



UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN DEL URUGUAY

Facultad de Ciencias Médicas - Centro Regional Santa Fe

Licenciatura en Nutrición

INFORME FINAL

"RELACIÓN ENTRE EL CONTENIDO SOBRE NUTRICIÓN Y ALIMENTACIÓN EN PERFILES DE INFLUENCERS EN INSTAGRAM Y HÁBITOS ALIMENTARIOS DE LOS ESTUDIANTES DE 1ER Y 2DO AÑO DE LICENCIATURA EN NUTRICIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN DEL URUGUAY, CENTRO REGIONAL SANTA FE "

ALUMNA
María Paula Amati

DIRECTORA
Natalia Belén Díaz
Lic. en Nutrición
MP N° 1503

**Santa Fe
Agosto, 2023**



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

PÁGINA DE APROBACIÓN

TRIBUNAL EVALUADOR:

Lic. en Nutrición Fiorela Suppo

Lic. en Nutrición Camila Leiva

Lic. en Nutrición Sol Oldani

LUGAR Y FECHA:

.....
.....

CALIFICACIÓN:

.....
.....



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi directora de Tesina, Licenciada en Nutrición Natalia Díaz, por brindarme su ayuda y conocimiento en el desarrollo de este estudio, por su compromiso y tiempo dedicado.

Al tribunal evaluador conformado por: Lic. Fiorela Suppo, Lic. Camila Leiva y Lic. Sol Oldani, por dedicar su tiempo de lectura y corrección aportando sus conocimientos y experiencias.

A la Universidad de Concepción del Uruguay y sus profesores, por permitirme realizar este largo camino a través de enseñanzas y aprendizajes para formarme profesionalmente como Lic. en Nutrición.

A mis tutoras de Prácticas Profesional Final, Lic. Natalia Sarricchio y Lic. Delfina Stamatti, por dedicarme su tiempo, conocimientos y enseñarme que hay una realidad fuera de los libros de estudio.

A mis amigos y especialmente a mi familia, que me acompañaron en este trayecto, impulsándome día a día a seguir para cumplir mi sueño y por ser un gran sostén en mi carrera universitaria.

¡MUCHAS GRACIAS!



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
MARCO TEÓRICO	10
<i>Adolescencia.....</i>	<i>10</i>
<i>Juventud.....</i>	<i>11</i>
<i>Estudiantes universitarios.....</i>	<i>11</i>
<i>Riesgo de TCA en adolescentes y jóvenes.....</i>	<i>12</i>
<i>Hábitos alimentarios.....</i>	<i>13</i>
<i>Alimentación y nutrición.....</i>	<i>14</i>
<i>Publicidades, anuncios, marketing.....</i>	<i>14</i>
<i>Redes sociales.....</i>	<i>15</i>
<i>Instagram.....</i>	<i>17</i>
<i>Influencers y alimentación.....</i>	<i>18</i>
<i>Perfiles de influencers en Instagram.....</i>	<i>20</i>
<i>Mitos y falsas creencias.....</i>	<i>22</i>
<i>Dietas de moda.....</i>	<i>23</i>
ANTECEDENTES.....	26
HIPÓTESIS	28
OBJETIVOS.....	28
<i>General:.....</i>	<i>28</i>
<i>Específicos:.....</i>	<i>28</i>
DISEÑO METODOLÓGICO.....	29
PLAN DE TRABAJO.....	30
MATERIALES Y MÉTODOS	31



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

RESULTADOS	35
DISCUSIÓN	75
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	79
CONSIDERACIONES ÉTICAS	80
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS	89
<i>Anexo I:</i>	<i>89</i>
<i>Anexo II:</i>	<i>91</i>



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

RESUMEN

El objetivo de esta tesina fue analizar la relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU.

Esta investigación fue de tipo descriptiva y se realizó mediante un enfoque metodológico de tipo mixto, de índole cuali-cuantitativo. En términos temporales, el estudio fue transversal y se realizó en la Universidad de Concepción del Uruguay (UCU), centro regional Santa Fe. La muestra estuvo conformada por 46 alumnos de 1er y 2do año que estudian Lic. en Nutrición.

Para la obtención de los datos se hizo una encuesta, la cual fue realizada a través de un formulario de Google. Posteriormente, la información de las mismas fue analizada estadísticamente utilizando la prueba de Chi-Cuadrado y gráficos del software Microsoft Office Excel 2016.

Los resultados que se obtuvieron dieron a conocer que no existe evidencia suficiente para confirmar la relación existente entre las variables antes mencionadas.

Aun así, se puede analizar que resulta notorio el aumento a la exposición hacia los perfiles de influencers no profesionales de la salud por parte de los estudiantes, ya que mayormente visitan las cuentas a diario y se interesan por las publicaciones y recetas, lo cual podría llevar a que los alumnos opten por elecciones alimentarias poco saludables, generen malos hábitos e inseguridades con su propio cuerpo.

Además, se realizó un cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos, donde se conocieron sus hábitos alimentarios e indicó que la mayoría de los alumnos encuestados realizaron dietas los últimos dos años sin padecer alguna enfermedad.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Palabras claves: Instagram, influencers, publicidades, anuncios, hábitos alimentarios, dietas de moda, adolescentes, jóvenes.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Actualmente, se percibe una inquietud de los adolescentes y jóvenes sobre su alimentación y la información que brindan las publicidades en Instagram, siendo en gran parte errónea.

La importancia que tiene el uso de las tecnologías lleva a estudiar y analizar en particular las redes sociales como una forma de integración social de los jóvenes en el mundo, donde los estereotipos que se visualizan determinan muchos de los comportamientos diarios, estilos de vida, hábitos de alimentación y ejercicio físico (Castrejón Mata, 2018).

Un sujeto está expuesto a un promedio de 1500 marcas por día a través de anuncios que no son sólo un mensaje constituido por un conjunto de estímulos que incitan a la compra de productos, sino que también, tiene otras dimensiones culturales, sociales, ideológicas y políticas (Cáceres Zapatero y Díaz Soloaga, 2008).

La alimentación es un “hecho social complejo” que atraviesa todos sus aspectos (económico, religioso, jurídico, político, etc.), pero también los aspectos fisiológicos y psicológicos, y todo en forma simultánea (Díaz Córdoba, 2016). El acto de comer se nos representa como un acto biológico “necesario, evidente y cotidiano” (OPS, 2019) y procurarnos de alimentos según nuestras necesidades y preferencias parece algo natural, que no merece ninguna reflexión.

Una adecuada alimentación permite mantener un buen estado de salud de los grupos etarios y para que se cumpla es necesario una buena selección de alimentos a consumir (Troncoso Pantoja y col., 2011).

Se ha constatado un considerable aumento de la preocupación por los temas relacionados con la alimentación, tanto por el alto número de artículos y trabajos de investigación como así también del tiempo que dedican los medios



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

de comunicación a esta temática, transmitiendo muchas veces mensajes erróneos que llegan al adolescente (Sánchez, 2009).

También, se nota cierta inquietud por parte de los consumidores, en conocer los ingredientes o las calorías de lo que consumen y los medios de comunicación contribuyen informando, aconsejando o divulgando todo tipo de contenidos sobre lo que es o no es saludable (Marín-Murillo y col., 2016).

En los relatos de estudiantes, existen mensajes contradictorios por parte de los medios de comunicación y la publicidad, en los cuales se promueve la imagen de modelos delgadas, dietas milagrosas, productos para adelgazar, alimentos light, también se hostiga al mismo público con mensajes alusivos a alimentos con alto contenido de azúcares o grasas, donde se resalta el sabor, presentación y el placer de consumirlos (Echeverri Gallo, 2015).

Se identifica como una problemática, en la presente investigación científica, que los adolescentes y jóvenes utilizan mayormente la red social “Instagram”, en la cual se encuentran expuestos a diversas publicidades sobre alimentación, suplementación, dietas de moda por parte de influencers y que muchas veces son engañosas y no están avaladas por profesionales de la salud. Las mismas, son las causantes de promover un estereotipo de belleza irreal y transmitir una información errónea sobre lo ideal y saludable.

Debido a lo expuesto, surgió un interrogante que se interesa esclarecer mediante este trabajo de investigación: ¿Cuál es la relación entre el contenido en perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de la UCU? Para responder a esta pregunta, se analizarán los perfiles de influencers que siguen los estudiantes de Lic. en Nutrición de 1er y 2do año, las publicidades y publicaciones que brindan dichas cuentas y sus hábitos alimentarios.



MARCO TEÓRICO

Adolescencia.

La adolescencia es un proceso físico y social que comienza alrededor de los 10 años de edad, con la aparición de los caracteres sexuales secundarios, y termina alrededor de los 20 años, cuando cesa el crecimiento somático y la maduración psicosocial (Amigó, 2004). Para el desarrollo de esta tesina, se refiere como “adolescentes”, a las personas que se encuentran en un período de desarrollo, tomando una parte de este rango de edad antes mencionado, a los estudiantes que se encuentran entre los 17 y 20 años de edad.

En esta etapa de la vida, el papel familiar pierde importancia y el comportamiento en el consumo de alimentos se ve mediado por la publicidad y los amigos. En esta etapa, los jóvenes asumen responsabilidades por su comportamiento alimentario y por su salud (Rodrigues Leite y col., 2016).

La adolescencia se asocia con una multitud de cambios en el estilo de vida personal y es de esperar que haya variaciones en la preferencia de alimentos y en los hábitos alimentarios. El comportamiento alimentario del adolescente está determinado por numerosos factores “externos” (características familiares, amistades, valores sociales y culturales, medios de comunicación social, conocimientos nutricionales, experiencias y creencias personales) e “internos” (características y necesidades fisiológicas, imagen corporal, preferencias y aversiones en materia de alimentación, desarrollo psicosocial, salud) (SEPEAP, 2015).

Los factores internos y externos que influyen en el comportamiento del consumidor se pueden ver alterados por los medios, por ejemplo, la publicidad es uno de los mecanismos psicológicos que incitan a llevar a cabo una alimentación influyendo en la conducta de los consumidores (Menéndez García y Franco Díez, 2009).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Juventud.

Seguida a la adolescencia, se encuentra la etapa de la juventud que culmina a los 25 años de edad y forma parte de una de las etapas de la vida por edades más significativas (EUROINNOVA, 2022).

Esta categoría se puede articular en función de dos conceptos: lo juvenil, que nos remite al proceso psicosocial de construcción de la identidad, y lo cotidiano, que nos hace referencia al contexto de relaciones y prácticas sociales en las cuales dicho proceso se realiza con anclaje, en factores ecológicos, culturales y socioeconómicos.

La juventud se encuentra delimitada por dos procesos: uno biológico y otro social. El biológico sirve para establecer su diferenciación con el niño, y el social, su diferenciación con el adulto (Dávila León, 2005).

Estudiantes universitarios.

El rol del estudiante en la universidad no es algo que se asume natural y espontáneamente, sino que se construye a lo largo de la vida universitaria. Los alumnos pueden llevar a cabo procesos de metacognición que les permiten reflexionar sobre sus propios procesos de aprendizaje, como así también sobre la posición que ocupan como estudiantes (Naigeboren Guzmán y col., 2013).

La adecuada alimentación de los estudiantes garantiza una buena salud por eso es importante considerar el tipo, la cantidad, calidad y horario de consumo de alimentos.

El consumo de una dieta saludable en estudiantes universitarios, no depende de los conocimientos que ellos tengan, se cree que los hábitos alimentarios dependen de los conocimientos sobre alimentación y salud, que a mayor conocimiento mejor alimentación. La misma se caracteriza por el consumo de una alimentación rápida y de bajo contenido nutricional, además



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

de omitir algunas de las comidas como el desayuno, el almuerzo o la cena (Reyes Narvaez y Oyola Canto, 2020).

Riesgo de TCA en adolescentes y jóvenes.

Los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), son un grupo de trastornos psicopatológicos que se caracterizan por una conducta alterada ante la ingesta alimentaria, con la aparición de comportamientos extremos de control de peso y alteración de la percepción de la imagen corporal. En este grupo se incluyen diferentes categorías diagnósticas, que comprenden: la anorexia nerviosa (AN), la bulimia nerviosa (BN), el trastorno alimentario no especificado (TANE) y el trastorno alimentario compulsivo (TAC), pica, trastorno de rumiación, trastorno de restricción de la ingesta de alimentos, entre otros.

La AN es la restricción de la ingesta energética con las necesidades, que conduce a un peso corporal significativamente bajo con relación a la edad, el sexo, el curso del desarrollo y la salud física, es el miedo intenso a ganar peso o a engordar.

Por el contrario, la BN, son episodios recurrentes de atracones caracterizados por la ingestión de una cantidad de alimentos en un período de tiempo determinado, sensación de falta de control sobre lo que se ingiere durante el episodio, sensación de que no se puede dejar de comer o controlar lo que se ingiere o la cantidad de lo que se ingiere.

En cambio, los TANE, predominan los síntomas característicos de un trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos que causan malestar clínicamente significativo sin que el paciente especifique el motivo de incumplimiento de los criterios de un trastorno alimentario o de la ingestión de alimentos específicos.

La pica es la ingestión persistente de sustancias no nutritivas y no alimentarias durante un período mínimo de un mes (American Psychiatric Association, 2014).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Se estima que un 85% de los trastornos de alimentación ocurren durante la adolescencia. En estas edades, observamos señales de una conducta alimentaria alterada, tales como episodios de voracidad, vómitos auto-inducidos, miedo a engordar. Preocupación excesiva por los alimentos y percepción distorsionada de la imagen corporal.

Muchos adolescentes se someten a regímenes para perder o ganar peso y eligen conductas poco saludables asociadas con trastornos de alimentación, que se acentúan a llegar a la edad universitaria (Lezama Reyes, 2016).

Hábitos alimentarios.

Los hábitos alimentarios se construyen en el seno familiar, responden a costumbres que norman el proceso de alimentación e implican tanto la selección del alimento como las técnicas de cocción y horarios de ingesta, pueden variar a lo largo de la vida, como consecuencia del intercambio cultural, la disponibilidad de alimentos y factores económicos, entre otras condiciones.

Los estudiantes universitarios son objeto de tales influencias y propensos a estilos de vida menos saludables como el incumplimiento de patrones de consumo dirigidos a mantener un adecuado estado nutricional y de salud. Se caracterizan por realizar menos de tres comidas diarias, generalmente excluyen el desayuno y es común el consumo de comidas rápidas o el consumo excesivo de alimentos ricos en grasas trans y gaseosas (Hernández-Gallardo y col., 2020).

El consumo de una alimentación sana cada día es menor debido a la falta de conocimientos y preferencias sobre los alimentos, por este motivo es difícil mantener un estado nutricional normal. La alimentación saludable es fundamental para mantener la salud y protección a numerosas enfermedades, ésta debe ser completa y variada, además de contener los nutrientes necesarios de acuerdo a la edad, sexo, condición física y la situación de salud (Reyes Narvaez y Oyola Canto, 2020).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Los hábitos alimentarios adolescentes se vinculan, entre otros aspectos, con los ideales de belleza que circulan en un determinado grupo social. En la actualidad, las representaciones sobre el cuerpo que circulan promueven un estereotipo que asocian a la delgadez con la belleza. Alcanzar ese ideal implica muchas veces riesgoso para la salud, más aún durante la adolescencia, ya que durante éste período de transición entre la niñez y la etapa adulta se producen diferentes cambios fisiológicos, psicológicos y cognitivos que tienen un efecto directo sobre las necesidades nutricionales y las conductas alimentarias (Gerbotto y Paturzo, 2020).

Alimentación y nutrición.

La alimentación y la nutrición son ámbitos de gran interés para la población debido a su relación con la salud, la estética y el medioambiente. Este interés va ligado al aumento de información sobre estos temas en los medios de comunicación. Sin embargo, en muchos casos, la información transmitida no es al 100% veraz, conduciendo a falsas creencias y a la creación de los mitos alimentarios (Lucas Muñoz, A. y col., 2021).

Una alimentación saludable es determinante para el buen estado de salud de las personas en cualquier etapa de su ciclo vital, la cual debe contener los nutrientes esenciales, además de ser variada, adecuada e inocua.

Asimismo, nos protege de múltiples enfermedades, en especial de las ENT como la diabetes, hipertensión, obesidad y sobrepeso; de allí la importancia que los buenos hábitos alimentarios se inicien en los primeros años de vida y continúen en la vida adulta para mantener la salud y calidad de vida (Reyes Narvaez y Oyola Canto, 2020).

Publicidades, anuncios, marketing.

La publicidad tiene capacidad de influir en los comportamientos alimentarios de todos los estratos sociales y en todas las franjas de edad de la



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

población, afectando a sus preferencias, solicitudes de compra y hábitos de consumo (Morales Rodríguez y col., 2017).

La influencia de la publicidad en este segmento es un factor importante, ya que existen una variedad extensa de marcas de diversos productos alimenticios no saludables para los alumnos (Daza Murillo y col., 2016).

Además, utilizan un amplio espectro de técnicas visuales, auditivas y emocionales para persuadir a los niños o padres, empleando diferentes estrategias según la calidad nutricional de los alimentos y bebidas. Éstas estrategias de marketing incluyen el uso de técnicas de persuasión orientadas a generar el conocimiento del producto, influir en el consumidor y producir el deseo de comprarlo (Ferrante y col., 2017).

Las publicidades, influyen en los hábitos alimenticios, cuando entra en juego la palatabilidad, induciendo al consumo de bebidas, alimentos ricos en grasa, que se caracterizan por su baja densidad de nutrientes (Comuna Mujer, 2021). Ofrecen al consumidor mucho más que un producto alimenticio, con una determinada función nutritiva: se venden alimentos-fuerza, alimentos-salud, alimentos-vitalidad, alimento-prestigio social. Ha profundizado en la simbología del alimento para vender más y así, se ha llegado a proponer los dulces como una recompensa (premio) gratificante a nuestras múltiples tensiones, la “bollería” industrial, que con frecuencia posee grasas saturadas y edulcorantes artificiales, se proporciona a través de bellas y tiernas imágenes de nuestra infancia (Comuna Mujer, 2021).

Redes sociales.

Las redes sociales han cambiado nuestra relación con la comida, de ahí que las empresas estén pendientes de los intereses de los usuarios, de sus tendencias y de otras cuestiones relacionadas con la alimentación, con el fin de satisfacer sus demandas y, por supuesto, aumentar su volumen de ventas (Gastronomía & Cía, 2020).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

En las diferentes redes sociales se puede observar la gran interacción que se tiene con imágenes o contenido que va determinando algunas de las decisiones de los jóvenes respecto a su alimentación y la toma de decisiones de sus actividades diarias. Este tipo de actividades puede generar conductas y diversos trastornos no solo biológicos sino también sociales (Castrejón Mata, 2018).

En la industria de la alimentación, las redes sociales están jugando un papel muy importante, pues consiguen una participación por parte de los usuarios, interactuando y dejando comentarios en las páginas. Por ello, también están siendo utilizadas en la promoción de la salud, para poder llegar a un mayor alcance e interacción (Klassen y col., 2018).

Las redes sociales son un medio de comunicación que forma parte del estilo de vida actual en la población, entre ellas, Facebook es la red social con mayor número de usuarios, seguido de Instagram y Twitter. A nivel mundial, la población entre 18 y 34 años, son los mayores usuarios de redes sociales (González Posadas y col., 2020).

En conjunto, internet y las redes sociales se han convertido en la principal plataforma de información sanitaria y la gran cantidad de sitios web relacionados con la salud ha hecho que sea mucho más difícil distinguir entre información que sea o no fidedigna. Este es el caso de la información sobre los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), donde algunas fuentes buscan desalentar los comportamientos poco saludables y otras buscan promoverlos. Algunas de las fuentes promocionan actitudes extremas hacia el ejercicio o la alimentación (García Puertas, 2020).

Los adolescentes y jóvenes estudiantes, reciben constantemente información sobre los riesgos y beneficios de los alimentos, ya sea por los mensajes de las campañas de promoción a la salud o por los medios de información a través de publicidades en las redes sociales, siendo mayormente Instagram. La alimentación adecuada y al mismo tiempo posible, es hoy una



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

preocupación a todos los niveles, y es un elemento de interacción social en la medida que está presente en las conversaciones (Landaeta-Jiménez y col., 2015).

Esta investigación científica se enfocará en Instagram y sus publicidades o anuncios.

Instagram.

En Argentina, datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), elaborados en el año 2019, informaron que el 91.9% de la población entre 13 y 29 años utilizaba internet (INDEC 2021). En cuanto a redes sociales, en enero del año 2020, el 76% de las personas entre 16 y 64 años utilizaron Instagram en Argentina (Kemp, 2020).

Instagram es una plataforma que permite a los usuarios publicar imágenes y videos, añadirles un título, utilizar hashtags (símbolo #) para describir las fotos y etiquetar a otros usuarios (símbolo @). Asimismo, los usuarios pueden seguir a cualquier cuenta y ver un flujo constante de contenido publicado por los usuarios que siguen, donde pueden dar like (me gusta) o comentar las publicaciones. Otra función que presenta es sugerir nuevas cuentas según el contenido al que el usuario está expuesto o de sus gustos.

Un análisis más detallado del contenido de las publicaciones de Instagram encontró que las ocho categorías más populares son: comida, selfies (autorretratos), amigos, deporte, fotos de memes, moda y mascotas, lo que sugiere la importancia de Instagram para compartir el contenido relacionado con los alimentos, los estereotipos de belleza y el fitness (bienestar físico), destacando el término “Fitspiration”, que consiste en la publicación de imágenes y textos diseñados para inspirar a las personas a seguir un estilo de vida saludable a través del ejercicio y la buena alimentación (García Puertas, 2020).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Influencers y alimentación.

Un “influencer” es una persona que posee cierta credibilidad sobre un tema concreto y que su presencia e influencia en las redes sociales hace que se convierta en un prescriptor idóneo de una marca determinada; además, más que su número de seguidores, importa cuán admirado, seguido y/o escuchado es (Romero Cantero y col., 2022). Se pueden clasificar como:

- Famosos o celebrities: Entendemos por este tipo de perfiles a aquellas personas que cuentan con reconocimiento social debido a su profesión o estatus social. Un ejemplo de famosos o celebrities son actores, grupos musicales o deportistas de élite. Dichas personas ejercen gran influencia entre sus seguidores y fans.
- Líderes de opinión: Este tipo de perfiles los ocupan personas que se consideran expertos en una materia o temática, por lo que se les otorga mayor credibilidad por parte de sus seguidores y/o usuarios de redes sociales. Comparten contenido divulgativo en un primer momento de manera desinteresada, siendo muchas veces contactados por marcas para colaboraciones o campañas publicitarias.

Hoy en día no es necesario tener una profesión de éxito para influenciar sobre la sociedad, cualquier persona tiene la posibilidad de crear contenido que genere interés, credibilidad y reconocimiento por parte de sus seguidores o usuarios de las redes sociales (La Vanguardia, 2017).

Los influencers de promoción de hábitos saludables tienden a ser nutricionistas, si se dedican a la alimentación, o entrenadores personales, si promueven rutinas deportivas. Por lo general, sus post son rutinas tanto alimentarias como deportivas que pueden ser utilizados en el día a día de las personas que les siguen. Además, la mayoría tienen un procedimiento común: página web o un blog en los que proponen planes más específicos y personalizados.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Así mismo, no solo promueven un estilo de vida determinado, sino que también pueden ser utilizados como medio promocional, de productos, restaurantes, ropa deportiva, etc. Sus seguidores requieren transparencia a la hora de presenciar una promoción o colaboración con un producto, ya que el hecho de estar haciendo publicidad sin aviso previo genera muchas críticas y reduce la credibilidad del influencer (Hanifati, 2015).

La exposición a las imágenes idealizadas que difunden los influencers por redes sociales y que utilizan el cuerpo y la dieta como argumentos de venta provoca un aumento de la insatisfacción corporal de los adolescentes e impacta en sus hábitos alimenticios.

La bibliografía científica coincide en que los mensajes de publicaciones, demuestra que la promoción de una alimentación saludable no resulta tan eficaz, al asociarse con un nivel adquisitivo alto. También que la exposición a imágenes idealizadas en redes sociales provoca un aumento de la insatisfacción corporal tanto en mujeres como en hombres, aunque con ciertas diferencias entre los sexos (Nobbot, 2022).

La población española más joven otorga una mayor credibilidad a los influencers que a las evidencias científicas, en relación a la alimentación, ya que se ha demostrado que tienen una mayor predisposición a compartir información en las redes sociales que promocionan aspectos de la alimentación no saludable (ABC Familia, 2022).

Aproximadamente el 33% de las fake news que se viralizan por las redes está relacionado con la salud, y un importante porcentaje tiene que ver con la alimentación. La Guía de los Bulos en Alimentación 2, en 2019, elaborada por expertos médicos en el área de la nutrición, se encargó de desmontar algunas de las falsedades más comunes relacionadas con alimentos supuestamente cancerígenos, infectados o peligrosos, el azúcar de las frutas, menús contra el sobrepeso y para diabéticos, los “súper alimentos” o estrategias de marketing, etc. (Argiñano y Goikoetxea Bilbao, 2021).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Muchas veces estos ideales y conductas son transmitidos por los influencers, los cuales se ganan la confianza y la amistad de sus seguidores creando contenidos visuales donde identifican y definen la dieta y el ejercicio como factores para controlar la perfección del cuerpo, mostrando su apariencia física como la clave de la felicidad (García Puertas, 2020).

La publicidad en el contenido de los *influencers* genera menos rechazo que en los medios tradicionales.

Por esto mismo, en la presente investigación se basará en cuentas o perfiles de Instagram que generan influencia en los alumnos, conocidos también como “influencers”.

Perfiles de influencers en Instagram.

Para el desarrollo de la presente tesina, se eligieron 6 perfiles sobre alimentación saludable en Instagram, los cuales son:

María Agustina Murcho (@nutricion.ag):

Tiene 33 años y es Licenciada en Nutrición, recibida en la Universidad de Belgrano, Argentina y tiene un posgrado en Abordaje de Trastornos de la Conducta Alimentaria y Obesidad de la Sociedad Argentina de Nutrición (SAN), entre otras capacitaciones.

Publicó tres libros: “Podemos comer de todo” en 2017, “Podemos querernos más” en 2020 y “Vulnerable: la comida fue mi refugio y mi cárcel, te cuento como me liberé” en 2021.

Es influencer de Instagram con más de 424 mil seguidores. En su perfil, hasta el momento tiene 5.993 publicaciones, las cuales son sobre recetas saludables, consejos nutricionales y guías de ayuda para personas con TCA, entre otras.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Estefanía Beltrami (@nutricion.salud.ag):

Tiene 30 años y es Licenciada en Nutrición, recibida en la Universidad de Morón, Argentina. Publicó dos libros: “Basta de dietas” en 2018 y “Más de 100 ideas para tus comidas” en 2020.

Es influencer de Instagram con más de 2.2 millones de seguidores. En su perfil ha publicado 4.217 posts sobre ideas de menú para desayuno, almuerzo, merienda, cena y colaciones, recetas saludables y consejos nutricionales.

Gisela Pitura (@holisticasoy):

Tiene 36 años y es Licenciada en Nutrición, recibida en la Universidad de Concepción del Uruguay, Santa Fe, Argentina y Life Couch. Realizó cursos de Nutrición Holística, donde ayuda a nutrir el interior de uno mismo, el cuerpo, pensamientos y emociones a través del poder transformador de la alimentación natural, consciente e intuitiva.

Publicó tres libros, “Nutrición del cuerpo, la mente y el alma”, “La alimentación que mi bebé merece” y “Comida que sana”.

En Instagram tiene 134 mil seguidores y es influencer. En su perfil realiza publicaciones donde brinda información sobre diferentes dietas como por ejemplo: “detox”, “ayuno intermitente”, entre otras.

Agustina D’Andraia (@agusdandri):

Es periodista y creadora de contenido “fit”. Publicó dos libros: “Diario de una chica fit” en 2015 y “Legalmente fit” en 2018.

Es influencer de Instagram ya que tiene más de 275 mil seguidores. En sus publicaciones cuenta sobre su historia personal, donde llegó a bajar 10 kilos en 6 meses, brindando información y recomendado a sus seguidores a realizar la misma “dieta” para bajar de peso. Es decir, comparte información



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

sobre alimentación y nutrición por su propia experiencia y no por ser profesional de la salud.

Jésica Cirio (@jesicacirio):

Es modelo y Fitness Coach. Es influencer en Instagram con más de 3.4 millones de seguidores. En sus publicaciones, además de mostrar su trabajo y rutinas de ejercicios, también se encarga de brindar tips sobre alimentación saludable, batidos, dietas de moda, siendo gran parte errónea, lo cual es muy peligroso para los seguidores de Instagram ya que genera una gran confusión.

Marcos Vázquez (@fitness.revolucionario):

Es ingeniero de formación, certificado en CrossFit, Kettlebells y entrenamiento funcional. Se hizo influencer en Instagram porque además de tener 569 mil seguidores, comenzó contando su historia personal, sobre su día a día realizando ejercicios, haciendo ayunos intermitentes, reduciendo el consumo de cereales, alimentos procesados y aumentando las grasas y proteínas, para sentirse bien con su propio cuerpo. Si bien no es profesional de la salud, dice basarse en estudios científicos para dar información a sus seguidores.

Mitos y falsas creencias.

La mayoría de los mitos giran en torno a la preocupación por adelgazar o conseguir el “cuerpo perfecto”. Algunos son: el pan engorda, beber agua junto a las comidas engorda, reducir los hidratos de carbono y sudar favorece a la pérdida de peso (Hidalgo Vicario, 2021). Estos mitos aparecen constantemente en los medios de comunicación masivos y redes sociales mencionadas anteriormente, siendo captados por los adolescentes y jóvenes, tornándose peligrosos para la salud de los mismos.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Dietas de moda.

La palabra dieta, generalmente referida a los alimentos y bebidas que se consumen habitualmente, no apareció en los idiomas occidentales hasta el siglo XXI.

Las dietas de moda tienen afirmaciones engañosas de pérdida de peso, como la promesa de resolver los problemas de peso sin tener que cambiar el estilo de vida de cualquier manera, una pérdida de peso rápida, efectos mágicos de algunos alimentos, como por ejemplo la “dieta del pomelo” (Jáuregui Lobera, 2017). Dichas dietas basadas en una reducción importante de las calorías durante unos días, consiguen un descenso pasajero pero reversible del peso (Hidalgo Vicario, 2021).

Éstas pueden ser clasificadas como dietas altas en proteínas, dietas bajas en carbohidratos, dietas muy bajas en calorías, dietas con carencia de micronutrientes, etc. La lista de dietas de moda es infinita (Jáuregui Lobera, 2017).

Las mismas, aparecen continuamente a través de internet e “influencers”, que prometen una pérdida de peso rápida, sin apenas esfuerzo y con resultados inmediatos e impactantes. Se hacen populares por las “celebrities” que las anuncian y porque producen pérdida de peso las primeras semanas, pero después se recupera el peso e incluso más de lo que se había perdido. Estas dietas ofrecen un aporte energético bajo, se olvidan del aporte de los nutrientes y de sus consecuencias negativas y además no corrigen hábitos alimentarios inadecuados.

Con respecto a la dieta macrobiótica, se van eliminando los alimentos. Los primeros son los de origen animal, después las frutas y verduras y al final solo se consume agua y arroz integral. Es incompatible con un crecimiento adecuado. Los problemas más importantes son anemia ferropénica,



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

disminución del crecimiento, retraso de la maduración ósea, de la pubertad y amenorrea. (Hidalgo Vicario, 2021).

Por su parte, la dieta baja en carbohidratos o “cetogénica”, determina una inadecuada disponibilidad de glucosa como fuente energética, lo que hace necesario crear otra, los cuerpos cetónicos. El hígado convierte la grasa en ácidos grasos y produce los cuerpos cetónicos a partir de ésta, reemplazando a la glucosa como primera fuente energética (Moreno Sepúlveda y Capponi, 2020).

Una dieta baja en carbohidratos limita el consumo de carbohidratos, como los que se encuentran en granos y en verduras y frutas con almidón. Este tipo de dieta incluye principalmente alimentos con alto contenido de proteína y grasa. Algunas, pueden tener beneficios para la salud más allá de la pérdida de peso, como reducir el riesgo de diabetes tipo 2 y síndrome metabólico (Mayo Clinic, 2023).

En cuanto al ayuno intermitente, puede definirse como una abstinencia voluntaria de alimentos y bebidas por períodos específicos y recurrentes, donde la participación del paciente es voluntaria. Induce la alteración coordinada de mecanismos metabólicos y transcripcionales. Luego de 12 a 36 horas de ayuno, el cuerpo humano entra en un estado fisiológico de cetosis caracterizado por niveles bajos de glucosa en sangre, disminución del depósito de glucógeno en hígado y la producción hepática de cuerpos cetónicos derivados de la grasa, o cetonas, que sirven como fuente de energía para el cerebro (Canicoba, 2020).

El consumo de alimentos ultra procesados es frecuente y conlleva un mayor riesgo de mortalidad en adultos de edad mediana. Algunos ejemplos son: bebidas carbonatadas, aperitivos envasados dulces o salados, helados, chocolates, productos de panadería, bebidas energizantes, salchichas, hamburguesas, productos cárnicos reconstituidos, entre otros. Por eso es



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

importante educar a la comunidad en los riesgos asociados al consumo de estos alimentos (Valdez, 2019).

Las verdaderas características de estas dietas son:

-Suelen ser monótonas a pesar de sus promesas.

-Generalmente son deficientes respecto a algunos macronutrientes.

-Su aporte calórico suele ser bajo teniendo en cuenta las necesidades de los individuos.

-La persona adelgaza perdiendo líquidos y electrolitos y reduciendo las reservas de proteínas y grasa corporal.

-No existe una “dieta milagrosa” que uno pueda seguir sin algún riesgo nutricional o de salud asociado (Jáuregui Lobera, 2017).

Aproximadamente el 60% de las mujeres que residen en países industrializados realizan (o confirman haberlo hecho) algún tipo de plan de alimentación con el fin de disminuir de peso corporal. El 75% de ellas no se sienten conformes con su imagen corporal, aunque realmente solo la cuarta parte de ellas realmente presentan sobrepeso. El 85% de las personas que hacen tratamiento para adelgazar son mujeres (OMS, 2017).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

ANTECEDENTES

En cuanto a estudios realizados, en España se llevó a cabo uno, a través de una encuesta a 200 participantes (adolescentes y adultos), con preguntas sobre algunos mitos alimentarios y sobre los medios de comunicación empleados para adquirir información sobre alimentación y nutrición. Casi un 80% admitió buscar información sobre alimentación de forma voluntaria, utilizando fundamentalmente internet y visitando principalmente redes sociales como Instagram, Facebook o Twitter (Lucas Muñoz, A. y col., 2021).

Los datos de la segunda Encuesta nacional de nutrición y salud (ENNyS) reflejan una alimentación muy alejada a la recomendada por las “Guías alimentarias para la población argentina” (GAPA). Las personas consumen en exceso alimentos ultra-procesados, cuatro de cada diez incorporan la cantidad de lácteos recomendada y solo uno de cada tres consume al menos una fruta y verdura por día (Caverzan y Heinze, 2021).

Un grupo de investigadores de la Facultad de ciencias de la vida y la salud de la Universidad de Aston, Inglaterra, ha llevado a cabo un estudio transversal en el que se concluye que es probable que Instagram influya en los hábitos alimentarios de los usuarios, donde tienen más probabilidades de comer frutas y verduras, pero también comida poco saludable (Gastronomía & Cía, 2020).

En Estados Unidos, expertos del Instituto de Tecnología de Georgia, realizaron una investigación donde se preguntó a 369 estudiantes universitarios de ambos sexos sobre sus hábitos alimentarios para estimar la cantidad de frutas, verduras, alimentos calóricos y bebidas azucaradas que consumían, y se concluyó que, si creían que sus amigos cumplían con el consumo de “cinco frutas y verduras al día”, era probable que tomaran una ración más de este tipo de alimentos. También se encontró que aquellos participantes que sentían que sus círculos sociales “aprobaban” el consumo de comida poco saludable,



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

consumían significativamente más cantidad de este tipo de alimentos (Gastronomía & Cía, 2020).

Un estudio realizado en distintos gimnasios de la ciudad de Guayaquil, Ecuador, se trabajó con una muestra de 509 adultos jóvenes de 18 a 26 años que asisten a los mismos y se determinó con respecto a la alimentación, que los jóvenes siguen páginas que brindan información sobre dietas (62%) teniendo la intención de hacerlas en algún momento, esa información es brindada por nutricionistas (63.5%). De acuerdo con la frecuencia de consumo de alimentos, los investigados refieren una ingesta insuficiente de lácteos y derivados (84%), verduras y hortalizas (71.5%), frutas (78%), cereales y derivados (55%) (Rosado Álvarez y col., 2022).

En España, 2020, Cerezo Prieto y Frutos Esteban, llevaron a cabo una investigación a 590 estudiantes universitarios españoles donde arrojó como resultado que los jóvenes universitarios tienen una alimentación inadecuada, con un deficiente consumo de frutas y verduras (solo el 27.8 % las consumen varias veces al día, siendo la cantidad diaria recomendada de 5 piezas) y un consumo elevado de comida chatarra, alcohol (el 68.81% y el 63.39%, respectivamente, los consumían entre 1 y 2 veces por semana) y carne (consumida de 3 a 4 veces por semana por el 46.61%).

ABC Familia en el año 2020, realizó en España, un estudio a un grupo de estudiantes de 10 a 23 años donde indicó que, a mayor edad de juventud, mayor seguimiento de influencers, donde los adolescentes están más predispuestos a compartir publicaciones de promoción sobre comida no saludable.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

HIPÓTESIS

Existe relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers de Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de Lic. en Nutrición de 1er y 2do año de la UCU.

OBJETIVOS

General:

- Analizar la relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers de Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU.

Específicos:

- Identificar los perfiles de influencers de Instagram relacionados a nutrición y alimentación más visitados por los alumnos de 1er y 2do año.
- Determinar la exposición de los alumnos de 1er y 2do año frente a los anuncios publicitarios o publicaciones sobre alimentación y nutrición en los perfiles más visitados de Instagram
- Describir los hábitos alimentarios de los estudiantes encuestados.
- Establecer si existe relación entre el contenido publicado por influencers sobre alimentación y nutrición en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

DISEÑO METODOLÓGICO

Para el cumplimiento de los objetivos previstos en la presente Tesina, se llevaron a cabo enfoques metodológicos de tipo mixto, descriptivo, correlativo y transversal.

La muestra se seleccionó a través de un método *no probabilístico, intencional y selectivo*, donde se tuvieron en cuenta las necesidades que demanda el proyecto de tesina.

La variable fue *mixta* debido a que se fueron intercalando variables cuali y cuantitativas; se contabilizaron y analizaron los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la muestra seleccionada correspondiente a 46 estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la Universidad de Concepción del Uruguay, centro Regional Santa Fe.

Teniendo en cuenta el nivel de profundidad, la tesina fue de tipo *descriptivo y correlativo*, ya que se evaluó y describió la relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes.

Para la obtención de los datos se utilizó un diseño *cuasi experimental*, ya que se aplicó la investigación de dicha muestra de manera parcial. Además, fue *transversal* debido a que se estudiaron las variables en un momento único y no se requirió de un control constante de los alumnos encuestados.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

PLAN DE TRABAJO

Se comenzó esta investigación a partir de la búsqueda bibliográfica en relación a los temas que titulan esta Tesina, permitiendo ampliar los conocimientos sobre los que se investigó. Se llevó a cabo durante la escritura de la misma.

Luego, se envió una carta de consentimiento a la coordinadora de la carrera Licenciatura en Nutrición de la Universidad de Concepción del Uruguay, centro Regional Santa Fe, Lic. Delfina Stamatti, con el objetivo de recibir autorización para iniciar el proyecto de investigación; además, se envió una carta de consentimiento a dicho establecimiento educativo, donde se llevó a cabo el estudio (ANEXO I).

Posteriormente, se realizaron las encuestas (ANEXO II) a los alumnos de dicho establecimiento que cursan 1er y 2do año de la carrera Lic. en Nutrición, con preguntas cerradas y de respuestas múltiples, para recolectar información sobre los perfiles de influencers de Instagram más visitados, la exposición de los estudiantes frente a dichos perfiles en Instagram, si consumieron suplementos alimentarios o dietas de moda y conocer sus hábitos alimentarios. Una vez obtenidas las respuestas, se contabilizaron y se volcaron los datos en una planilla de Microsoft Excel.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

MATERIALES Y MÉTODOS

Ámbito de aplicación.

La investigación fue llevada a cabo en la Universidad de Concepción del Uruguay (UCU), centro Regional Santa Fe, ubicada en la calle Tucumán 2731, de la ciudad de Santa Fe.

Dicha Institución es privada con autorización definitiva del Ministerio de Educación de la Nación, ubicada en la ciudad de la costa del Río Uruguay, en la Provincia de Entre Ríos, República Argentina.

Población y muestra.

La población estuvo constituida por los estudiantes de Lic. en Nutrición de 1er y 2do año que se encontraron presentes en la UCU al momento de la encuesta.

La muestra estuvo conformada por 46 estudiantes que cumplieron con los siguientes criterios:

Criterios de Inclusión:

- ✓ Alumnos de 1er y 2do año de la carrera Licenciatura en Nutrición de la UCU, centro Regional Santa Fe
- ✓ Aquellos alumnos de 1er y 2do año que estudien Lic. en Nutrición y deseen participar de manera voluntaria del estudio y/o se encuentren en la universidad al momento de desarrollar el trabajo de campo.
- ✓ Estudiantes de 1er y 2do año de la carrera Lic. en Nutrición que utilizan la red social Instagram.
- ✓ Aquellos alumnos de 1er y 2do año que estudien Lic. en Nutrición que sigan los perfiles de influencers de Instagram indagados.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Criterios de Exclusión:

- ✓ Alumnos de la UCU que estudien carreras diferentes a Licenciatura en Nutrición.
- ✓ Aquellos alumnos de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición que no desean participar del estudio de manera voluntaria y/o no se encuentren en la UCU al momento de desarrollar el trabajo de campo.
- ✓ Alumnos de la UCU que estudien Lic. en Nutrición de otros años educativos.
- ✓ Aquellos alumnos de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición que no utilizan la red social Instagram.
- ✓ Estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición que no siguen los perfiles de influencers de Instagram indagados.

Variables de estudio:

Hábitos alimentarios:

Tipo de variable: Cualitativa.

Definición conceptual: Conjunto de conductas adquiridas por un individuo, por la repetición de actos en cuanto a la selección, la preparación y el consumo de alimentos (Barriguete Meléndez y col., 2017).

Escala de medición: Para determinar los hábitos alimentarios de los alumnos, se consideró:

- ❖ Buenos hábitos: Si realizaron al menos 4 comidas diarias y 1-2 colaciones, incluyeron gran variedad de alimentos considerados saludables (lácteos, carnes, vegetales, frutas, legumbres, entre otros) y si no realizaron ninguna dieta en particular los últimos dos años.
- ❖ Hábitos poco saludables: Si realizaron menos de 4 comidas diarias, si no consumieron alimentos considerados saludables y si realizaron alguna dieta restrictiva los últimos dos años.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Nivel de exposición a los perfiles de influencers en Instagram:

Tipo de variable: Cualitativa.

Definición conceptual: Medida de frecuencia con la que se miden los riesgos frente a los perfiles de influencers en Instagram (Bestratén Bellovi y Pareja Malagón, 1999).

Escala de medición: Para determinar el nivel de exposición a los perfiles de influencers de alimentación o nutrición en Instagram, se consideró:

- ❖ Bajo nivel de exposición: Si no siguen ninguna cuenta en Instagram que hable sobre nutrición o alimentación, visitan perfiles cada 1-2 días a la semana o no interactúan con sus publicaciones, historias o recetas.
- ❖ Medio nivel de exposición: Visitan perfiles de Instagram cada 2-3 días a la semana que hablen sobre nutrición y alimentación o interactúan con sus publicaciones, historias o recetas.
- ❖ Alto nivel de exposición: Si siguen perfiles en Instagram que hablen de nutrición o alimentación, los visitan todos los días a la semana o interactúan con sus publicaciones, historias o recetas.

Edad:

Tipo de variable: Cuantitativa.

Definición conceptual: Tiempo que ha vivido una persona.

Escala de medición: Años de una persona.

Sexo:

Tipo de variable: Cualitativa nominal (se diferencia en dos categorías: sexo femenino y sexo masculino).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Definición conceptual: Condición orgánica, masculina o femenina de los animales y las plantas (RAE, 2021).

Escala de medición: Femenino/Masculino.

Técnicas e instrumentos de recolección.

La intervención se realizó en las instalaciones de la Universidad, por lo tanto, previa autorización de la directora, se acordó el día más apropiado para desarrollarla.

En este trabajo utilicé como instrumento para recolectar los datos requeridos, una encuesta con un conjunto de preguntas cerradas y de breve respuestas sobre la exposición en redes sociales, la aparición de publicidades o anuncios en las mismas sobre alimentación y los hábitos alimentarios de los alumnos.

Métodos de análisis.

El análisis de datos se llevó a cabo aplicando el estadístico Chi- Cuadrado (χ^2) para las variables, con el fin de evaluar la existencia de una relación entre las mismas.

El software que se utilizó para analizar y tabular los datos fue Microsoft Office Excel 2016.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

RESULTADOS

Con el fin de poder analizar correctamente los datos obtenidos se procedió a la tabulación de los mismos, llevado a cabo por medio del software Microsoft Office Excel 2016. Posteriormente, se realizó una descripción e interpretación de la información obtenida, la cual se detalla más abajo.

Los resultados se expusieron en base a gráficos y tablas de frecuencia que permitieron observar de forma ordenada y significativa los resultados para facilitar la interpretación.

De acuerdo con los datos adquiridos en relación al estudio, se puede analizar que la población estudiada total estuvo conformada por 46 estudiantes de 1er y 2do año de la carrera de Lic. en Nutrición de la Universidad de Concepción del Uruguay, centro Regional Santa Fe, entre 17 y 25 años de edad, que luego de clasificar según criterios de inclusión y exclusión, la muestra resultó ser de 43 alumnos, ya que no se ajustaban a los criterios ya mencionados.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Cantidad total de estudiantes encuestados:

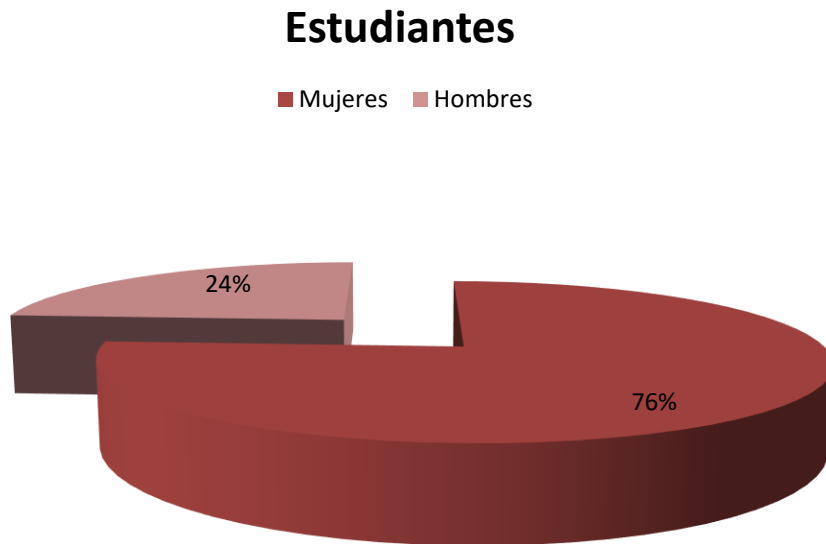
Tabla 1: *Distribución de estudiantes en función de sexos.*

ESTUDIANTES	CANTIDAD	%
Mujeres	35	23,90
Hombres	11	76,10
TOTAL	46	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 1: *Distribución porcentual del sexo de los estudiantes de la muestra en estudio.*



La muestra estuvo constituida por 46 alumnos de la UCU que estudian Lic. en Nutrición, de los cuales el 76% fueron de sexo femenino y el 24% restante de sexo masculino.



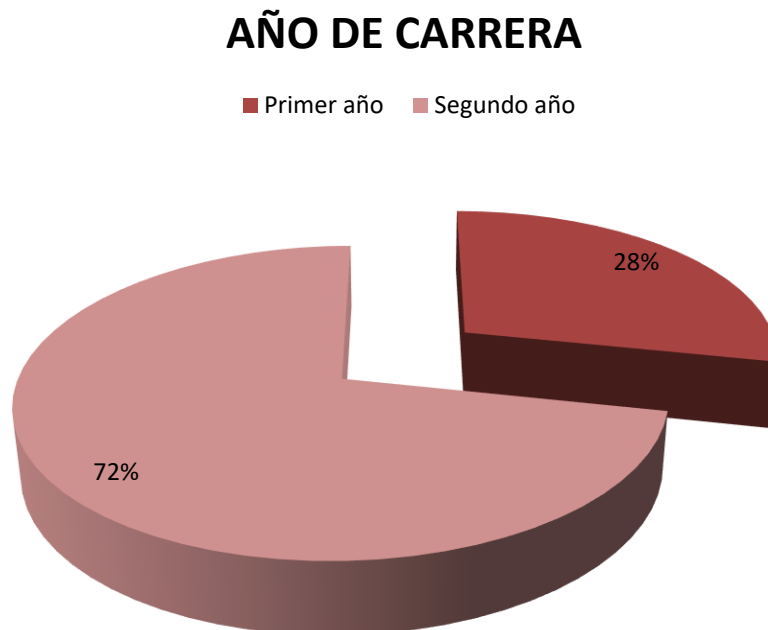
“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Año de cursado:

Tabla 2: *Distribución de alumnos por año de cursado.*

AÑO DE CARRERA	CANTIDAD	%
Primer año	13	28,26
Segundo año	33	71,74
TOTAL	46	100

Gráfico 2: *Distribución porcentual de alumnos por año de cursado.*



De los 46 estudiantes encuestados, el 72% se encuentra cursando Segundo año de la carrera de Lic. en Nutrición, el resto se encuentra en Primer año.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Edad de los encuestados:

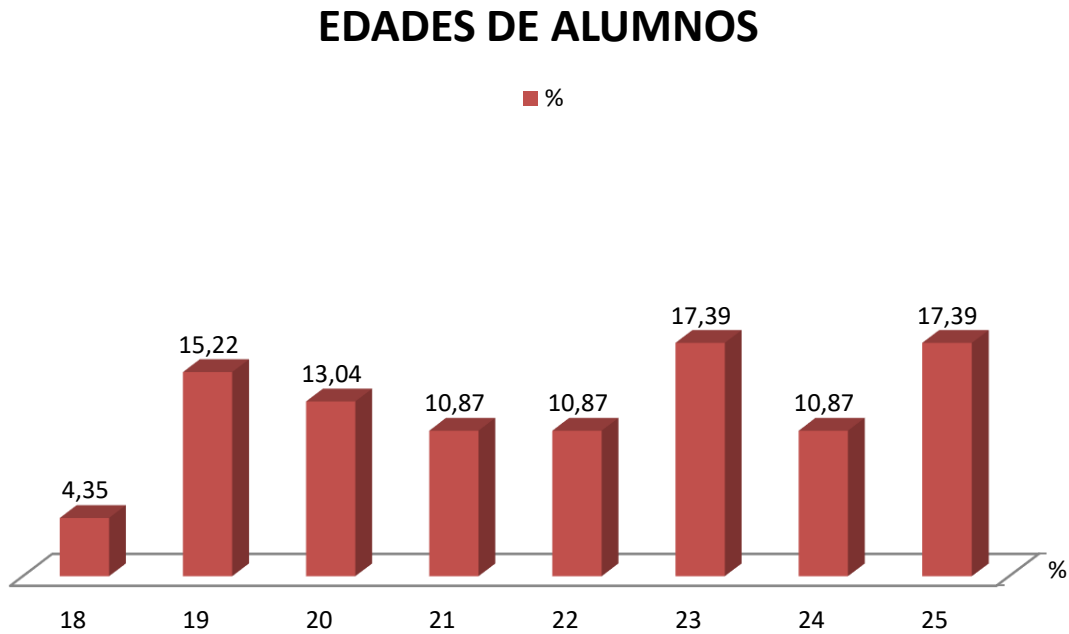
Tabla 3: *Distribución de los estudiantes por edad.*

EDAD	CANTIDAD	%
18	2	4,35
19	7	15,22
20	6	13,04
21	5	10,87
22	5	10,87
23	8	17,39
24	5	10,87
25	8	17,39
TOTAL	46	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 3: *Distribución porcentual de los estudiantes por edad.*



De acuerdo con las edades de los alumnos hay una amplia distribución que oscila entre los 18 y 25 años, siendo que predominan las edades de 23 y 25 años con un 17.39% (n=8), seguida de la edad de 19 años con un 15.22% (n=7).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

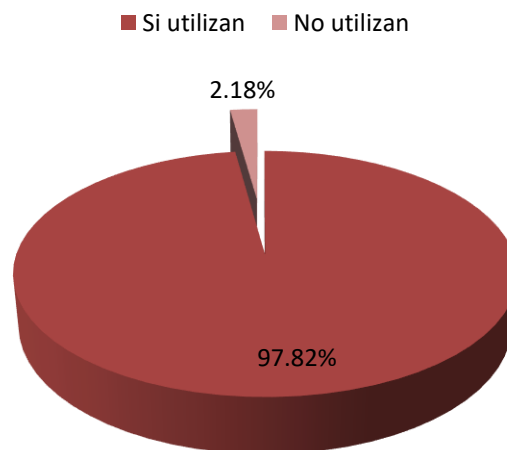
Cantidad de alumnos que utilizan la red social Instagram:

Tabla 4: *Distribución de los alumnos que utilizan la red social Instagram.*

INSTAGRAM	CANTIDAD	%
Si utilizan	45	97,82
No utilizan	1	2,18
TOTAL	46	100

Gráfico 4: *Distribución porcentual de los alumnos que utilizan la red social Instagram.*

UTILIZAN INSTAGRAM



En este gráfico de torta se puede observar que el 97.82% de los estudiantes utilizan la red social Instagram, mientras que el 2.18% restante no la usa.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Alumnos que siguen perfiles relacionados con alimentación o nutrición en Instagram:

Tabla 5: *Distribución de estudiantes encuestados que sigue perfiles en Instagram relacionados con la nutrición o alimentación.*

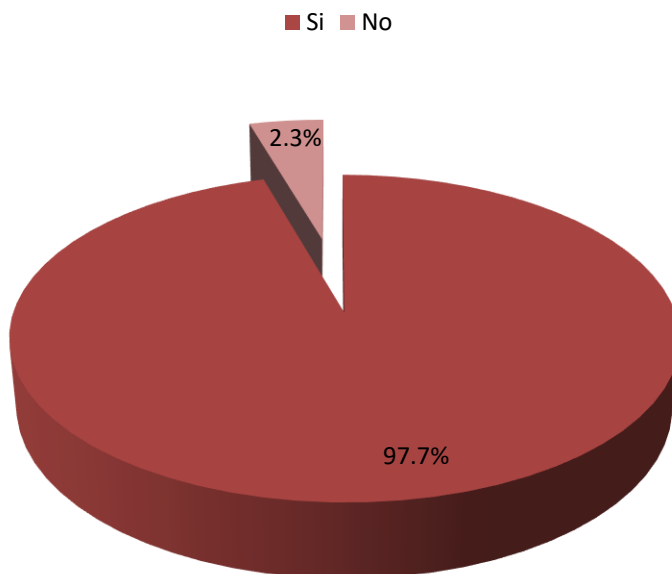
SIGUE PERFILES EN INSTAGRAM RELACIONADOS A NUTRICIÓN O ALIMENTACIÓN	CANTIDAD	%
Si	43	97,7
No	2	2,3
TOTAL	45	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 5: *Distribución porcentual de alumnos encuestados que siguen perfiles relacionados con alimentación o nutrición en Instagram.*

PERFILES RELACIONADOS CON ALIMENTACIÓN O NUTRICIÓN EN INSTAGRAM



En el gráfico 5 se observa que el 97.7% de los alumnos encuestados sigue en Instagram perfiles relacionados con la alimentación o nutrición, el 2.3% restante no lo hace.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Perfiles relacionados a profesionales de la salud:

Tabla 6: *Distribución de alumnos que siguen perfiles en Instagram de profesionales de la salud.*

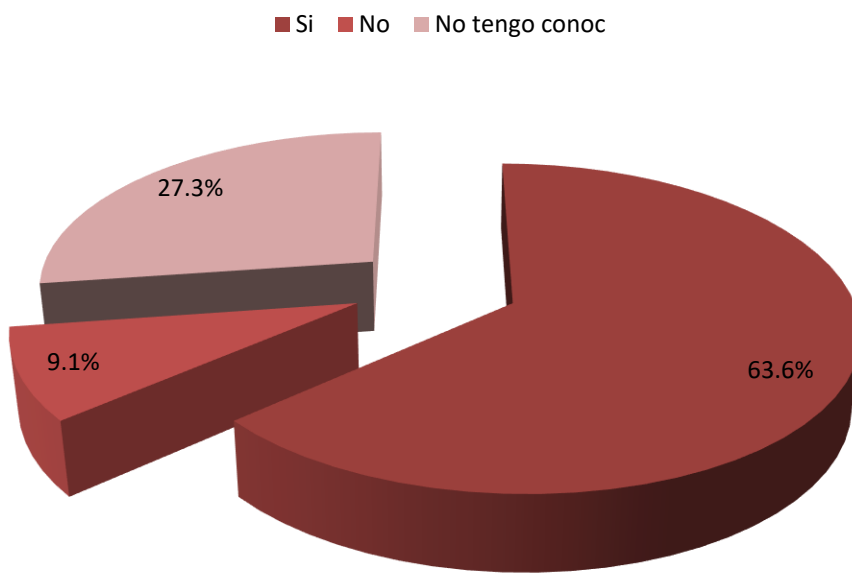
PROFESIONALES DE LA SALUD	CANTIDAD	%
Si	28	63,6
No	4	9,1
No tengo conocimiento	12	27,3
TOTAL	44	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 6: *Distribución de alumnos que siguen perfiles en Instagram de profesionales de la salud.*

PERFILES DE PROFESIONALES DE LA SALUD



Según los alumnos encuestados, de los que siguen cuentas relacionadas con nutrición o alimentación, el 63.6% señala que son de profesionales de la salud, el 27.3% no tiene conocimiento y el 9.1% restante indica que no siguen.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Cantidad de alumnos que siguen los siguientes perfiles de Instagram:

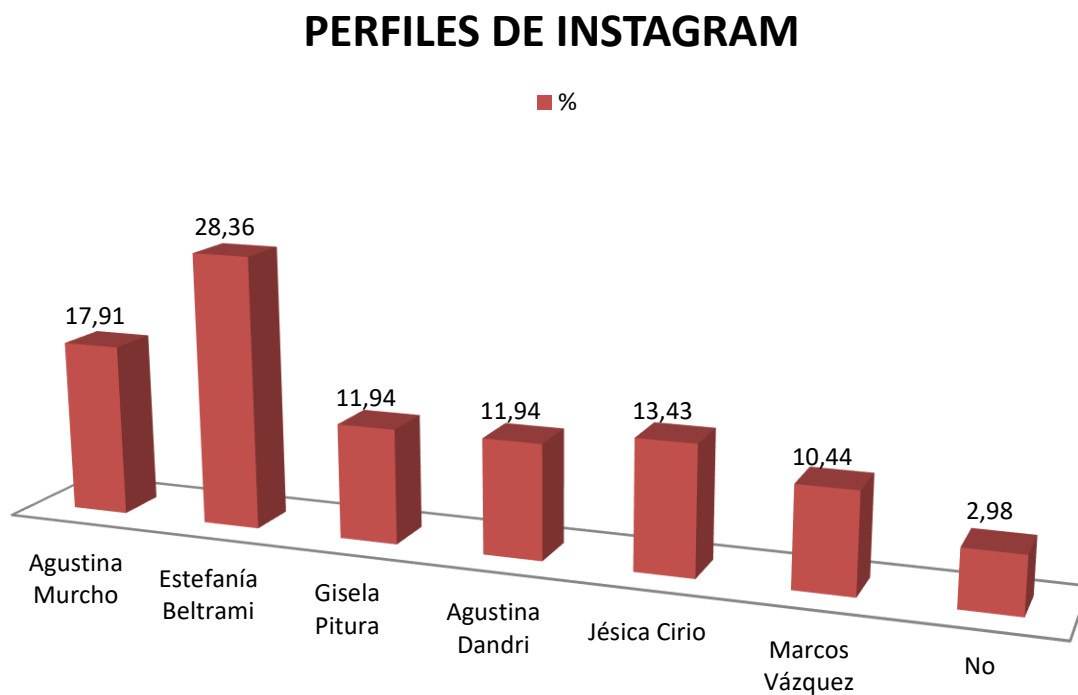
Tabla 7: *Distribución de estudiantes que siguen los siguientes perfiles de influencers en Instagram.*

SIGUE ESTOS PERFILES DE INSTAGRAM	CANTIDAD	%
Agustina Murcho	12	17,91
Estefanía Beltrami	19	28,36
Gisela Pitura	8	11,94
Agustina Dandri	8	11,94
Jésica Cirio	9	13,43
Marcos Vázquez	7	10,44
No	2	2,98
TOTAL	65	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 7: *Distribución porcentual de estudiantes que siguen los siguientes perfiles de influencers en Instagram.*



En el gráfico 7, se observa que los perfiles de Instagram más seguidos por los estudiantes son Estefanía Beltrami (28.36%) y Agustina Murcho (17.91%). Las cuentas de Gisela Pitura, Agustina Dandri, Jéssica Cirio, Marcos Vázquez son seguidas con menor porcentaje. El 2.98% (n=2) restante, indica que no siguen estas cuentas.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Tipo de publicaciones que realizan estos perfiles en Instagram:

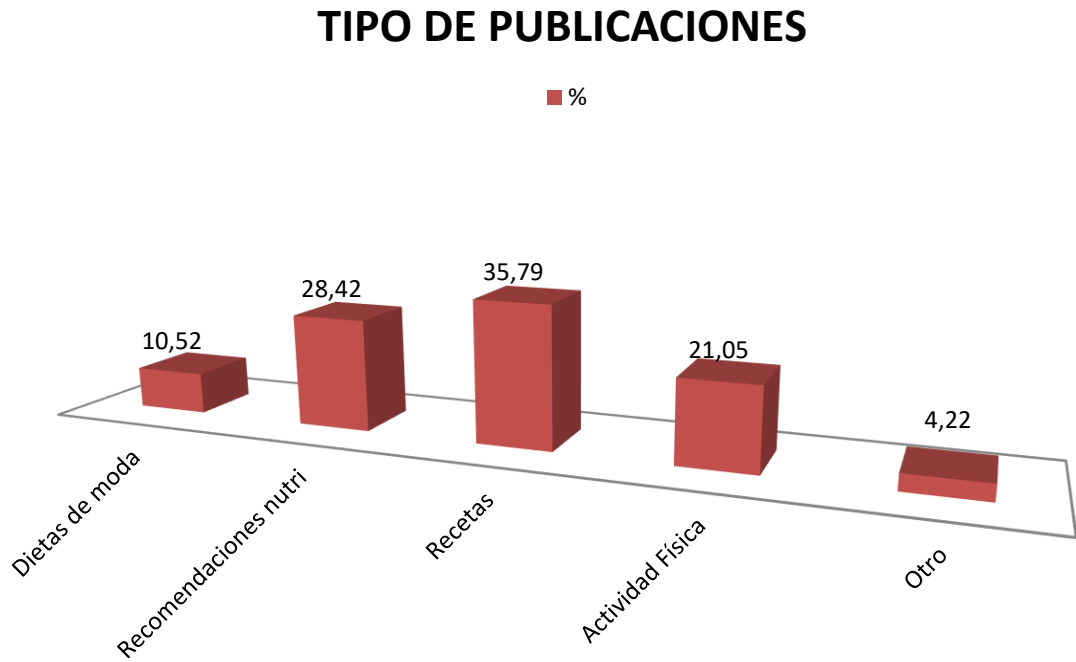
Tabla 8: *Distribución de alumnos que indican el tipo de publicación que realizan los perfiles estudiados.*

TIPO DE PUBLICACIONES	CANTIDAD	%
Dietas de moda	10	10,52
Recomendaciones nutricionales	27	28,42
Recetas	34	35,79
Actividad Física	20	21,05
Otro	4	4,22
TOTAL	95	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 8: *Distribución porcentual de estudiantes que siguen los siguientes perfiles de influencers en Instagram.*



En este gráfico se contempla el tipo de publicaciones que realizan los perfiles nombrados anteriormente, siendo con mayor porcentaje (35.79) “Recetas”, seguida de “Recomendaciones nutricionales” y “Actividad física”.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Contenido patrocinado por influencers:

Tabla 9: *Distribución de alumnos encuestados que indican si el contenido publicado por los influencers en Instagram es patrocinado.*

CONTENIDO PATROCINADO POR INFLUENCERS	CANTIDAD	%
Si	14	32,55
No	21	48,83
No presto atención	8	18,62
TOTAL	43	100

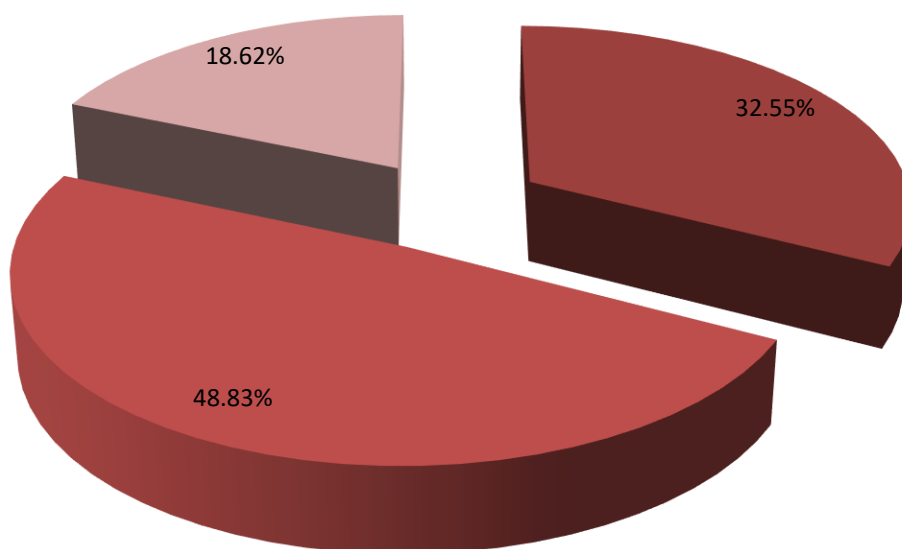


“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 9: *Distribución porcentual de estudiantes que siguen los siguientes perfiles de influencers en Instagram.*

CONTENIDO PATROCINADO POR INFLUENCERS

■ Si ■ No ■ No presto atención



En este gráfico se observa que el 48.83% de los alumnos encuestados no perciben cuando el contenido publicado por los influencers sean patrocinados.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Visitas a perfiles de Instagram:

Tabla 10: *Distribución de los alumnos que visitan los perfiles en Instagram de influencers profesionales y no profesionales de la salud.*

VISITAS A PERFILES PROFESIONALES DE LA SALUD: -Agustina Murcho -Estefanía Beltrami -Gisela Pitura	CANTIDAD	%
Todos los días	5	11,63
Cada 2-3 días	23	53,5
Cada 1-2 días	1	2,32
Nunca	14	32,55
TOTAL	43	100

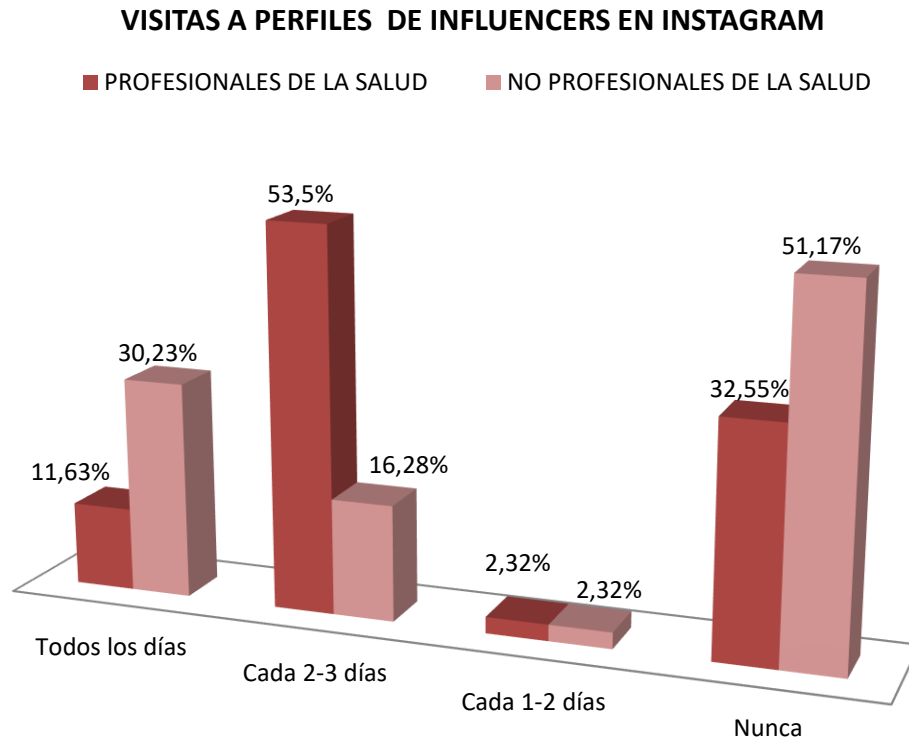
Tabla 11: *Distribución de los alumnos que visitan los perfiles en Instagram de influencers profesionales y no profesionales de la salud.*

VISITAS A PERFILES NO PROFESIONALES DE LA SALUD: -Agustina Dandri -Jésica Cirio -Marcos Vázquez	CANTIDAD	%
Todos los días	13	30,23
Cada 2-3 días	7	16,28
Cada 1-2 días	1	2,32
Nunca	22	51,17
TOTAL	43	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 10 y 11: *Distribución porcentual de los alumnos que visitan los perfiles en Instagram de influencers profesionales y no profesionales de la salud.*



En este gráfico comparativo se puede observar que los alumnos que visitan todos los días de la semana a perfiles de Instagram lo hacen en los de no profesionales de la salud (Agustina Dandri, Jéscica Cirio, Marcos Vázquez), el grupo que visita cada 2-3 días a la semana indicó que lo hacen en perfiles de influencers de profesionales de la salud (Agustina Murcho, Estefanía Beltrami, Gisela Pitura). Sin embargo, los estudiantes que visitan cada 1-2 días los perfiles en Instagram lo hacen de igual manera con un mismo porcentaje (2.32).



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Frecuencia de alumnos sobre las consultas que realizan en esos perfiles:

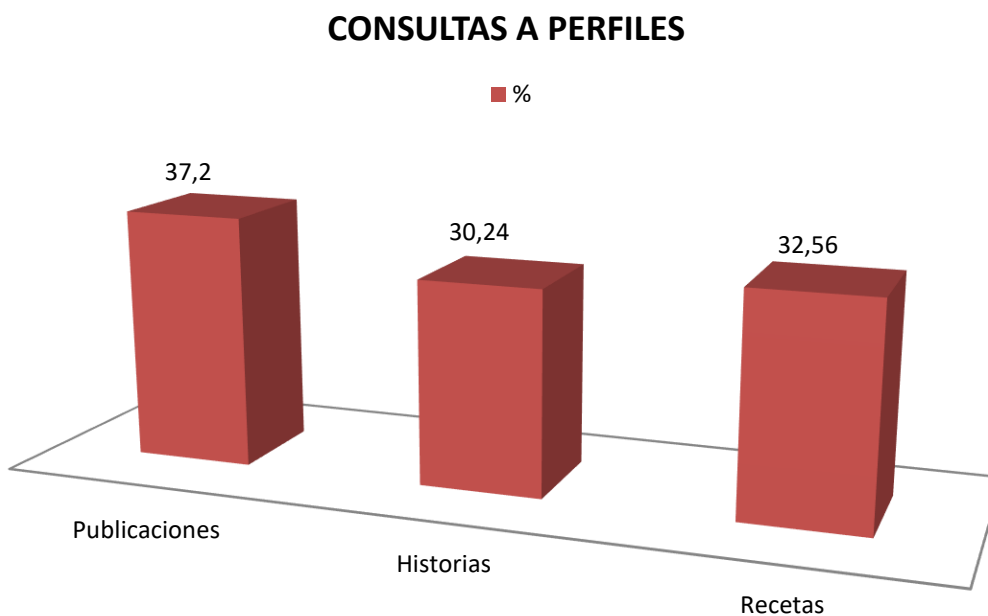
Tabla 12: *Distribución de estudiantes sobre el tipo de consultas que realizan en los perfiles detallados anteriormente.*

CONSULTAS A PERFILES	CANTIDAD	%
Publicaciones	16	37,2
Historias	13	30,24
Recetas	14	32,56
TOTAL	43	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 12: *Distribución porcentual de estudiantes sobre el tipo de consultas que realizan en los perfiles detallados anteriormente.*



Se puede analizar en este gráfico que los estudiantes cuando visitan los perfiles de Instagram nombrados anteriormente consultan mayormente publicaciones y recetas.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Alumnos que realizaron dietas:

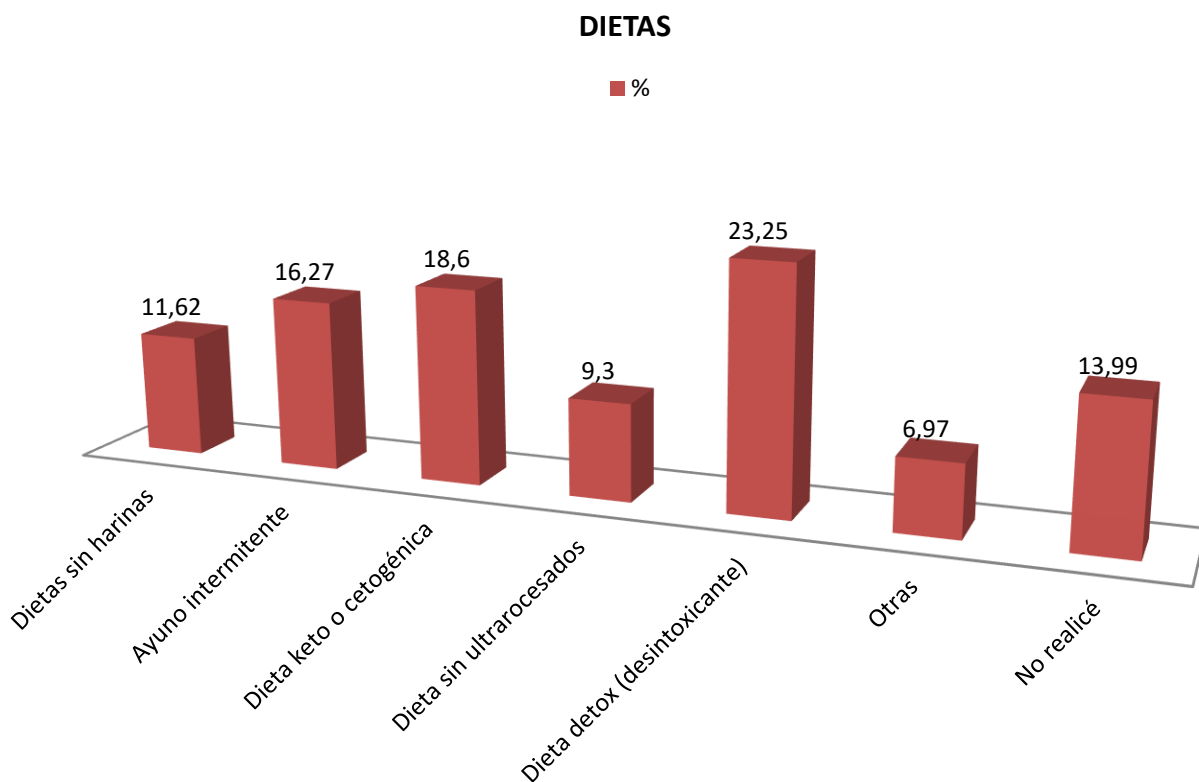
Tabla 13: *Distribución de alumnos que realizaron distintos tipos de dietas.*

DIETAS	CANTIDAD	%
Dietas sin harinas	5	11,62
Ayuno intermitente	7	16,27
Dieta keto o cetogénica	8	18,6
Dieta sin ultrarocados	4	9,3
Dieta detox (desintoxicante)	10	23,25
Otras	3	6,97
No realicé	6	13,99
TOTAL	43	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 13: *Distribución porcentual de alumnos que realizaron distintos tipos de dietas.*



Se puede analizar en el gráfico 13, que un 23.25% de los alumnos, los últimos dos años realizaron “Dieta detox”, seguida con un 18.6% la “Dieta keto o cetogénica”. Con un menor porcentaje se observan otras dietas realizadas, mientras que un 14% no realizaron dietas.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Motivo de realizar dietas:

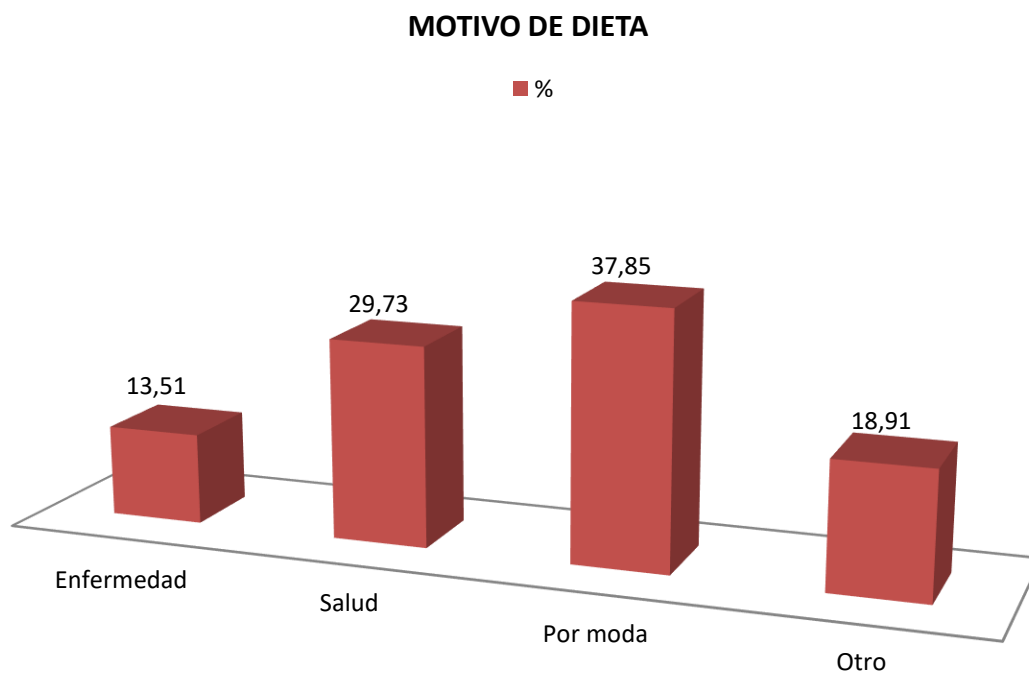
Tabla 14: *Distribución de estudiantes encuestados que realizaron dietas por diferentes motivos.*

MOTIVO DE DIETA	CANTIDAD	%
Enfermedad	5	13,51
Salud	11	29,73
Por moda	14	37,85
Otro	7	18,91
TOTAL	37	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 14: *Distribución porcentual de estudiantes encuestados que realizaron dietas por diferentes motivos.*



Se puede observar que los alumnos que realizaron alguna dieta fueron por moda con un 37.85% (n=14), mientras que el resto fue por salud, enfermedad u otro motivo.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Consumo de suplementos:

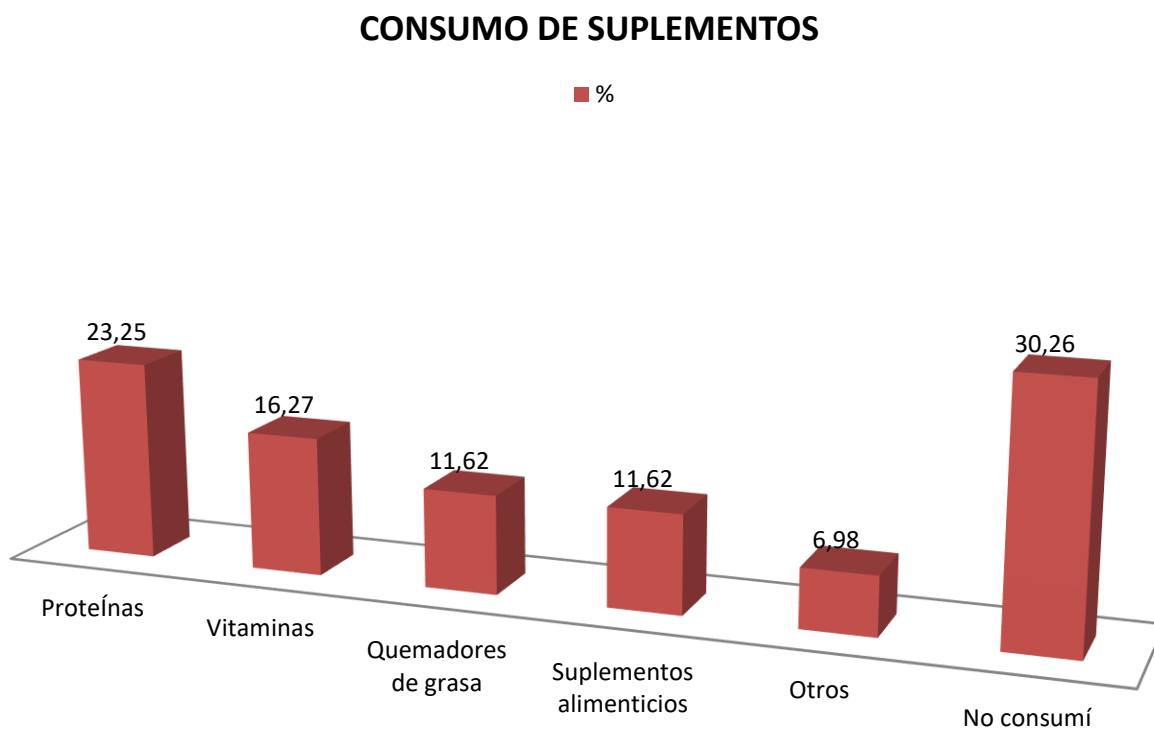
Tabla 15: *Distribución de alumnos que consumieron suplementos.*

CONSUMO DE SUPLEMENTOS	CANTIDAD	%
Proteínas	10	23,25
Vitaminas	7	16,27
Quemadores de grasa	5	11,62
Suplementos alimenticios	5	11,62
Otros	3	6,98
No consumí	13	30,26
TOTAL	43	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 15: *Distribución porcentual de alumnos que consumieron suplementos.*



En el gráfico 15, se analiza que el 30% de los alumnos no consumieron suplementos los últimos dos años, mientras que un 23% consumieron proteínas y el resto vitaminas, quemadores de grasa, suplementos alimenticios u otros.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Motivo del consumo de suplementos:

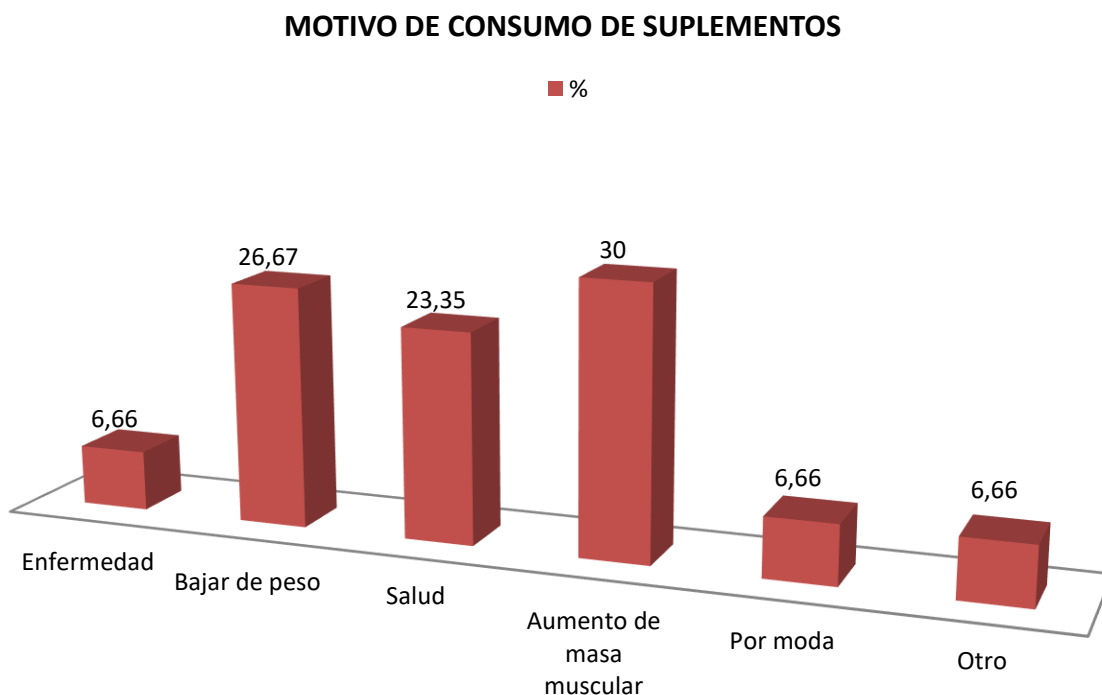
Tabla 16: *Distribución de estudiantes encuestados que realizaron dietas por diferentes motivos.*

MOTIVO DE SUPLEMENTO	CANTIDAD	%
Enfermedad	2	6,66
Bajar de peso	8	26,67
Salud	7	23,35
Aumento de masa muscular	9	30
Por moda	2	6,66
Otro	2	6,66
TOTAL	30	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 16: *Distribución porcentual de estudiantes encuestados que realizaron dietas por diferentes motivos.*



De los alumnos que consumieron algún suplemento, se observa que el 30% fue por motivo de aumento de masa muscular, seguido de bajar de peso con un 26.67%.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Personas que aconsejaron realizar dietas o consumir suplementos a los alumnos encuestados:

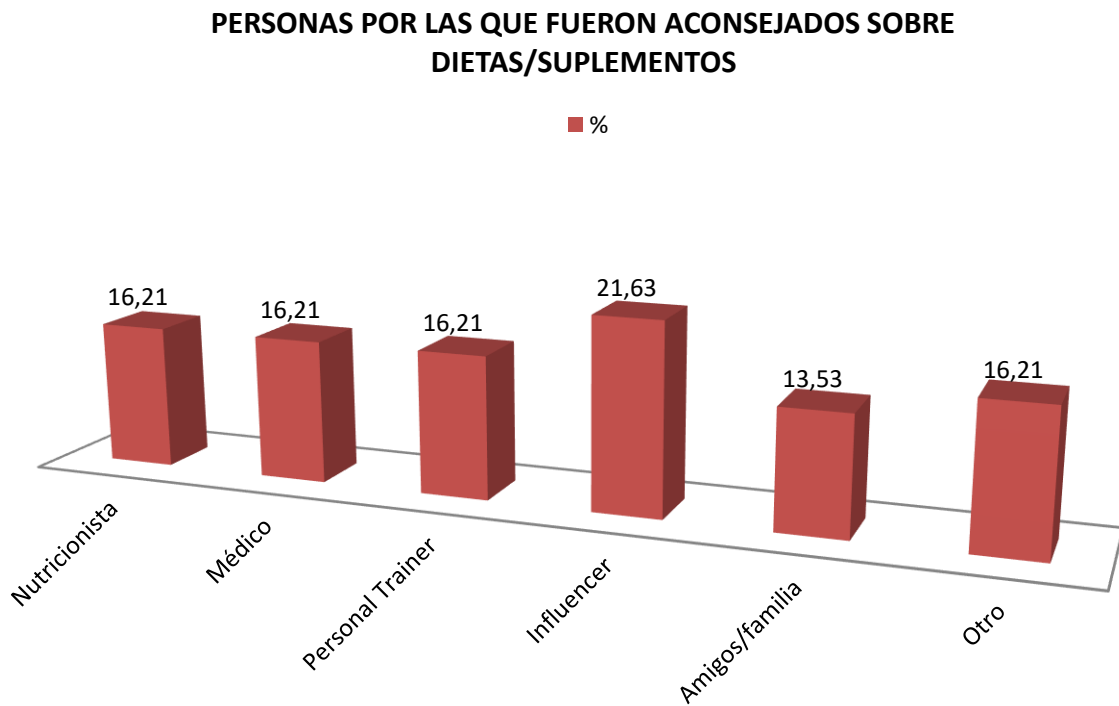
Tabla 17: *Distribución de alumnos que indicaron qué persona les aconsejó realizar dieta o consumir suplementos.*

PERSONAS QUE ACONSEJARON REALIZAR DIETAS O CONSUMIR SUPLEMENTOS	CANTIDAD	%
Nutricionista	6	16,21
Médico	6	16,21
Personal Trainer	6	16,21
Influencer	8	21,63
Amigos/familia	5	13,53
Otro	6	16,21
TOTAL	37	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 17: *Distribución de alumnos que indicaron qué persona les aconsejó realizar dieta o consumir suplementos.*



Se observa que, de acuerdo a los alumnos que realizaron dietas o consumieron algún suplemento dietario, el 21.63% indica que fueron recomendados por influencers, mientras que con un 16.21% fueron indicados por nutricionistas, médicos, personal trainer.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Comidas realizadas a diario por los estudiantes:

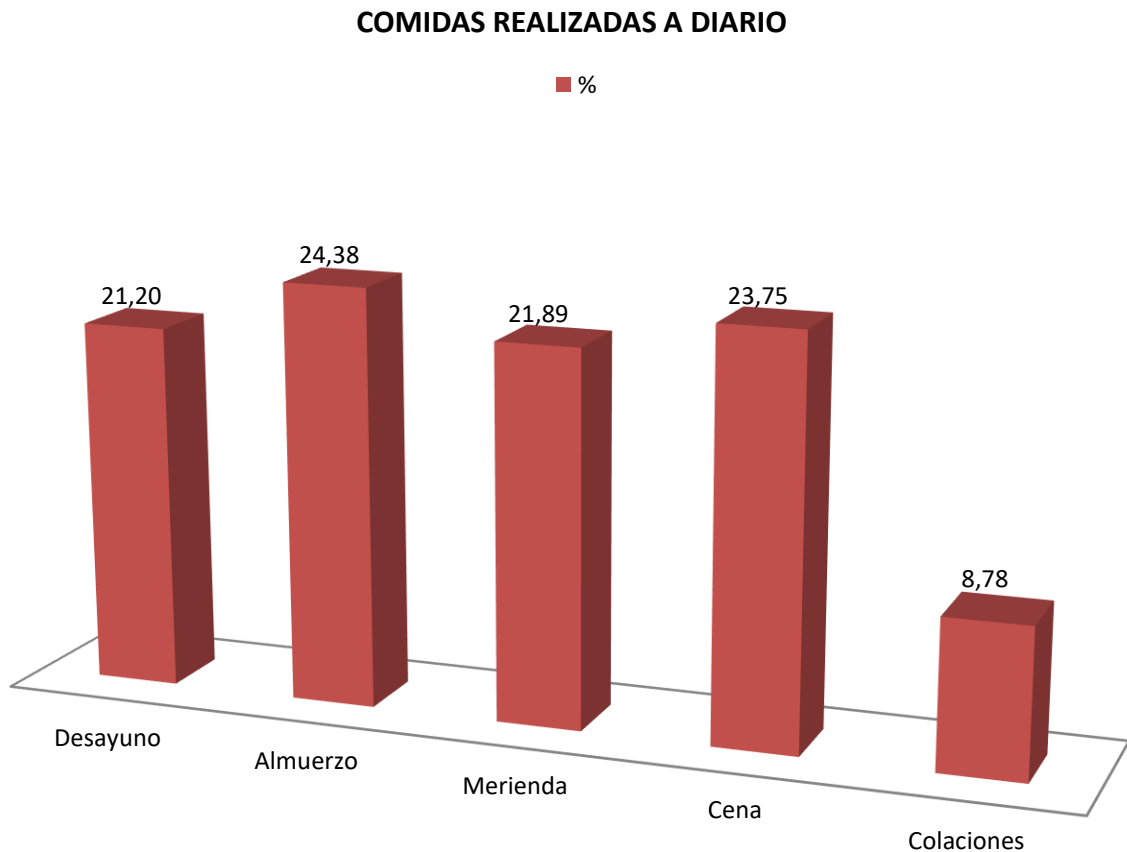
Tabla 18: *Distribución de estudiantes encuestados que indican las comidas que realizan a diario.*

COMIDAS REALIZADAS A DIARIO	CANTIDAD	%
Desayuno	34	21,2
Almuerzo	39	24,38
Merienda	35	21,89
Cena	38	23,75
Colaciones	14	8,78
TOTAL	160	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 18: *Distribución porcentual de estudiantes encuestados que indican las comidas que realizan a diario.*



Como se puede analizar en este gráfico, las comidas realizadas con mayor porcentaje fueron el almuerzo (24.38%) y la cena (23.75%), mientras que el desayuno (21.20%) y merienda (21.89%) tuvieron un menor porcentaje, seguidas de las colaciones con un 8.78%.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Motivos por los cuales no realizan alguna comida:

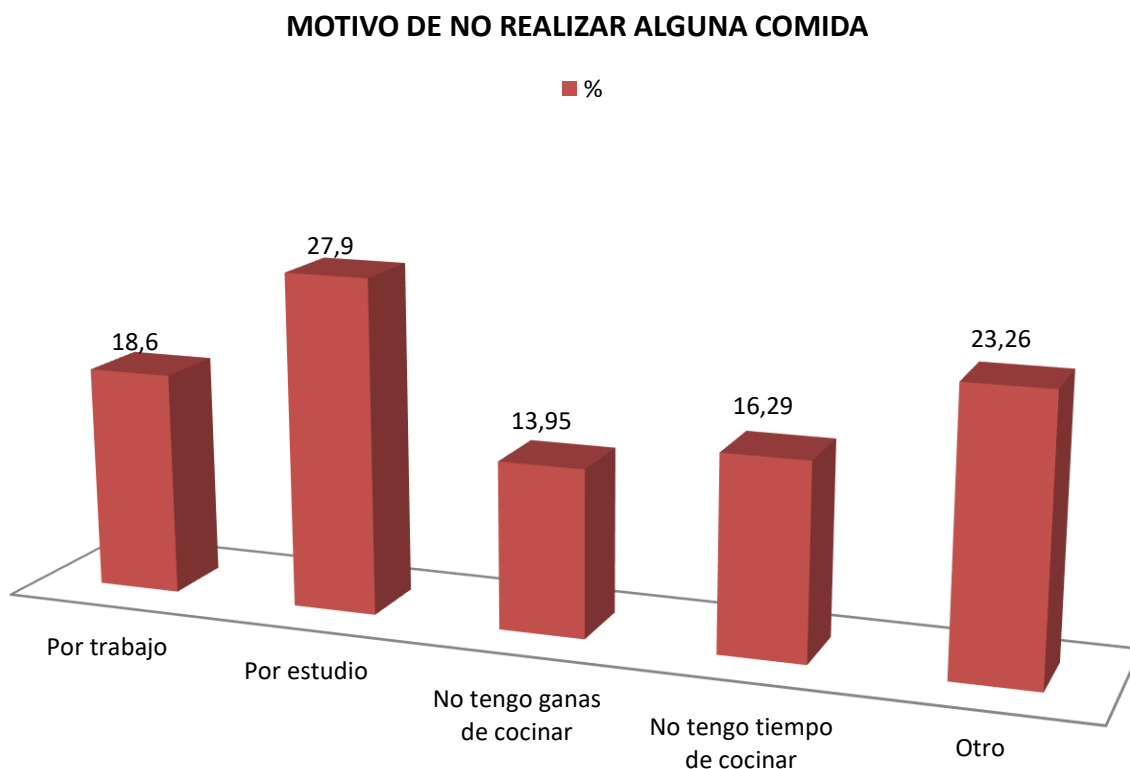
Tabla 19: *Distribución de alumnos por el cual no realizan alguna comida.*

MOTIVO POR EL CUAL NO REALIZAN ALGUNA COMIDA	CANTIDAD	%
Por trabajo	8	18,6
Por estudio	12	27,9
No tengo ganas de cocinar	6	13,95
No tengo tiempo de cocinar	7	16,29
Otro	10	23,26
TOTAL	43	100



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 19: *Distribución porcentual de alumnos por el cual no realizan alguna comida.*



De acuerdo al gráfico 19, se analiza que el motivo de no realizar alguna comida con mayor porcentaje fue por “Estudio” con un 27.9%, seguido de “Otro” con un 23.26%, el resto fue elegido con menor porcentaje.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Frecuencia de consumo de alimentos:

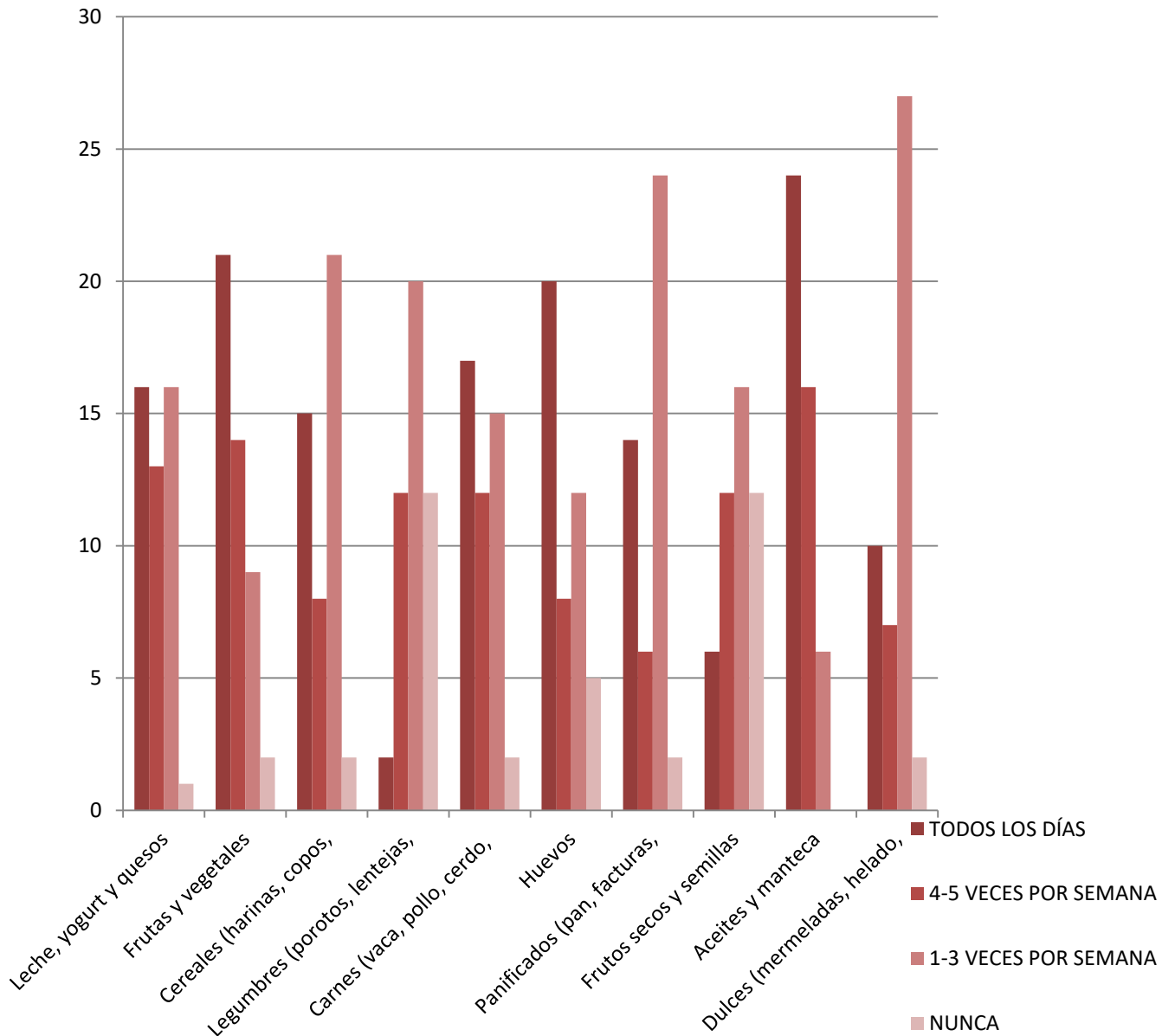
Tabla 20: *Distribución de estudiantes sobre la frecuencia de consumo de los alimentos.*

ALIMENTOS	TODOS LOS DÍAS	4-5 VECES POR SEMANA	1-3 VECES POR SEMANA	NUNCA
Leche, yogurt y quesos	16	13	16	1
Frutas y vegetales	21	14	9	2
Cereales (harinas, copos, arroz, fideos)	15	8	21	2
Legumbres (porotos, lentejas, arvejas)	2	12	20	12
Carnes (vaca, pollo, cerdo, pescado)	17	12	15	2
Huevos	20	8	12	5
Panificados (pan, facturas, bizcochos)	14	6	24	2
Frutos secos y semillas	6	12	16	12
Aceites y manteca	24	16	6	0
Dulces (mermeladas, helado, chocolates)	10	7	27	2



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 20: *Distribución de estudiantes sobre la frecuencia de consumo de los alimentos.*



Con respecto al gráfico de frecuencia de consumo de alimentos, se observa que los grupos de lácteos (leche, yogurt y quesos), frutas y vegetales, cereales (harinas, copos, fideos, arroz), carnes (vaca, pollo, cerdo, pescado) y aceites y manteca se consumen de forma diaria o 3 veces por semana.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

El grupo de huevos y panificados (pan, facturas, bizcochos, tortas) se consumen entre 5 y 3 veces por semana.

En el grupo de frutos secos y semillas se observa que son los alimentos que menos se consumen entre 1 vez por semana y nunca.

Relación entre el nivel de exposición a los perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios.

En cuanto a la relación existente entre el nivel de exposición a los perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes, se observó que la mayoría de los alumnos encuestados sigue a perfiles de influencers en Instagram no siendo profesionales de la salud y realizaron los últimos dos años distintos tipos de dietas.

De todos modos, luego de aplicar el método estadístico Chi-Cuadrado, quedó establecido que no existe evidencia suficiente para afirmar que los hábitos alimentarios y el nivel de exposición a los perfiles de influencers en Instagram estén relacionados, con un nivel de confianza del 95%. Se concluyó dicho resultado, ya que el valor “p” de la prueba es mayor a 0.05 ($p=0.64$).

A continuación, se observa dicha información en la tabla y gráfico 21.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Relación entre el nivel de exposición a los perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios.

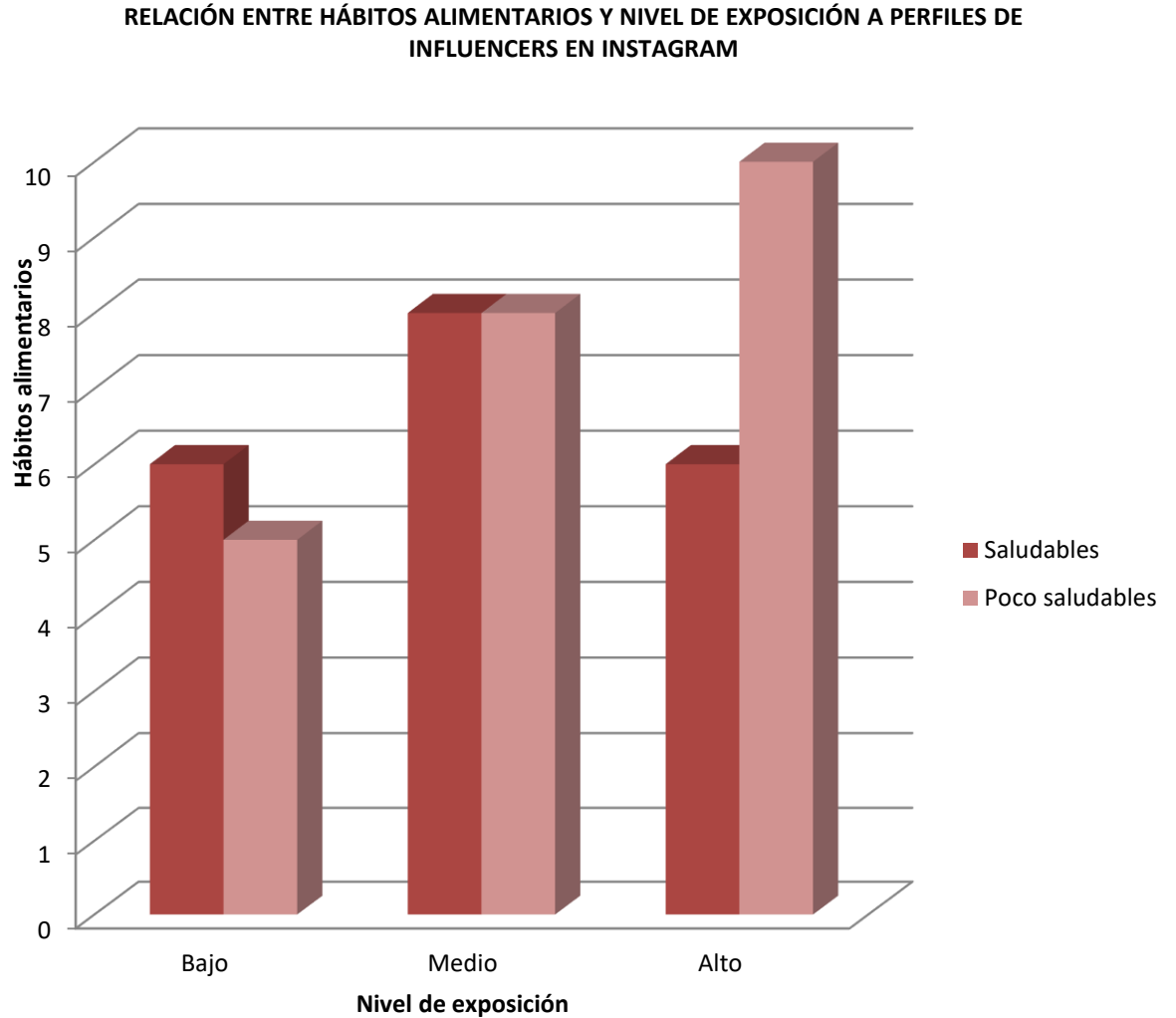
Tabla 21.

		Hábitos alimentarios		Total
		Saludables	Poco saludables	
Nivel de exposición a perfiles de influencers en Instagram	Bajo	6	5	11
	Medio	8	8	16
	Alto	6	10	16
	Total	20	23	43



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Gráfico 21.





DISCUSIÓN

El planteamiento del objetivo general de esta tesina, surge de la necesidad de conocer la relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios de los adolescentes y jóvenes de 1er y 2do año, que estudian Lic. en Nutrición en la Universidad de Concepción del Uruguay, centro Regional Santa Fe.

Los resultados obtenidos se relacionan con los temas y bibliografías consultadas y los antecedentes antes expuestos, donde muestran la existencia de una relación entre las variables antes mencionadas.

De acuerdo a la variable “Hábitos alimentarios”, según Carvezan y Heinze, 2021, concluyeron que según los datos de la segunda Encuesta nacional de nutrición y salud (ENNyS) reflejan una alimentación muy alejada a la recomendada por las “Guías alimentarias para la población argentina” (GAPA). Las personas consumen en exceso alimentos ultra-procesados, cuatro de cada diez incorporan la cantidad de lácteos recomendada y solo uno de cada tres consume al menos una fruta y verdura por día. Sin embargo, en el presente estudio, se realizó un cuestionario de frecuencia de consumo, donde ha indicado que los de lácteos (leche, yogurt y quesos), frutas y vegetales, cereales (harinas, copos, fideos, arroz), carnes (vaca, pollo, cerdo, pescado) y aceites y manteca se consumen de forma diaria o 3 veces por semana. El grupo de huevos y panificados (pan, facturas, bizcochos, tortas) se consumen entre 5 y 3 veces por semana. En el grupo de frutos secos y semillas se observa que son los alimentos que menos se consumen entre 1 vez por semana y nunca.

De manera similar, Cerezo Prieto y Frutos Esteban, en un estudio realizado en España, indicaron que los jóvenes universitarios tienen una alimentación inadecuada, con un deficiente consumo de frutas y verduras (solo el 27.8 % las consumen varias veces al día, siendo la cantidad diaria recomendada de 5 piezas) y un consumo elevado de comida chatarra (el



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

68.81% y el 63.39%, respectivamente, los consumían entre 1 y 2 veces por semana) y carne (consumida de 3 a 4 veces por semana por el 46.61%).

Según la variable “Nivel de exposición a perfiles de influencers en Instagram” se pudo observar que el 30.23% de los alumnos visitan todos los días a la semana el perfil de Instagram de los influencers que no son profesionales de la salud, como Agustina Dandri, Jéscica Cirio y Marcos Vázquez, mientras que el 53.5% indicó que los estudiantes visitan dos o tres días a la semana los perfiles de influencers en Instagram de profesionales de la salud (Agustina Murcho, Estefanía Beltrami y Gisela Pitura). Además, los estudiantes cuando visitan los perfiles de Instagram nombrados anteriormente consultan mayormente publicaciones y recetas, pero no perciben cuando el contenido publicado por estos influencers es patrocinado. Sin embargo, según ABC Familia (2022), los estudiantes a mayor edad de juventud, mayor seguimiento de influencers, donde los adolescentes están más dispuestos a compartir publicaciones que promocionan la alimentación no saludable en las redes.

Finalmente, resulta importante reconocer que una de las limitaciones de estudio fue la falta de bibliografía científica sobre el tema abordado, siendo la fuente actual más encontrada, tesis de grado. Por otra parte, a la hora de ir a la universidad a realizar la encuesta a través de formulario de Google, no todos los alumnos de 1er y 2do año respondieron.



CONCLUSIONES

Como consecuencia de los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico de los datos y siguiente a una discusión, se puede concluir que:

La muestra estuvo conformada por 43 alumnos de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU y que de acuerdo a las edades de los alumnos hay una amplia distribución que oscila entre los 18 y 25 años, siendo que predominan las edades de 23 y 25 años con un 17.39% (n=8), seguida de la edad de 19 años con un 15.22% (n=7). También se observó una diversidad de edades con un menor porcentaje dentro del total de la muestra, lo que permitió reflejar distintos puntos de vista entre los estudiantes.

En función al primer objetivo se pudo identificar que los perfiles de Instagram más visitados por los estudiantes son Estefanía Beltrami (28.36%) y Agustina Murcho (17.91%). Las cuentas de Gisela Pitura, Agustina Dandri, Jéssica Cirio, Marcos Vázquez son seguidas con menor porcentaje. El 2.98% (n=2) restante, indica que no siguen estas cuentas, los cuales no se tuvieron en cuenta ya que no se ajustaban a los criterios de exclusión del presente estudio.

De acuerdo al segundo objetivo, se pudo determinar que los alumnos que visitan todos los días de la semana perfiles de Instagram lo hacen en los de no profesionales de la salud (Agustina Dandri, Jéssica Cirio, Marcos Vázquez), el grupo que visita cada 2-3 días a la semana indicó que lo hacen en perfiles de influencers de profesionales de la salud (Agustina Murcho, Estefanía Beltrami, Gisela Pitura). Sin embargo, los estudiantes que visitan cada 1-2 días los perfiles en Instagram lo hacen de igual manera con un mismo porcentaje (2.32). Además, se pudo observar que el 48.83% de los alumnos encuestados no perciben cuando el contenido publicado por estos influencers es patrocinado.

Así mismo, el cuestionario de frecuencia de consumo expresó que los grupos de lácteos (leche, yogurt y quesos), frutas y vegetales, cereales



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

(harinas, copos, fideos, arroz), carnes (vaca, pollo, cerdo, pescado) y aceites y manteca se consumen de forma diaria o 3 veces por semana. El grupo de huevos y panificados (pan, facturas, bizcochos, tortas) se consumen entre 5 y 3 veces por semana. En el grupo de frutos secos y semillas se observa que son los alimentos que menos se consumen entre 1 vez por semana y nunca.

Por otra parte, se pudo observar que un 23.25% de los alumnos, en los últimos dos años realizaron “Dieta detox”, seguida con un 18.6% la “Dieta keto o cetogénica”, mayormente por moda. Sin embargo, la mayoría de los alumnos encuestados indicaron que no consumieron suplementos dietarios.

Resultó notorio que muy pocas personas realizaban el desayuno, bajo consumo de legumbres, frutos secos y semillas, pero en contraparte hubo un buen consumo de frutas y vegetales.

Sin embargo, al analizar las variables “Hábitos alimentarios” y “Nivel de exposición a perfiles de influencers en Instagram” en los estudiantes de 1er y 2do año que estudian Lic. en Nutrición en la UCU, centro regional Santa Fe mediante la prueba estadística no paramétrica Chi-Cuadrado, se concluyó que no existe asociación con ninguna de las variables, es decir, son independientes y a su vez, no hay suficiente evidencia científica para afirmar la relación.

Finalmente, como futura línea de trabajo sería ideal que esta temática siga en estudio, informando constantemente a los alumnos sobre las publicidades o publicaciones de alimentación saludable o nutrición en Instagram, ayudarlos a reconocer que la información que les están brindando los influencers sea la correcta y a identificar que las publicidades o publicaciones que sean de profesionales de la salud, ya que resulta notorio un aumento a la exposición a las redes sociales, mayormente en Instagram.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, en este apartado se mencionan algunas recomendaciones que podrían implementarse para mejorar la desinformación observada en los alumnos.

- ✓ Brindar educación alimentaria para prevenir que las publicaciones engañosas en publicidades o anuncios en las redes sociales puedan repercutir en los hábitos alimentarios de los jóvenes.
- ✓ Implementar una materia optativa en el plan de estudio de Lic. en Nutrición para brindar mayor información con respecto al uso de redes sociales y su influencia en los hábitos alimentarios.
- ✓ Realizar como Licenciados en Nutrición una campaña para concientizar sobre el contenido visto en redes sociales y la importancia de seguir a profesionales de la salud.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Este trabajo de investigación estuvo enmarcado por los principios éticos establecidos por la Asociación Médica Mundial (AMM, 2008) en la Declaración de Helsinki.

Teniendo en cuenta esta Declaración, en toda investigación médica realizada con seres humanos, el bienestar de la persona que participó tuvo siempre primacía sobre todos los intereses, promoviendo el respeto, protegiendo su salud y sus derechos individuales.

Cada una de las personas que participó en esta investigación médica estuvo informada adecuadamente acerca de los fines, riesgos previsible e incomodidades derivadas del experimento y todo otro aspecto pertinente de la misma.

Se tuvieron en cuenta toda clase de precauciones para resguardar la intimidad y la privacidad de su información personal, evitando que se produjeran consecuencias que puedan recaer sobre su integridad física, mental y social.

En primera instancia se solicitó la autorización a través de una nota de permiso dirigida a la UCU, donde se realizó la investigación con los alumnos de dicho establecimiento y se pudo trabajar con ellos durante el horario de cursado.

Se les explicó a los alumnos el propósito de la investigación, la confidencialidad de la información obtenida y su propia voluntad de participar en la encuesta, pudiendo desistir de la misma en cualquier instancia sin sufrir algún prejuicio ni exponerse a represalias.

Con el objetivo de mantener los principios éticos, se tuvo en cuenta el derecho a la autodeterminación, la intimidad y la confidencialidad de la información personal obtenida y de los datos recolectados de los alumnos en cuestión.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Todas las personas que participaron del estudio, al finalizar la investigación tuvieron el derecho a ser informadas sobre los resultados y compartir aquello que consideren relevante.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

BIBLIOGRAFÍA

- ABC Familia. (2022). *El grave error de los jóvenes que comparten información alimentaria de los influencers*. Recuperado de <https://www.abc.es/familia/vida-sana/abci-grave-error-jovenes-comparten-informacion-alimentaria-influencers>
- American Psychiatric Association. (2014). *Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM-5*. Arlington, Estados Unidos: American Psychiatric Association.
- Amigó, E. (2004). *Adolescencia y Deporte*. Barcelona, España: Inde.
- Argiñano J.L. y Goikoetxea Bilbao, U. (2021). El rol de fact-checkers de los influencers españoles de la alimentación en Instagram. *Comunicación y medios*, 30(44), 14-27.
- Asociación Médica Mundial (AMM). (2008). *Declaración de Helsinki de la Asociación Médica Mundial: principios éticos para la investigación ética que involucran sujetos humanos*.
- Barriguetes Meléndez, J.A., Vega y León, S., Radilla Vázquez, C.C., Barquera Cervera, S., Hernández Nava, L.G., Rojo Moreno, L., Vázquez Chavez, A.E. y Murillo, J.M.E (2017). Hábitos alimentarios, actividad física y estilos de vida en adolescentes escolarizados de la Ciudad de México y del Estado de Michoacán. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 23(1), 1-10.
- Cáceres Zapatero, M.D. y Díaz Soloaga, P. (2008). La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas. *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 309-327.
- Canicoba, M. (2020). Aplicaciones clínicas del ayuno intermitente. *Revista de Nutrición Clínica y Metabolismo*, 3(2), 87-94.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

- Castrejón Mata, C. (2018). Impacto de las redes sociales y el marketing en la alimentación y la actividad física de los jóvenes en el estado de Guanajuato. *Revista CIMEXUS*, 13(2), 71-88.
- Caverzan, A.F. y Heinze, V.M. (2021). Influencia de la educación nutricional a través de Instagram en la alimentación de un grupo de adultos de Argentina. *Revista RIUS*, 3, 31-41.
- Cerezo Prieto, M. y Frutos Esteban, F.J. (2020). Impacto del estilo de vida de los estudiantes universitarios en la promoción de políticas públicas en salud. El caso de los nudges. *Revista Española en Salud Pública*, 94, 1-10.
- Comuna Mujer. (2021). *Influencia de los medios de comunicación en la nutrición de los adolescentes*. Recuperado de https://www.comunamujer.com/influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-la-nutricion-de-los-adolescentes/ct_1955/
- Dávila León, O. (2005). Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes. *Revista Última Década*, 21, 83-104.
- Daza Murillo, P., Rengel Arancibia, G.I. y Ribera Guardia, P. (2016). Publicidad y promoción de alimentos y bebidas no saludables dirigida a niños y adolescentes de la ciudad de Sucre. *Revista Investigación y Negocios*, 9(14), 83-92.
- Díaz Córdova, D. (2016). Novedades metodológicas aplicadas a la antropología alimentaria: modelos basados en agentes y redes sociales. *Salud Colectiva*, 12(4), 635.
- Digesit (2022). *¿Cómo crear una cuenta en Instagram?*. Recuperado de <https://digesit.com/como-crear-una-cuenta-de-instagram>



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Echeverri Gallo, C. (2015). Percepciones de los adolescentes frente a las influencias psicosociales que inciden en sus hábitos alimentarios. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 45, 181-195.

Euroinnova. (2023). *Etapas de la vida por edades*. Recuperado de <https://www.euroinnova.edu.es/blog/etapas-de-la-vida-por-edades>

Ferrante, D., Gómez, P., Gotthelf, S. y Zapata, M.E. (2017). Técnicas de marketing en publicidades de alimentos y bebidas en canales infantiles de Argentina: diferencias según calidad nutricional. *Revista Argentina Salud Pública*, 8(33), 22-27.

Gastronomía & Cía (2020). *Es probable que las redes sociales influyan en los hábitos alimentarios de los usuarios*. Recuperado de <https://gastronomiaycia.republica.com/2020/02/09/es-probable-que-las-redes-sociales-influyan-en-los-habitos-alimentarios-de-los-usuarios/>

Gerbotto, M. y Paturzo, C.L. (2020). Hábitos alimentarios y percepción de la imagen corporal en un grupo de adolescentes que realizan comedia musical. *Diaeta*, 38(72), 26-40.

González Posadas, B.P., Palmeros Exsome, C., Valera Cruz, S., Macossay Moreno, C., Díaz Vega, R. y Barranca Enríquez, A. (2020). Uso de redes sociales para promover hábitos de alimentación saludable en la comunidad universitaria. *Revista Mexicana de Medicina Forense*, 5(1), 120-122.

Hanifati, N. (2015). *El impacto de los bloggers de comida*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/343514229_The_Impact_of_Egyptian_Food_Bloggers_toward_Consumer's_Attitude_and_Behavior_in_Restaurant_selection

Hernández Gallardo, D., Arencibia Moreno, R., Linares Girela, D., Murillo Plúa, D. C., Bosques Coteló, J. y Linares Manrique M. (2020). Condición



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

nutricional y hábitos alimentarios en estudiantes universitarios de Manabí, Ecuador. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 27(1), 15-22.

Hidalgo Vicario, M.I. (2021). Alimentación en la adolescencia. Mitos y verdades. *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 4(1), 3-6.

Instituto Nacionales de Estadística y Censo (2021). Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. *Ciencia y tecnología*, 6(1), 1-15.

Járegui Lobera, I. (2017). Fad diets, miracle diets, diet cult... but no results. *Revista Journal of Negative & No Positive Results*, 2(3). 90-93.

Kemp, S. (2020). *Digital 2020: Argentina*. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-argentina>

Klassen, K.M., Borleis, E.S., Brennan, L., Reid, M., McCaffrey, T.A. y Lim, M.S. (2018). What people “like”: analysis of social media strategies used by food industry brands, life style brands, and health promotion organizations on Facebook and Instagram. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), 1-16.

Landaeta-Jiménez, M., García Casal, M.N., Solano, L., Chávez J.F. y Falque Madrid, L. (2015). Alimentación y salud en el México contemporáneo: una mirada sociocultural. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 65(1), 1.

La Vanguardia. (2017). *Andy Warhol, el hombre que transformó el arte en negocio*. Recuperado de <https://www.scribbr.es/detector-deplagio/generador-apa/#/sources/new/webpage>

Lezama Reyes, C.A. (2015). Impacto de las redes sociales en los trastornos de alimentación. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 65(1), 1-3.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Lucas Muñoz, A., Martín, M.A. y Mesías, M. (2021) Nutrición y medios de comunicación. ¿Podemos distinguir la información veraz de los mitos? Estudio piloto en población adultos y adolescentes. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 12(2), 198-205.

Marín-Murillo, F., Armentia-Vizueté, J.I. y Olabarri-Fernández, E. (2016). Alimentación y Salud: Enfoques predominantes en prensa española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 632-653.

Mayo Clinic, 2023. *Dieta con bajo contenido de hidratos de carbono: ¿Puede ayudarte a bajar de peso?*. Recuperado de <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/weight-loss/in-depth/low-carb-diet/art-20045831>

Mayo Clinic, 2023. *La salud de adolescentes y preadolescentes*. Recuperado de <https://www.mayoclinic.org/es-es/healthy-lifestyle/tween-and-teen-health/in-depth/teens-and-social-media-use/art-20474437>

Morales Rodríguez, F.A. y Díaz-Campo, J. (2014). La publicidad de alimentos en la televisión infantil en España: promoción de hábitos de vida saludables. *OBS*. 8(4), 133-150.

Moreno Sepúlveda, J. y Capponi, M. (2020). Dieta baja en carbohidratos y dieta cetogénica: impactor en enfermedades metabólicas y reproductivas. *Revista médica de Chile*, 148(11), 1630-1639.

Naigeboren Guzmán, M., Caram, G., Gil De Asar, M. y Bordier, M.S. (2013). *¿Qué significa ser estudiante universitario? Representaciones de los alumnos de ciencias de la educación de la UNT*. Recuperado de <https://www.aacademica.org/000-054/451.pdf>

Nobbiet (2022). *Las imágenes de los “influencers” causan insatisfacción corporal en adolescentes*. Recuperado de <https://www.nobbot.com/pantallas/influencers-autoestima-en-adolescentes/>



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

- OPS (2019). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones*. Recuperado de <https://iris.paho.org/handle/10665.2/51523>
- Pérez, G (2020). *Redes sociales, ¿qué son?*. Recuperado de <https://resources.esmartia.com/blog/redes-sociales-que-son>
- RAE (2021). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://www.rae.es/drae2001/sexo>
- Reyes Narvaez, S. y Oyola Canto, M. (2020). Conocimientos sobre alimentación saludable en estudiantes de una universidad pública. *Revista Chilena de Nutrición*, 47(1), 67-72.
- Rodrigues Leite, M. de M., Santos Barbosa Machado, A.C., da Silva, D.G., Falcão Raposo, O.F. y Mendes Netto, R.S. (2016). Conocimiento sobre alimentación y nutrición después del desarrollo de actividades de educación alimentaria entre niños y adolescentes deportistas. *Pensar a Práctica*, 19(1).
- Rosado Álvarez, M.M., Yaguachi Alarcón, R.A., Lomas Romero, L.M., Villota Oyarvide, W.R. y Poveda Loor, C.L. (2022). Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil. *Nutrición Clínica y Dietética Hospitalaria*, 42(4), 66-72.
- Sánchez, A.J.M. (2009). Educación nutricional en la adolescencia. *Hekademos Revista Educativa Digital*, 4, 111-128.
- Sepeap. (2015). *Pediatría Integral*. Recuperado de https://www.pediatriaintegral.es/wp-content/uploads/2015/07/Pediatria-Integral-XIX-4_WEB.pdf#page=45



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

- Troncoso Pantoja, C., Céspedes Cantillana, V. y Cifuentes Ruiz, P. (2011). Factores que determinan la selección de alimentos en mujeres de población vulnerable de la Comuna de Talcahuano. *Medwave*, 11, 1-10.
- Valdez, M.L. (2019). Riesgos dietéticos y alimentos ultraprocesados. *Revista Médica Herediana*, 30(2), 65-67.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

ANEXOS

Anexo I:

Santa Fe, de de 2022.

Señora Coordinadora:

UCU-Centro Regional Santa Fe

S / D:

La que suscribe, María Paula Amati, alumna de la carrera de Licenciatura en Nutrición de la Universidad de Concepción del Uruguay, centro Regional Santa Fe, se dirige a usted con el fin de solicitar su autorización para llevar a cabo el trabajo de campo de la tesina de grado de mi autoría, titulada: *“Relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”* dirigida por la Licenciada en Nutrición Natalia Díaz.

En caso de autorizar la realización del estudio, se llevará a cabo una encuesta a cada estudiante que cumpla con los requisitos especificados anteriormente.

Objetivos:

General:

- Analizar la relación entre el contenido sobre nutrición y alimentación en perfiles de influencers de Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Específicos:

- Identificar los perfiles de influencers de Instagram relacionados a nutrición y alimentación más visitados por los alumnos de 1er y 2do año.
- Determinar la exposición de los alumnos de 1er y 2do año frente a los anuncios publicitarios o publicaciones sobre alimentación y nutrición en los perfiles más visitados de Instagram
- Describir los hábitos alimentarios de los estudiantes encuestados.
- Establecer si existe relación entre el contenido publicado por influencers sobre alimentación y nutrición en Instagram y los hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año.

Sin otro particular, espero su pronta respuesta.

Saluda atte.

Firma Directora

Firma Solicitante



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

Anexo II:

Encuesta:

The image shows a digital survey form with a header banner featuring fruits and the Instagram logo. The title is "INSTAGRAM Y HÁBITOS ALIMENTARIOS" and it is identified as a "Trabajo de campo de Tesina". A red asterisk indicates that questions 1, 3, 4, and 5 are mandatory. The form is divided into two columns of questions:

- Question 1:** "1- Edad: (sólo números) *". It includes a text input field labeled "Tu respuesta".
- Question 2:** "2- Sexo: *". It has two radio button options: "Femenino" and "Masculino".
- Question 3:** "3- Año de carrera: *". It has two radio button options: "Primero" and "Segundo".
- Question 4:** "4- ¿Utilizas la red social Instagram? *". It has two radio button options: "Si" and "No".
- Question 5:** "5- En caso de responder SI, ¿Seguís cuentas que hablen sobre nutrición y/o alimentación?". It has two radio button options: "Si" and "No".
- Question 6:** "6- ¿Son de profesionales de la salud?". It has three radio button options: "Si", "No", and "No tengo conocimiento".

Each question box contains a small pencil icon for editing and a question mark icon for help.



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

<p>7- ¿Seguís alguna d estas cuentas? Podes marcar varias opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Agustina Murcho (@nutricion.ag)<input type="checkbox"/> Estefania Beltrani (@nutricion.salud.arg)<input type="checkbox"/> Gisela Pitura (@holisticasoy)<input type="checkbox"/> Agustina Dandri (@agusdandri)<input type="checkbox"/> Jéssica Cirio (@jesicacirio)<input type="checkbox"/> Marcos Vázquez (@fitness.revolucionario)<input type="checkbox"/> No	<p>9- Las publicaciones de estas cuentas, ¿Advierten cuando el contenido es patrocinado?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Si<input type="radio"/> No<input type="radio"/> No presto atención
<p>8- ¿Qué tipo de publicidades aparecen sobre estas cuentas?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Dietas de moda<input type="checkbox"/> Recomendaciones nutricionales<input type="checkbox"/> Recetas<input type="checkbox"/> Actividad Física<input type="checkbox"/> Otras	<p>10- ¿Cuántas veces por semana consultas estos perfiles? -Agustina Murcho (@nutricion.ag) -Estafanía Beltrani (@nutricion.salud.arg) -Gisela Pitura (@holisticasoy)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Todos los días<input type="radio"/> Cada 2-3 días<input type="radio"/> Nunca
<p>11- ¿Y estos perfiles, con qué frecuencias los consultas? -Agustina Dandri (@agusdandri) -Jéssica Cirio (jesicacirio) -Marcos Vázquez (@fitness.revolucionario)</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Todos los días<input type="radio"/> Cada 2-3 días<input type="radio"/> Nunca	<p>13- ¿Realizaste los últimos dos años algunas de estas dietas?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Dieta sin harinas<input type="radio"/> Ayuno intermitente<input type="radio"/> Dieta keto o cetogénica<input type="radio"/> Dieta sin ultraprocesados<input type="radio"/> Dieta detox (desintoxicante)<input type="radio"/> Otras<input type="radio"/> No realicé
<p>12- Cuando consultas estos perfiles, ¿Qué miras?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Publicaciones<input type="radio"/> Historias<input type="radio"/> Recetas	<p>14- Si realizaste alguna, ¿Por qué motivo fue?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Enfermedad<input type="radio"/> Salud<input type="radio"/> Otro<input type="radio"/> Por moda



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

<p>15- ¿Consumiste los últimos dos años algunos de estos suplementos?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Proteínas<input type="radio"/> Vitaminas<input type="radio"/> Quemadores de grasa<input type="radio"/> Suplementos alimenticios (Ej: Herbalife)<input type="radio"/> Otros<input type="radio"/> No consumí	<p>17- Si consumiste algún suplemento o realizaste alguna dieta, ¿Fue recomendado por alguna de estas personas?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Nutricionista<input type="radio"/> Médico<input type="radio"/> Personal Trainer<input type="radio"/> Influencer<input type="radio"/> Amigos/familia<input type="radio"/> Otro
<p>16- Si consumiste alguno, ¿Por qué motivo fue?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Enfermedad<input type="radio"/> Bajar de peso<input type="radio"/> Salud<input type="radio"/> Aumento de masa muscular<input type="radio"/> Por moda<input type="radio"/> Otros	<p>18- Con respecto a tu alimentación: ¿Qué comidas realizas a diario?</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Desayuno<input type="checkbox"/> Almuerzo<input type="checkbox"/> Merienda<input type="checkbox"/> Cena<input type="checkbox"/> Colaciones

19- En caso de que no realices alguna, ¿Por qué motivo es?


- Por trabajo
- Por estudio
- No tengo tiempo de cocinar
- No tengo ganas de cocinar
- Otro



“Relación entre el contenido sobre alimentación y nutrición en perfiles de influencers en Instagram y hábitos alimentarios de los estudiantes de 1er y 2do año de Lic. en Nutrición de la UCU, centro regional Santa Fe”

20- Cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos: *

	TODOS LOS DÍAS	4-5 VECES POR SEMANA	1-3 VECES POR SEMANA	NUNCA
Leche, yogurt y quesos (untable, cremoso, rallado)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frutas y vegetales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cereales (harinas, copos, barritas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Legumbres (porotos, lentejas, arvejas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carnes (vacuna, pollo, cerdo, pescado)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huevos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Panificados (pan, facturas, bizcochos, masitas, tortas, budines)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frutos secos y semillas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aceites (girasol, oliva, soja, maíz) y manteca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dulces (mermeladas, dulce de leche, helado, chocolate)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

 Esta pregunta requiere una respuesta por fila

Enviar Borrar formulario

Link para acceder al formulario: https://docs.google.com/forms/d/1tTjAl726C-FFM-0dz3pffuQ7VUIOLBokVmHlHW2r-Q/edit?usp=forms_home&ths=true