



Opinión

¿Somos conscientes del efecto de las redes sociales en nuestra nutrición?

Are we aware of the effect of social networks on our nutrition?

Brenda Mamani Escobar,^{a,1} Daniela Redrovan,^a Emanuel Villeda,^a Adriana Hernández Santana^b

^aMaestría en Agricultura Tropical Sostenible (MATS), Departamento de Posgrado, Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, Tegucigalpa, Honduras

^bLaboratorio de Nutrición Humana, Departamento de Agroindustria Alimentaria, Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, Tegucigalpa, Honduras

Todos los seres humanos tenemos una percepción intuitiva hacia la nutrición. De hecho, es posible sentir cómo una dieta “saludable” o “no saludable” puede tener efectos en diferentes aspectos de nuestras vidas. Adicionalmente, las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Twitter, etc.) desencadenan una gran cantidad de opiniones y muchas veces logran dar forma a las actitudes de sus usuarios.

La Organización Mundial de la Salud refiere que una alimentación saludable es una preocupación constante a nivel mundial (OMS, 2018). El comportamiento alimentario de cada persona está relacionado con el estilo de vida que lleva, siendo este último un pilar esencial para la salud humana. Los estilos de vida son influenciados por la difusión de información y la interacción con los usuarios y a partir del uso de redes sociales se ha vuelto más sencillo y directo (Míguez Fernández, 2019).

Hoy en día la difusión de información de alimentación y nutrición está al alcance de un clic y su uso puede llegar a abarcar una gran parte de la población mundial. Realmente, la mayoría de las personas que usan internet pueden acceder y difundir información alimenticia y nutricional de manera casi inmediata. El problema radica en que estas acciones atraen a los usuarios sin tomar en cuenta las consecuencias positivas o negativas para la salud, al ámbito social e incluso el económico o el ambiental. Caballero Pérez (2018) menciona que se debe tener en cuenta que no todos son conscientes de la información que comparten y de la

fiabilidad de esta. Todo esto puede conducir a una replicación de información tanto benéfica como perjudicial al usuario en términos de la nutrición y la salud. Por eso, es importante tomar en cuenta que la información presentada en muchos casos se basa en reacciones como “me gusta”, en compartir o en dejar comentarios.

Tiempo de uso de las redes sociales

Actualmente se estima que más de un tercio de la población mundial, tanto jóvenes como adultos, utiliza redes sociales porque se han convertido en espacios importantes dentro de la vida diaria. Esto permite que el público esté constantemente expuesto a gran cantidad de “información” en estas plataformas. Las redes sociales permiten que, quienes así lo desean, puedan buscar, compartir, escuchar o inclusive participar en publicaciones que contienen imágenes, videos, memes o textos referentes a salud, nutrición, estilos de vida y actividad física, entre otros.

La información sobre salud y nutrición mediante el uso de las redes sociales se ha vuelto más disponible, compartida y personalizada. Organizaciones como la OMS y el Public Health England apuestan a que son herramientas viables, para involucrar a la población, ya que podrían apoyar cambios en el comportamiento de consumo saludable de alimentos y así promover la actividad física, logrando un mejor estilo de vida de cada persona (Goodyear et al., 2021).

Goodyear et al. (2021) indican que, en países

¹ Autor correspondiente: brendaileen.mamani@est.zamorano.edu, Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, Tegucigalpa, Honduras

Disponible en <https://doi.org/10.5377/innovare.v10i3.12990>

© 2021 Autores. Este es un artículo de acceso abierto publicado por UNITEC bajo la licencia <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

desarrollados, los usuarios previo a la pandemia COVID-19 dedicaban de 1 a 2 horas diarias a las redes sociales. Posteriormente al tiempo de encierro, los usuarios aumentaron en un 70% el tiempo de uso de estas. En el mismo estudio se reportó que un 35% de los participantes encuestados aumentaron su actividad física y un 20% mejoró el estilo de vida y calidad de dieta mediante el uso de información proporcionada por estas plataformas. Esto sugiere la necesidad creciente de acceder a las redes, pero se deben tener en cuenta las consecuencias positivas o negativas que pueden afectar la salud de los usuarios.

Se ha observado que las redes sociales se encuentran dentro de las principales fuentes de información para jóvenes y adultos, debido al uso preferencial de estas. Por esta razón, el uso efectivo de las redes sociales como mecanismo de transferencia de información saludable, deberá ser información confiable y no engañosa para poder promover la salud de forma transparente mediante blogs, consejos clínicos y nutricionales para gran parte de adolescentes y adultos que las consumen.

El monitoreo y regulación a la información sanitaria en estas plataformas debe realizarse constantemente, así se evita la promoción de información que no es adecuada y que su único fin es beneficiar a empresas que buscan aumentar las ganancias mediante el uso de estas. Además, la población debe ser cautelosa y acceder a información confiable avalada por organizaciones encargadas de promover cambios en los comportamientos alimenticios.

Hábitos alimenticios desarrollados a partir de las redes sociales y su influencia

El hecho de estar expuestos y ver fotos, imágenes y videos que se relacionen con la alimentación ya tiene un impacto en nuestra alimentación. Según Spence et al. (2016), la exposición a imágenes de alimentos puede provocar una mayor ingesta de alimentos altos en calorías, ya que su publicidad aumenta los deseos de consumir lo que esté a nuestro alcance. Por ello, se debe tomar en cuenta que tienen una influencia en términos de comportamiento del consumidor.

Sumado a lo anterior, existen reglas implícitas que guían el comportamiento de la mayoría de las personas como las normas sociales. Nuestro comportamiento depende de muchos factores, como el ser aceptado por el resto de las personas, especialmente cuando existe la preocupación por encajar. Hoy en día, el internet es una gran fuente de información en donde las personas siempre están conectadas a las redes sociales siguiendo “cuentas” o perfiles que muestran estilos de vida “ideales”.

En este contexto, todos los sectores de la cadena alimentaria tienen un papel importante porque las redes sociales son una excelente herramienta para promover cambios en la alimentación hacia un estilo de vida saludable.

Pero ¿qué sucede si la exposición a diversidad de imágenes tiene otras consecuencias? El cerebro es un órgano que exige aproximadamente 2/3 de nuestra energía y los ojos son uno de sus principales aliados para saciarse por medio de una recompensa al mirar la comida. De esta forma, se predispone al cuerpo para recibir los alimentos a partir de respuestas fisiológicas. Todo resulta en una exacerbación del hambre con mayor frecuencia de la que tiene normalmente y consumir, por lo general, alimentos que no son saludables (Spence et al., 2016).

Como consecuencia de todo esto, se produce un aumento de peso que desencadena la presencia de enfermedades no transmisibles (ENT), por ejemplo, la obesidad y trastornos de conducta alimentaria que generan un entorno emocional conflictivo al querer bajar de peso sin importar el cómo. De hecho, al estar tan pendientes de lo que observamos, no nos enfocamos en la experiencia del sabor cuando se ingieren los alimentos y se aumenta el consumismo que en un futuro puede generar conflictos al querer compararse con otra tendencia. Por esto y más vale la pena tomar en cuenta el impacto que pueden tener las redes sociales en nuestra nutrición.

Se ha comprobado que cuando los usuarios de redes sociales perciben el consumo de alimentos se promueve el consumo propio de los mismos, independientemente de si son frutas y verduras o bocadillos hipercalóricos y bebidas procesadas (Hawkins et al., 2020). Este comportamiento sugiere que, efectivamente, las redes sociales comunican normas sobre los hábitos alimenticios de las personas que las observan, tanto por su contenido como por lo que las cuentas sugieren en la red social; influyendo directamente en los propios hábitos alimenticios.

Las personas observan el comportamiento típico de otros sobre lo que comen para guiar su propio consumo, ya que lo que se ve en las redes sociales se vuelve una fuente de información sobre la cual basan el comportamiento propio. En el caso de alimentos hipercalóricos y bebidas procesadas, conocidas como poco saludables, su consumo se relaciona con la aprobación social. Al consumir este tipo de comida altamente promocionada en las redes sociales, se busca disminuir un juzgamiento negativo, por el hecho de querer ser aceptados socialmente.

En redes sociales donde se tienen varias herramientas para señalar la aprobación o desaprobación de un comportamiento, Hawkins et al. (2020) plantea la interrogante: ¿Lo que se percibe en los círculos sociales digitales tienen una mayor influencia en comparación a lo que se percibe en el mundo físico? La respuesta a esta pregunta podría brindar una guía sobre cómo realizar intervenciones de normas sociales que mejoren la alimentación y por tanto la nutrición y el estilo de vida.

La percepción de cada consumidor, al estar conectado con las redes sociales, puede presentar consecuencias buenas o malas en la vida de cada uno. A partir de esto, se

debe considerar que, como buscadores de información muchas veces somos poco analíticos ante la publicidad o información presentada a nuestros ojos. Sin embargo, es trabajo de los expertos en salud y de las diferentes entidades, ser conscientes de que la dieta y la nutrición de las personas, en muchos casos, está basada en lo que miran y leen en las redes sociales.

Por ello, deben diseñarse y aplicarse proyectos que tomen en cuenta la difusión de información por este tipo de medios, en beneficio de las personas que los utilizan y promover aquellos sitios o cuentas con información sustentada en evidencia, que orienten a toma de decisiones más adecuadas.

Contribución de los Autores

Todos los autores participaron en la revisión literaria, análisis de la información, y redacción del manuscrito final.

Conflictos de Interés

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés en relación con este artículo.

Referencias Bibliográficas

- Caballero Pérez, J. A. (2018). *Las redes sociales, actor en la difusión de información política*. Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/7192>
- Goodyear, V. A., Boardley, I., Chiou, S.-Y., Fenton, S. A. M., Makopoulou, K., Stathi, A., Wallis, G. A., van Veldhuijzen Zanten, J. J. C. S., & Thompson, J. L. (2021). Social media use informing behaviours related to physical activity, diet and quality of life during COVID-19: A mixed methods study. *BMC Public Health*, *21*(1), 1333. <https://dx.doi.org/10.1186/s12889-021-11398-0>
- 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://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2020.104611>
- Míguez Fernández, L. (2019). Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable. Universidad Pontificia Comillas, Madrid. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27875/TFG%20Maguez%20Fernandez,%20Laura.pdf?sequence=1>
- Spence, C., Okajima, K., Cheok, A. D., Petit, O., & Michel, C. (2016). Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation. *Brain and Cognition*, *110*, 53–63. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bandc.2015.08.006>

*Recibido: 2 noviembre 2021. Revisado: 2 noviembre 2021. Aceptado: 11 noviembre 2021. Publicado: 13 diciembre 2021