

PO24. STRATEGIES FOR THE ENGAGEMENT OF YOUTH IN HEALTH-RELATED ACTIVITIES IN PORTUGAL: THE CO-CREATE PROJECT

Sofia Mendes¹; Inês Figueira¹; Ana Rito^{1,2}

¹ Centre for Studies and Research in Social Dynamics and Health

² National Institute of Health Doutor Ricardo Jorge – Food and Nutrition Department

INTRODUCTION: The lack of attention paid by policymakers to the views and role of young people in societal matters, including health, has been one of the contributor factors for the poor youth involvement in the development of health-related policies. The CO-CREATE (CC) project aims to collaborate with adolescents across Europe in developing policy ideas that contribute to overweight and obesity prevention.

OBJECTIVES: Present the strategies for the recruitment and engagement of youth in CC project in Portugal.

METHODOLOGY: In order to recruit for a diversity of youths, the Portuguese CC Team identified the scout organization CNE (*Corpo Nacional de Escutas*) as the most relevant gatekeeper, being one of the biggest Portuguese youth associations. The principles of youth-led participatory action research were employed to design 3 Youth Alliances, a temporal gathering of groups of young people (Scout groups of Oeiras, Parque das Nações and São Domingos de Rana) that worked together towards a common goal.

RESULTS: Several opportunities were created to promote the youth engagement in the project such as the planning and organization of local and national Dialogue Forums and the presentation of youth policy ideas to three political parties of the Portuguese Parliament. Recommendations from the CC youth for encouraging youth involvement in the development of policies are highlighted below:

- Promote training and empower youth, for example, through and in schools;
- Create opportunities for youth to be part of national and international projects as active partners is needed, and facilitating youth promoting this via their channels;
- Establish partnership with existing youth organizations to foster synergies;
- Use tools that ensure equal and balanced participation in discussions between youth and stakeholders.

CONCLUSIONS: CO-CREATE project seemed to be an example of a successful initiative that was able to motivate and mobilize youth in Portugal and counteracting the still underrepresented young people's voices.

PO26. INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NOS HÁBITOS ALIMENTARES

Marta Pires¹; António Fernandes²; Ana Maria Pereira²

¹ Instituto Politécnico de Bragança

² Centro de Investigação de Montanha, Instituto Politécnico de Bragança; Laboratório Associado para a Sustentabilidade e Tecnologia em Regiões de Montanha, Instituto Politécnico de Bragança

INTRODUÇÃO: A investigação sobre as implicações do uso das redes sociais, nos hábitos alimentares é uma área de investigação pertinente. As redes sociais, criadas para promover a discussão e comunicação entre os seus utilizadores, são palcos de discussão e de influência, onde as questões relacionadas com a alimentação não são exceção.

OBJETIVOS: Avaliar a influência das redes sociais nos hábitos alimentares.

METODOLOGIA: Realizou-se um estudo quantitativo, transversal, analítico, numa amostra não probabilística do tipo bola de neve (snowball sampling), constituída por 201 indivíduos adultos. Para o efeito recolheram-se dados através de um inquérito *online*, sendo analisados com recurso ao software *IBM SPSS statistics*, versão 28.

RESULTADOS: A maioria dos inquiridos é utilizador de redes sociais há mais de 10 anos (52,7%), com uma utilização diária entre 1 a 4 horas (71,1%). Quanto

aos conteúdos mais procurados nas redes sociais, 47,3% refere a procura de “receitas culinárias” e 45,3% informações sobre “alimentação saudável”. 77,1% dos indivíduos seguem conselhos relativos à alimentação dados por quem seguem nas redes sociais, tendo-se verificado associação com a utilização do Instagram (p-value=0,0379). A maioria refere ter experimentado alimentos novos e/ou receitas, partilhadas nas redes sociais (67,1%), 17,4% começou a fazer jejum intermitente, 16,2% reduziu a ingestão de carne e 14,2% excluiu os hidratos de Carbono da alimentação. A maioria (63,7%), afirma que é influenciado a comprar alimentos pelas campanhas publicitárias de produtos alimentares difundidas nas redes sociais, tendo-se verificado associação com a utilização do Instagram (p-value=0,023), Facebook (p-value=0,005) e do Messenger (p-value=0,044).

CONCLUSÕES: Constatou-se que existe influência da utilização das redes sociais nos hábitos alimentares, considerando-se pertinente futuras pesquisas sobre o tema.

PO27. CONFORMIDADE DA OFERTA ALIMENTAR NAS MÁQUINAS DE VENDA AUTOMÁTICA DE ALIMENTOS EXISTENTES NOS ESTABELECIMENTOS DEPENDENTES DA ARS ALGARVE

Teresa Sofia Sancho¹; Susana Guilherme²; Ana Candeias³; Célia Mendes³; Cláudia Nunes³; Duarte Vidinha³; Laura Martins⁴; Lisa Cartaxo³; Lisa Gonçalves³; Maria Sofia Albuquerque³; Pedro Santos³; Sofia Alves³

¹ Departamento de Saúde Pública e Planeamento, Administração Regional de Saúde do Algarve, IP.

² Agrupamento Centros de Saúde Barlavento, Administração Regional de Saúde do Algarve, IP.

³ Agrupamento Centros de Saúde Central, Administração Regional de Saúde do Algarve, IP.

⁴ Agrupamento Centros de Saúde Sotavento, Administração Regional de Saúde do Algarve, IP.

INTRODUÇÃO: Um dos eixos nucleares da promoção da alimentação saudável compreende a intervenção a nível ambiental, criando oportunidades favoráveis a escolhas alimentares saudáveis, e reduzindo a exposição a estímulos para escolhas menos saudáveis. O Despacho n.º 7516-A/2016 constitui um suporte de avaliação da oferta alimentar em Máquinas de Venda Automática de Alimentos (MVAA), tendo sido utilizado na avaliação das MVAA existentes nos estabelecimentos dependentes da Administração Regional de Saúde do Algarve (ARS Algarve).

OBJETIVOS: Avaliar a conformidade da oferta alimentar nas MVAA existentes nos estabelecimentos dependentes da ARS Algarve.

METODOLOGIA: Foram avaliadas 24 MVAA (exclusão de máquinas de bebidas quentes) existentes em 16 estabelecimentos dependentes da ARS Algarve, entre novembro e dezembro de 2022, recorrendo a uma *checklist* com base no Despacho n.º 7516-A/2016, aplicada presencialmente por 12 nutricionistas. Os produtos alimentares foram categorizados em “alimentos a não disponibilizar” (AND), “alimentos de disponibilização obrigatória” (ADO) e “alimentos de disponibilização preferencial” (ADP).

RESULTADOS: Dos AND, nenhuma MVAA apresentava salgados, charcutaria, molhos processados, refeições rápidas nem bebidas alcoólicas. Todavia, verificou-se a presença de sobremesas (4%), produtos com recheio doce (17%), guloseimas (21%), *snacks* e chocolates >50 g (25%), refrigerantes (38%), produtos de pastelaria e bolachas/biscoitos (79%). Quanto a ADO, observou-se água em todas as MVAA. Relativamente aos ADP, verificou-se completa ausência de fruta fresca e de sandes em conformidade. Constatou-se a presença de iogurtes (13%), leite simples meio-gordo/magro (29%) e sumos de fruta/néctares (96%). Ademais, quanto a chocolates ≤50 g, ainda que permitidos, constatou-se