

INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS ESCOLHAS ALIMENTARES

Beatriz Fernandes¹; Fabiana Costa¹; António Fernandes²; Ana Maria Pereira³

¹ Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal

² CIMO, LA SusTEC,, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, Bragança, Portugal

³ Research Center for Active Living and Wellbeing (LiveWell), Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, Portugal

INTRODUÇÃO

A crescente utilização das redes sociais como fonte de informação em alimentação e nutrição tem suscitado interesse sobre o seu impacto nas escolhas alimentares^{1,2}.

OBJETIVOS: Avaliar a influência das redes sociais nas escolhas alimentares.

METODOLOGIA

Estudo transversal, quantitativo e observacional, baseado numa amostra obtida por *snowball sampling*, composta por 165 indivíduos adultos de nacionalidade portuguesa. Os dados foram obtidos por meio de um questionário auto preenchido e analisados com recurso ao software *IBM SPSS statistics, versão 29*.

RESULTADOS

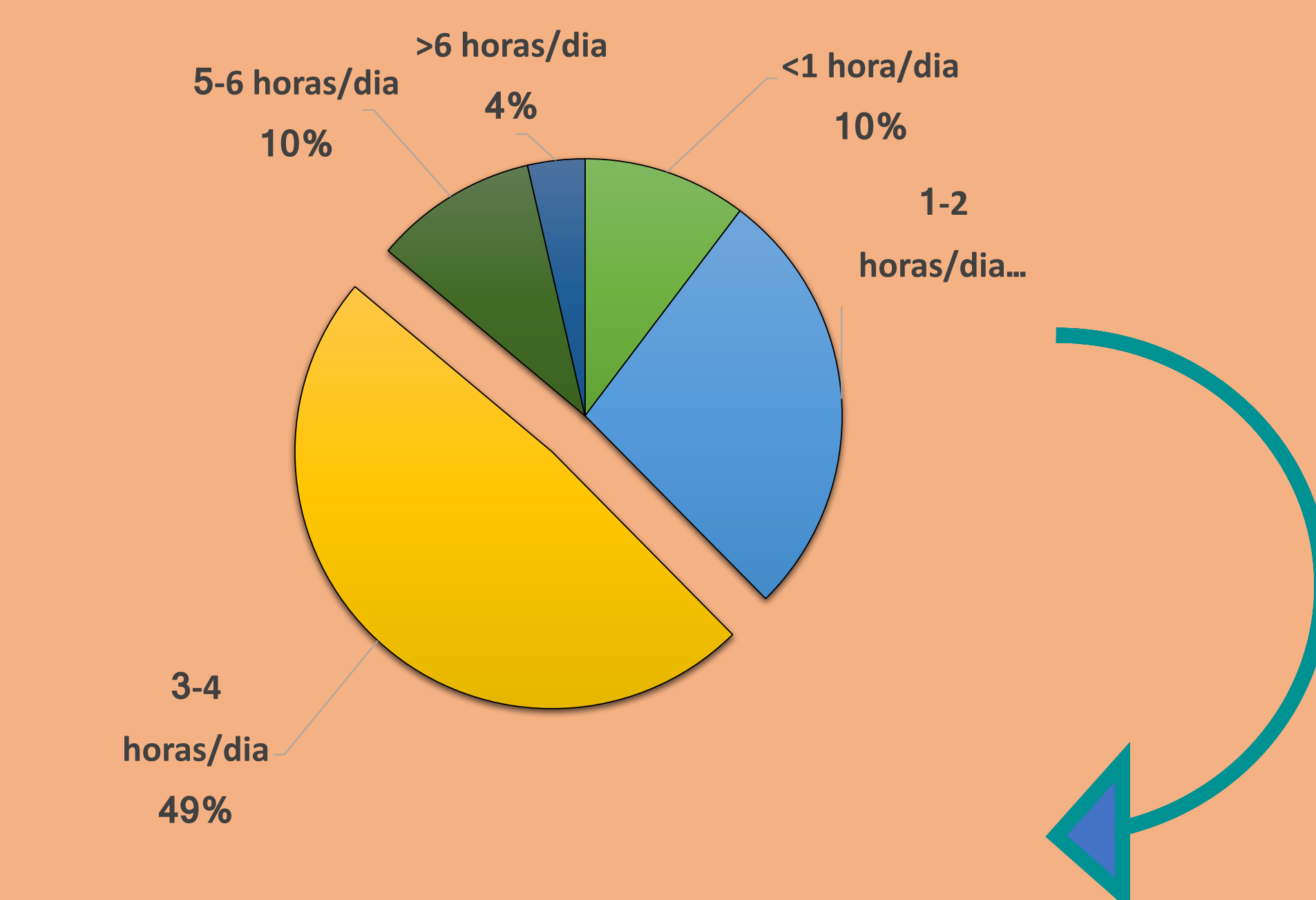


Gráfico 1 - Horas de utilização de redes sociais /dia (%)

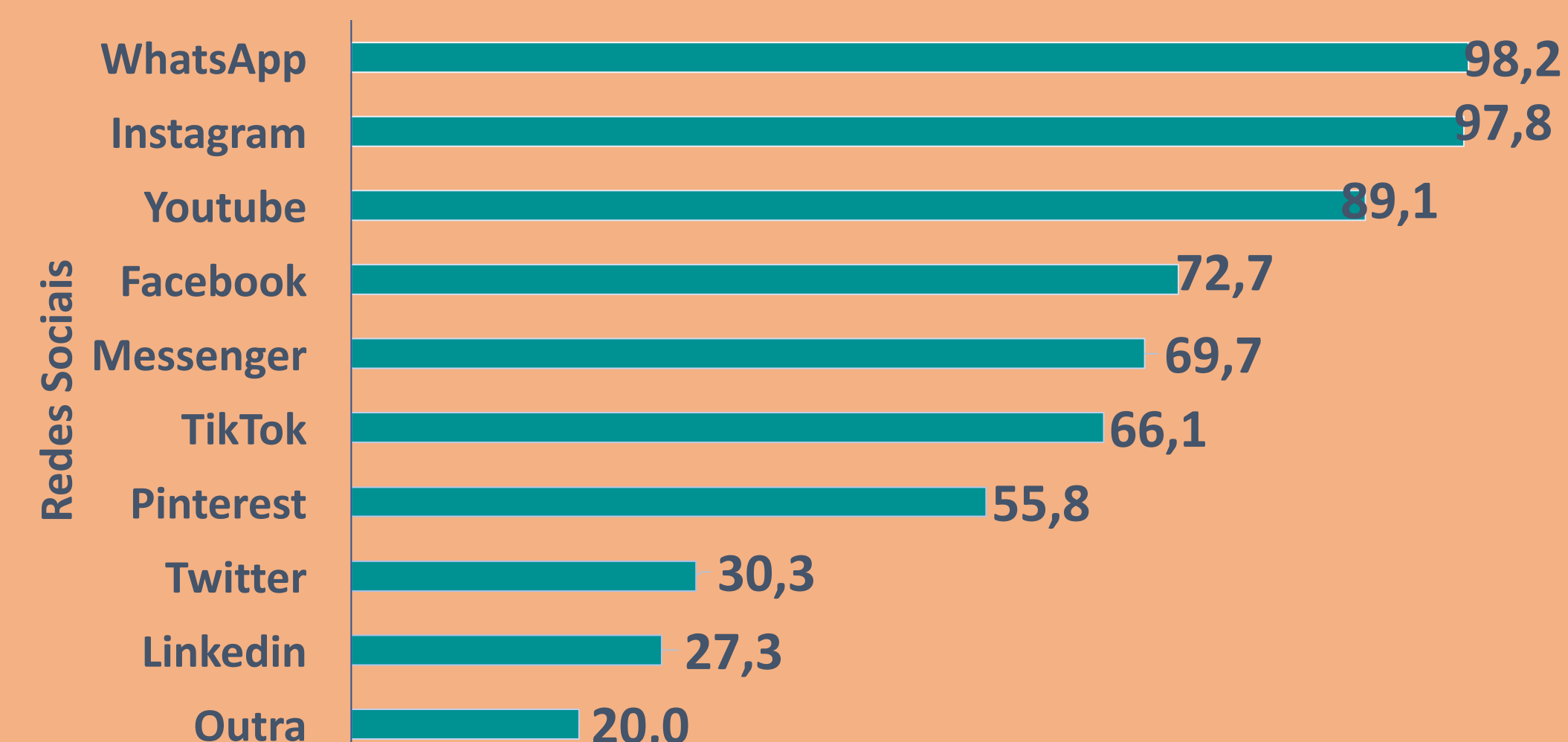


Gráfico 2 - Redes Sociais utilizadas (%)

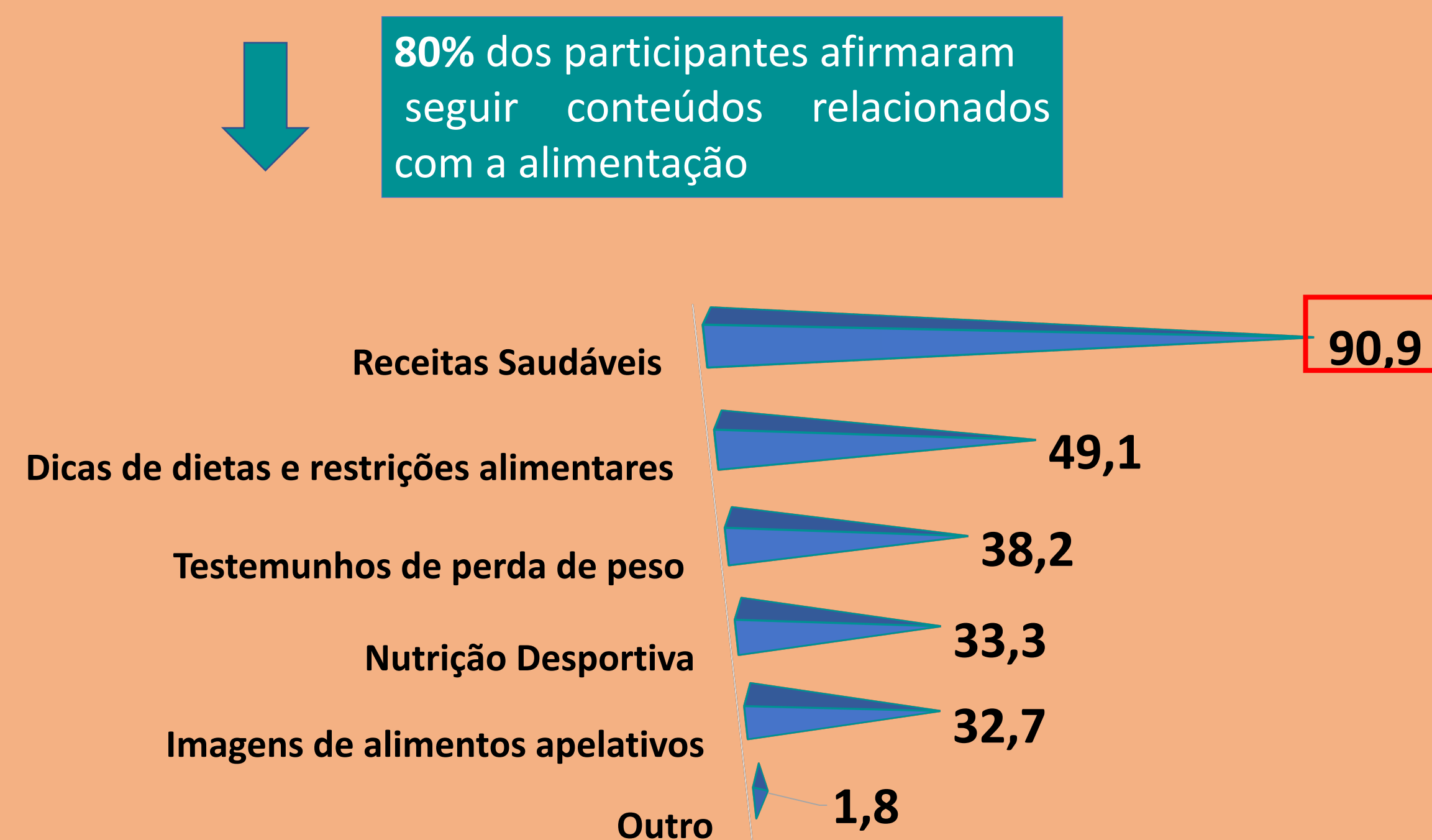


Gráfico 3 - Conteúdos mais procurados

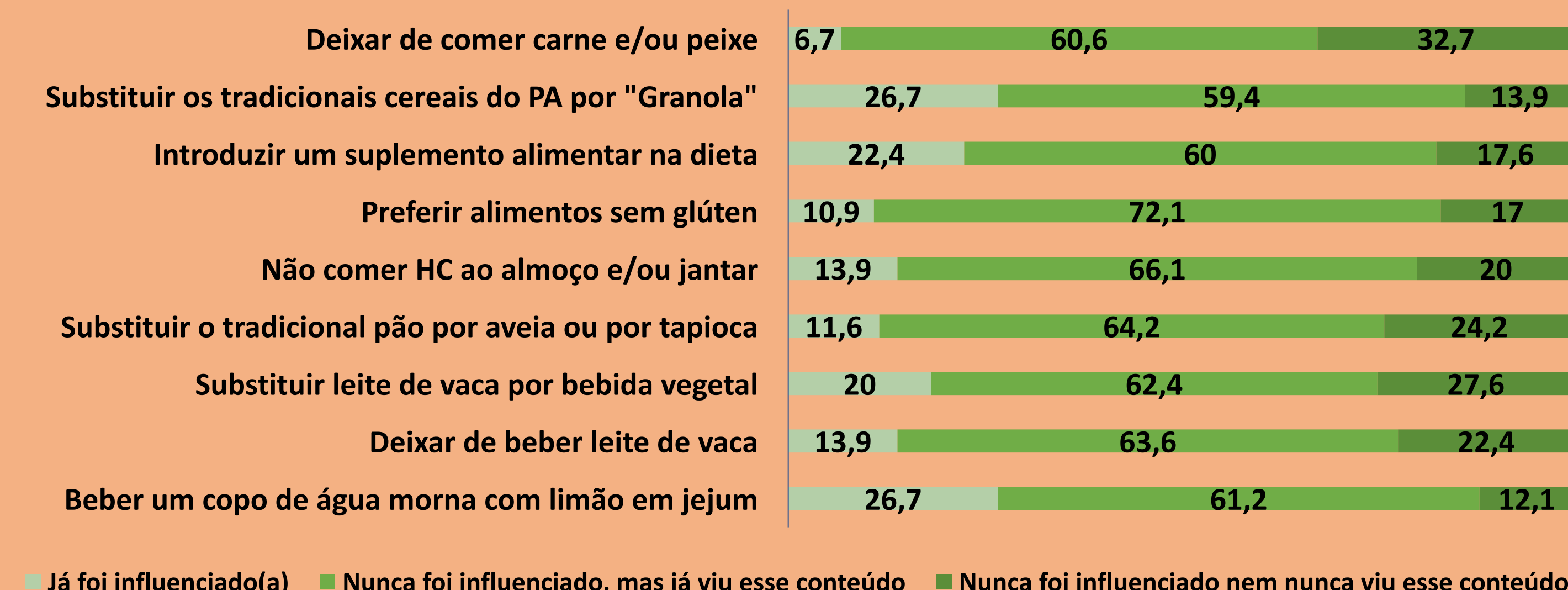


Gráfico 4 - Escolhas alimentares influenciadas pelas Redes Sociais (%)

Associações entre as redes sociais utilizadas e escolhas alimentares (p -value < 0,05)

Escolhas alimentares	Redes Sociais Utilizadas										
	Instagram	Facebook	TikTok	Youtube	Twitter	WhatsApp	Messenger	LinkedIn	SnapChat	Pinterest	Outra
Beber um copo de água morna com limão em jejum	0,752 ^a	0,752 ^a	0,071 ^a	0,322 ^b	0,990 ^a	0,573 ^b	0,816 ^a	0,122	0,745	0,534	0,863 ^a
Deixar de beber leite de vaca	0,346 ^a	0,036 [*]	0,270 ^a	0,826 ^b	0,587 ^a	0,437 ^b	0,143 ^a	0,577 ^a	0,780 ^a	0,057 ^a	0,125 ^a
Substituir leite de vaca por uma bebida vegetal	0,638 ^a	0,356 ^a	0,882 ^a	1,000 ^b	0,822 ^a	0,549 ^b	0,392 ^a	0,526 ^a	0,811 ^a	0,01 ^a	0,920 ^a
Substituir o tradicional pão por azeite ou tapioca	1,000 ^b	0,286 ^a	0,129 ^a	0,815 ^b	0,253 ^a	0,325 ^b	0,071 ^a	0,048 ^a	0,243 ^a	0,091 ^a	0,881 ^a
Não comer HC ao almoço e/ou jantar	0,620 ^b	0,609 ^a	0,648 ^a	1,000 ^b	0,333 ^a	0,547 ^b	0,777 ^a	0,216 ^a	0,260 ^a	0,309 ^a	0,294 ^a
Preferir alimentos sem glúten	0,462 ^b	0,361 ^a	0,504 ^a	0,921 ^b	0,171 ^a	0,368 ^b	0,265 ^a	0,808 ^a	0,729 ^b	0,234 ^a	0,465 ^a
Introduzir um suplemento alimentar na dieta	0,299 ^b	0,671 ^a	0,196 ^a	0,544 ^a	0,935 ^a	0,201 ^b	0,633 ^a	0,073 ^a	0,255 ^a	0,394 ^a	0,364 ^a
Substituir os tradicionais cereais de PA por "granola"	0,273 ^b	0,282 ^a	0,267 ^a	0,436 ^a	0,329 ^a	1,000 ^b	0,187 ^a	0,041 ^{**}	0,529 ^a	0,652 ^a	0,165 ^a
Deixar de comer carne e/ou peixe	1,000 ^b	0,807 ^a	0,672 ^a	0,168 ^a	0,525 ^a	0,437 ^b	0,313 ^a	0,198 ^a	0,179 ^a	0,019 ^{**}	0,923 ^a

^a Teste do Qui-Quadrado de Person; ^b Teste do Qui-Quadrado de Person por simulação de Monte Carlo
* Existem diferenças significativas ao nível da significância de 5%

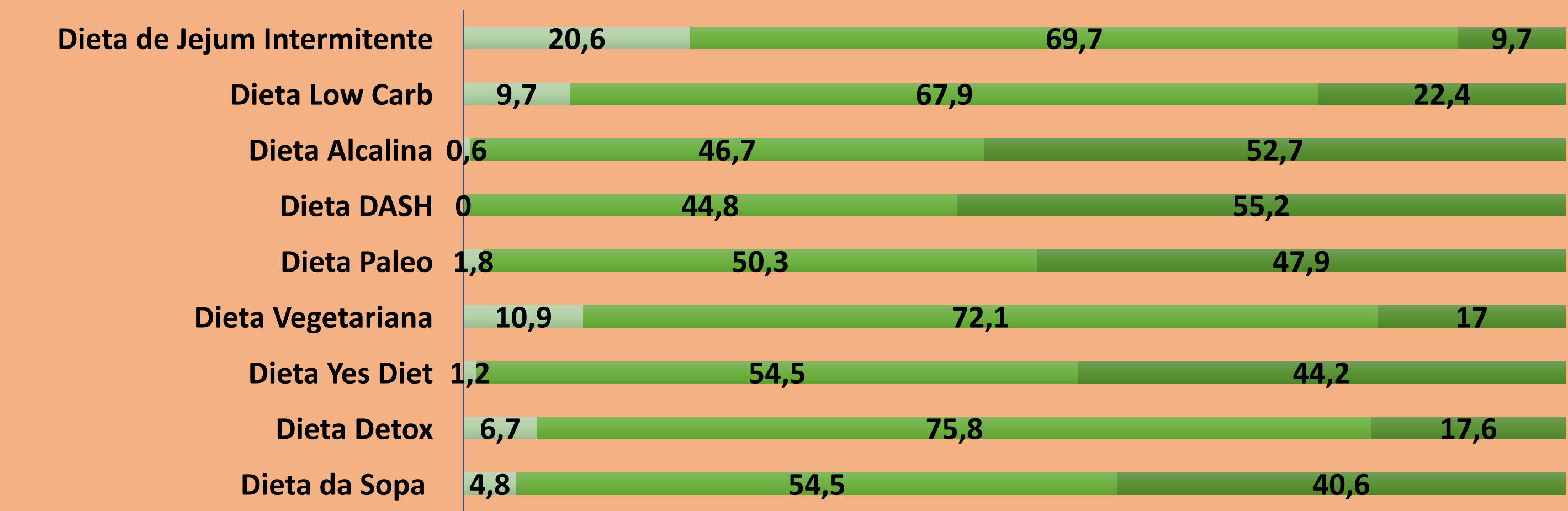


Gráfico 5 - Dietas mais adotadas sob a influência das redes sociais

CONCLUSÕES

As redes sociais desempenham um papel significativo na modulação das escolhas alimentares, influenciando, diretamente, os comportamentos relacionados com a alimentação. Nesse contexto, torna-se fundamental compreender a amplitude dessa influência, identificar os fatores mediadores subjacentes e avaliar, de forma crítica, o impacto real nas práticas alimentares dos indivíduos. A implementação de estratégias baseadas em evidências torna-se indispensável para promover decisões alimentares mais informadas, conscientes e alinhadas com princípios científicos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

¹Aleixo, M., Leal, R., Durço, B, Pagani, M., Azeredo, D, & Esmerino, E. (2020) Redes Sociais como fontes de informações para pesquisas de mercado: um estudo sobre veganismo e as dietas "plant-based". *Alimentos: Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente*, 2 (5), 68-79.
²Dumas, A.-A., Lapointe, A. & Desroches, S. (2018). Users, Uses, and Effects of Social Media in Dietetic Practice: Scoping Review of the Quantitative and Qualitative Evidence. *Journal of Medical Internet Research*, 20 (2), e55.