



UTILIZAÇÃO E EFEITOS DE MÍDIAS SOCIAIS E APLICATIVOS DE COMIDA NO PADRÃO ALIMENTAR DE UNIVERSITÁRIOS EM UM MUNICÍPIO DO OESTE DE SANTA CATARINA

Gabriel Zamberlan dos Santos¹, Cristian Alex Dalla Vecchia², Regis Carlos Benvenuti³, Jessica Tombini⁴

1. Discente do curso de graduação em Farmácia, Unoesc, Xanxerê, SC
2. Discente do curso de graduação em Farmácia, Unoesc, Xanxerê, SC
3. Discente do curso de graduação em Farmácia, Unoesc, Xanxerê, SC
4. Docente do curso de graduação em Farmácia, Unoesc, Xanxerê, SC

Autor correspondente: Gabriel Zamberlan dos Santos , gabrielzamberlansantos@gmail.com

Área: Ciências da Vida e Saúde

Introdução: Os hábitos alimentares sofreram mudanças marcantes nas últimas décadas, influenciados por fatores socioculturais e econômicos. As redes sociais têm um papel crucial na disseminação de informações sobre alimentação, levantando questões sobre seu impacto nos comportamentos alimentares, seja promovendo hábitos saudáveis ou incentivando escolhas menos saudáveis. A utilização de redes sociais juntamente com a possibilidade do uso de aplicativos de comida, podem facilitar e impulsionar o consumo de fast food. **Objetivo:** Avaliar a influência de redes sociais no padrão alimentar de estudantes do ensino superior, bem como a frequência na utilização de aplicativos de comida. **Método:** Trata-se de um estudo transversal de caráter exploratório e descritivo no qual participaram 64 estudantes do ensino superior de uma Instituição de Ensino localizada no Oeste de Santa Catarina. Os dados foram obtidos através de entrevista individual via Google Forms, utilizando formulário semiestruturado específico. Os participantes foram selecionados por amostragem não probabilística, ou seja, por conveniência. Todas as entrevistas foram feitas de acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). **Resultados:** Participaram 64 estudantes, dos quais, 85,5% eram do sexo feminino. Observou-se que 53,1% dos participantes se preocupam moderadamente com a alimentação, buscando equilíbrio; e 10,9% não têm cuidados específicos. Quanto à influência das mídias sociais, 67,2% não seguem hábitos alimentares baseados em conteúdos disseminados, enquanto 32,8% adotam práticas mais saudáveis e de baixo valor calórico. Sobre a adoção de dietas, 67,2% alegam não ser influenciados pelas mídias na aquisição de dietas prontas. Quanto ao uso de aplicativos de comida, 62,5% se sentiram influenciados a utilizar alegando praticidade e conveniência. **Conclusão:** Este estudo revela que a maioria dos participantes tem uma preocupação com sua alimentação as redes sociais influenciam mais a utilização de aplicativos de comida do que a adoção de dietas prontas. A conveniência parece ser um fator-chave na decisão dos usuários, destacando a necessidade de conscientização sobre o impacto das mídias sociais nas escolhas alimentares.

Palavras-chave: mídias digitais; perfil alimentar ; dieta.

Agradecimentos: O autor Gabriel Zamberlan dos Santos agradece ao Programa de Bolsas Universitárias do Estado de Santa Catarina (UNIEDU) pela concessão de bolsa de iniciação científica.