência dos influenciadores digitais sobre as preferências alimentares dos usuários. Muitos desses profissionais promovem produtos alimentícios sem considerar aspectos nutricionais, contribuindo para a popularização de hábitos que podem favorecer o ganho excessivo de peso. Segundo Souza et al. (2023), a credibilidade atribuída aos influenciadores aumenta o impacto das mensagens publicitárias sobre as decisões de consumo, principalmente entre os públicos mais jovens.

Além dos hábitos alimentares, os resultados apontaram relação entre o uso excessivo das redes sociais e comportamentos sedentários. O aumento do tempo de permanência em dispositivos eletrônicos pode reduzir a prática de atividades físicas e favorecer o desenvolvimento da obesidade. Esse cenário reforça a necessidade de ações de promoção da saúde que estimulem hábitos de vida mais saudáveis e o uso consciente das tecnologias digitais.

Observou-se ainda que a constante exposição a padrões corporais idealizados pode gerar insatisfação com a imagem corporal e favorecer comportamentos alimentares inadequados. Embora alguns conteúdos promovam estilos de vida saudáveis, muitos apresentam informações sem embasamento científico, podendo induzir práticas prejudiciais à saúde física e emocional.

Como limitação deste estudo, destaca-se o fato de ter sido desenvolvido por meio de revisão integrativa da literatura, utilizando apenas publicações disponíveis nas bases de dados selecionadas. Além disso, a diversidade metodológica dos estudos analisados pode limitar a comparação direta entre os resultados encontrados.

5

Diante dos achados apresentados, recomenda-se a realização de novas pesquisas voltadas à avaliação dos impactos das redes sociais sobre diferentes grupos populacionais, bem como estudos que investiguem estratégias de educação alimentar e regulação da publicidade digital. Essas iniciativas poderão contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas e ações preventivas voltadas à redução dos índices de obesidade e à promoção da saúde da população.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa evidenciou que as redes sociais exercem influência significativa sobre os hábitos alimentares da população, especialmente entre crianças, adolescentes e jovens adultos. A exposição frequente a conteúdos relacionados à alimentação, à publicidade digital e aos padrões corporais divulgados nas plataformas digitais pode favorecer escolhas alimentares inadequadas e contribuir para o desenvolvimento da obesidade.

Os resultados demonstraram que o marketing de alimentos ultraprocessados, aliado à influência de criadores de conteúdo digital, tem potencial para modificar comportamentos de

consumo e incentivar práticas alimentares pouco saudáveis. Além disso, o uso excessivo das redes sociais pode estar associado ao sedentarismo e à adoção de hábitos que impactam negativamente a saúde física e emocional dos indivíduos.

Diante desse cenário, torna-se fundamental o fortalecimento de ações de educação alimentar e nutricional, bem como o desenvolvimento de estratégias de promoção da saúde voltadas ao ambiente digital. Também se destaca a importância da conscientização dos usuários sobre o consumo crítico das informações divulgadas nas redes sociais.

Conclui-se que as redes sociais representam um importante fator de influência nos hábitos alimentares contemporâneos e podem contribuir para o aumento dos índices de obesidade. Dessa forma, a implementação de políticas públicas, ações educativas e novas pesquisas sobre a temática é essencial para promover hábitos alimentares mais saudáveis e melhorar a qualidade de vida da população.

REFERÊNCIAS

1. BRASIL. Ministério da Saúde. Guia alimentar para a população brasileira. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014; 156 p.
2. COELHO NETO GC, SILVA JÚNIOR AE. Marketing digital e comportamento alimentar entre adolescentes. *Revista Brasileira de Nutrição*, 2022; 35(2): 115-124.
3. FERREIRA CM, OLIVEIRA RS. Redes sociais e padrões alimentares na população jovem. *Revista Saúde Coletiva*, 2023; 13(76): 45-54.
4. FREITAS MCS, MINAYO MCS, FONTES GAV. Sobre o campo da alimentação e nutrição na perspectiva das teorias compreensivas. *Ciência & Saúde Coletiva*, 2011; 16(1): 31-38.
5. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Obesidade e sobrepeso: panorama global. Genebra: OMS, 2024.
6. PEREIRA AS, COSTA LM. Influência dos influenciadores digitais nas escolhas alimentares de adolescentes. *Revista de Nutrição*, 2022; 35: 1-10.
7. SILVA AC, COSTA RM. Redes sociais e hábitos alimentares: impactos sobre a saúde da população jovem. *Revista Brasileira de Promoção da Saúde*, 2022; 35: 1-9.
8. SILVA ML, SANTOS JP, FERREIRA RC. Comportamento sedentário associado ao uso excessivo das mídias digitais. *Revista Saúde em Debate*, 2021; 45(131): 987-998.
9. SOUZA LF, ALMEIDA PR, BARBOSA JM. Publicidade digital de alimentos ultraprocessados e suas repercussões nos hábitos alimentares. *Revista Ciência & Saúde*, 2023; 16(2): 88-97.
10. WORLD HEALTH ORGANIZATION. Obesity: Preventing and Managing the Global Epidemic. Geneva: WHO, 2022; 252 p.

