



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS**  
*“Francisco García Salinas”*

**UNIDAD ACADÉMICA DE DOCENCIA SUPERIOR**

**MAESTRÍA EN EDUCACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL DOCENTE**

---

## **TESIS**

**EDUCACIÓN ALIMENTARIA Y CRITERIOS DE ADOLESCENTES  
PREPARATORIOS EN EL USO Y CONSUMO DE INFORMACIÓN  
NUTRICIONAL A TRAVÉS DE REDES SOCIALES DIGITALES.  
ESTUDIO DE CASO “PREPARATORIA VILLANUEVA”**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRA EN EDUCACIÓN Y DESARROLLO  
PROFESIONAL DOCENTE**

**PRESENTA:**

Lic. Dulce Olivia Dávila Piñón

**Directora:**

Dra. Josefina Rodríguez González

**Codirectora:**

Dra. Rosalinda Gutiérrez Hernández

Zacatecas, Zac. a 06 de septiembre de 2023

## RESUMEN

Se analiza la educación nutricional como una base que puede contribuir para que las y los adolescentes realicen una elección sobre la información de alimentación que observan en redes sociales digitales. Los ejes teóricos sirvieron como fundamento para la realización de cuestionarios aplicados a 35 estudiantes de Higiene y Salud Comunitaria. Los resultados mostraron que reconocen parcialmente los conceptos sobre educación alimentaria, existe influencia entre lo que visualizan en redes sociales, la percepción de su imagen corporal y la alimentación, deseando modificar su cuerpo para encajar en los estereotipos de belleza que observan en estos medios digitales.

**PALABRAS CLAVE:** Redes sociales digitales, Educación alimentaria y nutricional, Adolescencia.



**SOMOS**  
ARTE, CIENCIA Y  
DESARROLLO  
CULTURAL



Zacatecas, Zac. a 06 de septiembre de 2023.

**DRA. SAMANTA DECIRÉ BERNAL AYALA**  
**Jefa del Departamento Escolar Central de la**  
**Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"**  
**Presente**

**Asunto:** Liberación de Tesina.

Después de haber asesorado la investigación y revisado cuidadosamente la Tesina cuyo título es **"Educación alimentaria y criterios de adolescentes preparatorianos en el uso y consumo de información nutricional a través de redes sociales digitales. Estudio de caso "Preparatoria Villanueva"**, de la alumna: **Lic. Dulce Olivia Dávila Piñón** que presenta para obtener el grado académico de Maestra en Educación y Desarrollo Profesional Docente, me permito comunicarle que dicho trabajo cumple con los requisitos suficientes en contenido y forma que se exigen para este tipo de investigaciones, por lo cual, otorgo mi voto para que sea defendida en el Examen de Grado correspondiente.

Sin otro particular por el momento, me despido enviándole un cordial saludo.

ATENTAMENTE:

**Dra. Josefina Rodríguez González**  
Docente Investigadora

de la Maestría en Educación y Desarrollo Profesional Docente

## **AGRADECIMIENTO AL CONSEJO NACIONAL DE HUMANIDADES, CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS (CONAHCYT)**

Ser estudiante de este posgrado me acercó al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCyT), el cual apoyó mis estudios brindándome una beca, también pudo contribuir y motivar a la participación en un congreso internacional llevado a cabo de manera híbrida (presencial y virtual), transmitiéndose a través de *YouTube*, así como la presentación de un cartel basado en los conceptos de mi investigación, y teniendo la oportunidad de ser sinodal en un examen de grado de mi querida Licenciatura en Nutrición, gracias CONAHCyT por seguir apoyando a que más estudiantes puedan involucrarse en el mundo de la divulgación científica.

## **AGRADECIMIENTOS**

Me siento sumamente afortunada y agradecida con la Maestría en Educación y Desarrollo Profesional Docente, por haber sido elegida como miembro de la cuarta generación, gracias a esto pude ampliar mi panorama y seguir con mi crecimiento como profesionista brindándome las herramientas necesarias para mi práctica docente y para seguir enamorándome de la investigación.

Gracias también a mi excelente directora de investigación, la Dra. Josefina Rodríguez González, quien me brindo su apoyo compartiéndome sus conocimientos para la correcta estructura y elaboración de mi trabajo, así como motivándome a la realización de diversas actividades que impulsen mi desarrollo y crecimiento como profesionista, por su paciencia y consejos siempre en pro de mejorar, agradecer también a mi codirectora la Dra. Rosalinda Gutiérrez Hernández quien colaboró de la misma forma a la elaboración de este trabajo de investigación y me impulsó a la participación en actividades que me retroalimentaran como investigadora, siempre con un trato amable y cordial, así como dándome su apoyo en cualquier momento que lo requiriera.

## DEDICATORIAS

Este trabajo va dedicado para mi mamá Polita y mi papá Manuel por estar a mi lado dando sostén y apoyo en cada momento de mi vida, y, sobre todo, porque gracias a sus consejos, por criarme con valores y con la idea de que hay que esforzarse para lograr lo que se desea, es que me encuentro en este lugar, gracias a todo eso es que egrese de este maravilloso posgrado.

A mis hermanas, Marisol, Jesús, Paty, Citlali por ser esa red de apoyo tan grande y bonita ante cualquier momento de la vida, por siempre cuidarme, protegerme y darme sus consejos, porque sé que a pesar de todo siempre desean que yo me encuentre bien, porque en cada paso que doy siempre están ellas para darme una mano. A mis peques, Juan Pablo, Ximena, Paola, Gael, Vane, Kevin y mi Santi, deseo que siempre encuentren la motivación de seguirse preparando profesionalmente, logrando sus sueños.

A Jorge, que ha estado conmigo durante este proceso de mi vida compartiendo y escuchando mis alegrías, preocupaciones y tristezas, no hay palabras para describir lo mucho que me ha apoyado en todo lo que se ha necesitado, este logro lo siento y lo comparto infinitamente contigo por ser esa persona que me impulsa a seguir aun cuando no tengo fuerzas, por estar ahí; siempre pendiente de mí, de lo que hago, de cómo me encuentro.

# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
--------------------	---

## CAPÍTULO I

<b>REDES SOCIALES DIGITALES, PUBLICIDAD E IMAGEN CORPORAL COMO INFLUENCIA EN LA CONDUCTA ALIMENTARIA DE LAS Y LOS ADOLESCENTES.....</b>	<b>31</b>
---	-----------

1.1 Redes sociales y sus características en la sociedad .....	32
---	----

1.1.1. Redes sociales digitales .....	36
---------------------------------------	----

1.1.2. Estadísticas sobre usuarios de redes sociales digitales en México.....	44
---	----

1.1.3. Redes sociales digitales más utilizadas entre adolescentes .....	47
---	----

1.1.4 Redes sociales digitales como mecanismo de difusión en temas de alimentación .....	49
--	----

1.2 Características de las y los <i>influencers</i> .....	53
---	----

1.2.1 <i>Influencers</i> y alimentación .....	57
---	----

1.2.2 Publicidad e influencia de las redes sociales digitales sobre el concepto de belleza y alteraciones en la conducta alimentaria .....	60
--	----

## CAPÍTULO II

<b>EDUCACIÓN ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL; IMPORTANCIA DURANTE LA ADOLESCENCIA .....</b>	<b>64</b>
---	-----------

2.1. Alimentación .....	65
2.1.1. Nutrición .....	74
2.2 Educación nutricional .....	78
2.2.1 Educación alimentaria y nutricional.....	81
2.3 Adolescencia .....	83
2.3.1. Cambios a nivel cerebral en la adolescencia .....	85
2.3.2 Cambios físicos, hormonales, y psicosociales de la y él adolescente ...	87
2.3.3 Autoconcepto y problemas alimenticios en la adolescencia media .....	94

### **CAPÍTULO III**

<b>EDUCACIÓN ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL. CONSUMO DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES DIGITALES.....</b>	<b>99</b>
3.1 Contexto de la “Preparatoria Villanueva” .....	100
3.2 Educación alimentaria en la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria .....	108
3.3 Características de los sujetos de estudio .....	113
3.3.1 Hábitos de consumo en redes sociales digitales.....	117
3.3.2 Consumo de temas alimenticios en redes sociales digitales .....	120
3.3.3 Percepciones sobre las y los <i>influencers</i> nutricionales y los estereotipos de belleza en adolescentes .....	122



3.3.4 Contraste entre la educación alimentaria y nutricional con la información de redes sociales digitales.....	130
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>141</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>153</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>163</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Red social familiar.....	34
Figura 2. Factores que determinan el vínculo social .....	35
Figura 3. Opciones de las redes sociales digitales.....	40
Figura 4. Perspectivas educativas de las redes sociales.....	42
Figura 5. Dietas de moda en redes sociales digitales.....	52
Figura 6. Clasificación de las y los Influencers .....	56
Figura 7. Clasificación de los alimentos .....	66
Figura 8. Leyes de la alimentación.....	71
Figura 9. Requerimiento energético de la dieta.....	80
Figura 10. Etapas de la adolescencia .....	84
Figura 11. Cambios psicosociales en la adolescencia media .....	92
Figura 12. Cambios psicosociales en la adolescencia tardía.....	93

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de redes sociales digitales.....	41
Tabla 2. Usuarios de Internet en México por grupos de edad .....	45
Tabla 3. Uso y/o conocimiento de las redes sociales digitales .....	45
Tabla 4. Publicidad en redes sociales digitales .....	46
Tabla 5. Aporte de macronutrientes en gramos por grupos de alimentos.....	72
Tabla 6. Ejemplo de lista de alimentos y equivalentes .....	73
Tabla 7. Características de las vitaminas liposolubles e hidrosolubles .....	76
Tabla 8. Minerales y sus funciones .....	77
Tabla 9. Cambios cognitivos según la etapa de la adolescencia.....	87
Tabla 10. Hormonas encargadas de la maduración sexual.....	90
Tabla 11. Cambios psicosociales en la adolescencia temprana .....	91
Tabla 12. Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes .....	97
Tabla 13. Competencias del Marco Curricular Común .....	109
Tabla 14. Mapa curricular de la Dirección General de Bachillerato .....	110
Tabla 15. Programa de Higiene y Salud Comunitaria cuarto semestre .....	112
Tabla 16. Sujetos de estudio.....	115
Tabla 17. Parámetros del IMC .....	116
Tabla 18. Respuestas de las y los estudiantes sobre su conocimiento de macronutrientes y micronutrientes .....	134
Tabla 19. Respuestas de las y los estudiantes sobre su conocimiento en conceptos de educación alimentaria .....	136

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Plato del bien comer .....	68
Imagen 2. El Plato del bien comer saludable y sostenible (ícono de las guías alimentarias 2023) .....	70
Imagen 3. Lóbulo prefrontal del cerebro .....	86
<i>Imagen 4. Escala de Tanner en niñas</i> .....	88
Imagen 5. Escala de Tanner en niños .....	89
Imagen 6. Ubicación geográfica de la “Preparatoria Villanueva” .....	102
Imagen 7. Fachada de la “Preparatoria Villanueva” .....	103
Imagen 8. Cooperativa escolar .....	104
Imagen 9. Alimentos empaquetados que se venden en la cooperativa escolar..	105
Imagen 10. Alimentos preparados de venta durante el receso .....	106
Imagen 11. Manipulación higiénica de alimentos .....	107

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Redes sociales digitales más utilizadas en adolescentes .....	118
Gráfico 2. Influencia de redes sociales digitales en la vida diaria.....	119
Gráfico 3. ¿Cuántos perfiles de alimentación sigues en redes sociales digitales? .....	121
Gráfico 4. Criterios de las y los adolescentes para elegir un perfil sobre alimentación .....	125
Gráfico 5. Finalidad con la que sigues en redes sociales a profesionales de la salud .....	127
Gráfico 6. Ideales de belleza en redes sociales digitales aplicados a la composición corporal.....	128
Gráfico 7. Parte de tu cuerpo que te gustaría cambiar para encajar en estereotipos de redes sociales digitales .....	129
Gráfico 8. ¿Por qué realizas actividad física?.....	130
Gráfico 9. Comparación del aprendizaje sobre alimentación y nutrición a través de redes sociales digitales y la Preparatoria Villanueva.....	132
Gráfico 10. Tipo de actividad física que realizan las y los adolescentes.....	138
Gráfico 11. ¿Dónde buscaste información al realizar cambios en tu conducta alimentaria? .....	139
Gráfico 12. Lugares donde conociste dietas .....	140

## ANEXOS

Anexo A. Solicitud de permiso a la Preparatoria Villanueva .....	163
Anexo B. Carta de autorización.....	164
Anexo C. Encuesta sobre redes sociales digitales, conducta alimentaria y percepción de la imagen corporal en adolescentes.....	165
Anexo D. Encuesta sobre redes sociales digitales, conducta alimentaria y percepción de la imagen corporal en adolescentes parte II.....	171
Anexo E. Uso de redes sociales digitales por adolescentes.....	175
Anexo F. Criterios de las y los adolescentes para seguir un influencer alimenticio .....	176

## ACRÓNIMOS

ACA	Alteración de la Conducta Alimentaria
CONAHCYT	Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías
DGB	Dirección General de Bachillerato
DOF	Diario Oficial de la Federación
EMS	Educación Media Superior
EUA	Estados Unidos de América
ENDUTIH	Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares
IFT	Instituto Federal de Telecomunicaciones
IMC	Índice de Masa Corporal
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
MCC	Marco Curricular Común
OMS	Organización Mundial de la Salud
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
SMAE	Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes
SEDUZAC	Secretaría de Educación del Estado de Zacatecas
SEP	Secretaría de Educación Pública
TCA	Trastorno de la Conducta Alimentaria
TIC	Tecnologías de la Información y Comunicaciones

## INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se realizó un análisis sobre el uso y consumo de redes sociales digitales acerca de publicaciones de alimentación y nutrición en adolescentes, contrastando esto, con la educación alimentaria y nutricional que reciben en la preparatoria, evaluando si les permite tener criterios sólidos para valorar la información del internet, así como la percepción sobre sí mismas o mismos basados en los estereotipos de belleza que se publican en estos medios web.

El estudio se realizó en estudiantes de quinto semestre de la “Preparatoria Villanueva” con la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, quienes reciben como parte de su formación académica, un submódulo de nutrición, considerando que el conocimiento adquirido en la materia debe dotarlos de conocimientos y criterios suficientes para discernir de la información que consumen en redes sociales digitales.

La importancia de la educación alimentaria y nutricional en la población se hace evidente debido a la incidencia de sobrepeso y obesidad que existe en México, la principal causa de este problema son las dietas elevadas en carbohidratos aunado al sedentarismo. En los resultados mostrados por la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT, 2018), se hizo una comparativa de los resultados obtenidos en el 2012 y 2018 en las y los adolescentes de 12 a 19 años:

*“Se observó un aumento en el sobrepeso y obesidad; para el 2012 el sobrepeso en este grupo de la población se situó en 21.6% y la obesidad en 13.3%, para el 2018 el sobrepeso aumentó 23.8% y la obesidad 16.6%. De los Estados de la República con mayor porcentaje de obesidad en*



*adolescentes se encuentran Veracruz, Quintana Roo, Colima, Sonora y Tabasco” (ENSANUT, 2018, s/p.).*

Por otro lado, hablar de educación alimentaria y nutricional, refiere a que un profesional de la nutrición brinde herramientas necesarias a un grupo de personas o individuos para que por sí mismas y mismos elijan alimentos con calidad nutricia, sobre aquellos que únicamente aportan calorías “vacías” y por ende solo propician a el aumento de peso y desarrollo de problemas de salud, principalmente enfermedades crónicas no transmisibles.

En la actualidad, los avances tecnológicos se sitúan en una era en la que los dispositivos móviles se han convertido en herramientas indispensables para la mayoría de las personas, sin importar la edad, se utilizan para poder comunicarse con las y los demás, los beneficios y opciones que se ofrecen son cada vez más innovadoras y eso ocasiona que se genere una dependencia a su uso, por lo tanto, *“uno de los rasgos distintivos de nuestra época es la presencia constante y ubicua de las tecnologías digitales en la vida cotidiana, debido en gran medida a la proliferación de dispositivos móviles con acceso a Internet” (Serrano ,2013, p. 353).*

A través de estos dispositivos se hace uso de las redes sociales digitales, donde se observa información relacionada con la alimentación y nutrición; esto va desde páginas que comparten recetas de cocina, o *influencers* que hablan de alimentos “milagrosos” que prometen ayudarán a bajar de peso o que “curarán” alguna enfermedad, asegurando que ciertos productos son más saludables sobre otros.

Estas aplicaciones digitales *“son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras*

*personas, conocidos y absolutos desconocidos*” (Celaya, 2008, s/p citado por Hutt, 2012, p. 123). Existe una variedad de redes sociales digitales, clasificadas de acuerdo con el uso y herramientas que brindan; las más conocidas y utilizadas por las y los adolescentes en 2020 fueron *Instagram* y *Facebook*. Según datos de la Asociación de Internet MX (2021):

*“Hacia el 2020, existían 84.1 millones de internautas en México, representando el 72 % la población mayor de 6 años, el 29.7 % de la población que tienen un perfil de usuario corresponde a las y los jóvenes de entre 12 a 24 años de edad; en cuanto a la frecuencia de acceso a redes sociales el 91.4% de los usuarios entra diario a estas aplicaciones; presentando mayor preferencia a conectarse durante la tarde/noche (49.5%). Entre las cinco aplicaciones con mayor porcentaje de usuarios con cuenta activa se encuentran (de mayor a menor) WhatsApp con 91%, seguido de Facebook 81.9%, YouTube 45.7%, Instagram 36.4% y Twitter con 15.6%”* (Asociación de Internet MX, 2021, s/p).

A través de *Facebook* e *Instagram*, entre otras, comenzaron a surgir “*influencers*”<sup>1</sup>, logrando que sus seguidores imiten los consejos que ellas y ellos dan a través de las redes sociales digitales, sin cuestionarse a sí mismas y mismos si la información que están observando es cierta, incluso hay quienes tratan de comprar los productos que promocionan estas y estos “líderes de opinión”, sin importar el costo que tengan.

Debido a la gran cantidad de perfiles de usuario que se crean en estas aplicaciones, la información que se comparte es demasiada, una sola publicación puede tener alcance a millones de personas, y a su vez, este contenido puede irse modificando de un individuo a otro, cambiado el contexto o la finalidad del mismo, provocando desinformación entre las usuarias y los usuarios. Además, que en

---

<sup>1</sup> “Los *influencers* son esas personas que han conseguido reunir comunidades formadas por millones de personas; fieles al contenido que suben diariamente a sus perfiles. Las marcas han encontrado en ellos una oportunidad para llegar a nuevos consumidores” (Fernández, 2017, s/p).

ocasiones la información que se comparte por estos medios carece de sustento científico. Tal es así que:

*“Las redes sociales han sido utilizadas para la difusión y propagación de noticias falsas, lo cual ha generado una desinformación en la sociedad (...) hay personas que difunden información con la idea de crear una situación en la sociedad o lograr un objetivo económico o político (...) En otro grupo están las personas comunes que sin buscar un fin económico o de lucro difunden los mensajes que reciben sin reflexionar sobre la veracidad de la información” (Vázquez, 2020, p. 189).*

Del mismo, han ido surgiendo modas alimentarias<sup>2</sup>; y de acuerdo a la información que se ve en los medios digitales, contribuye a que las personas modifiquen su percepción con respecto a un alimento que, por años consumieron sin ningún problema y de repente dejan de ingerirlo por miedo a intolerancias alimentarias, por ejemplo, la intolerancia al gluten, donde una parte de la población dejó de consumir productos a base de trigo por la creencia de que el gluten les afectaría su salud y considerando que los alimentos que no tienen esta proteína son más saludables.

Todo este tipo de información sin sustento científico que se comparte en la web, lejos de aportar conocimientos solo complican el estado nutricional de las personas que deciden aplicar los cambios en su ingesta alimentaria, ya que por lo regular no se especifica a qué grupo de la población van dirigidas las recomendaciones; por ejemplo, retomando el caso de las dietas libres de gluten, se recomienda en personas con enfermedad celíaca, padecimiento que ocasiona

---

<sup>2</sup> Una moda alimentaria consiste en aquella alimentación que se pone de moda por un tiempo para satisfacer las necesidades de la tendencia vigente, sacrificando nutrientes importantes. Una moda alimentaria puede ser la exageración de una verdad sobre un alimento o la afirmación de que es un “cúralo todo”. Estas modas suelen ser de corta duración y su popularidad acaba cuando es reemplazada por otra. Hoy en día, muchas dietas para bajar de peso se basan en modas comunes. (Lagua & Claudio, 2004, p. 11).

inflamación en el intestino delgado, sin embargo, un individuo que no presenta estas alteraciones puede comer sin problema alimentos con gluten.

Como parte de la educación alimentaria y nutricional es importante motivar a la población a que siempre se cuestionen sobre la veracidad de la información que están observando en redes sociales y asegurarse que tenga sustento científico, por ello es importante educar a las y los adolescentes para que desarrollen su pensamiento crítico; y se contribuya a evitar desinformación por estos medios, ya que *“el manejo de información errónea, distorsionada o confusa en el ámbito de la nutrición y la salud puede traer consecuencias como el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria, siendo un gran riesgo para la salud poblacional”* (Lemos, Longato, Masci & Mendoza, 2016, p. 15).

El interés de realizar esta investigación en adolescentes que cursan la Educación Media Superior (EMS), se centra básicamente en que es una población que está en desarrollo tanto físico como mental; por lo que pueden ser más susceptibles a creer o imitar conductas de personas populares o famosas en su entorno, además de que prestan mucha atención a su físico, por lo que es probable que sigan algunos consejos acerca de alimentación que son publicados en redes sociales, todo esto, para lograr objetivos que encajen con los estereotipos de belleza de los medios sociales.

Esto se relaciona con la imagen engañosa de caras y cuerpos perfectos que *Facebook* o *Instagram* publicitan, puede repercutir aún más en que él o la adolescente desarrollen baja autoestima, por lo que es importante tener en cuenta que las *“redes sociales muestran fotos de cuerpos delgados, comidas saludables, ejercicios para conseguir el cuerpo perfecto que la sociedad impone creando*

*imaginarios estéticos del cuerpo y de belleza física que no necesariamente se deben tener en cuenta como algo a seguir” (Mejía, 2018, p. 20).*

Al realizar esta tesina se pretende llenar un vacío de conocimiento ya que a nivel nacional y/o local no se encontraron investigaciones relacionadas al tema, por lo que este estudio puede servir a que personas conozcan sobre la influencia que pueden tener las redes sociales digitales en la alimentación o en percepción de la imagen corporal en adolescentes, siendo un apoyo para la realización de otros trabajos de investigación al respecto.

En redes sociales “*la foto vale por la persona*” (Illouz, 2007, p. 174 citado por Serrano, 2013, p. 357), porque se encargan de subir aquellas fotografías donde resaltan sus atributos buscando la aceptación social. Debido a esto, se considera un tema de investigación que puede resultar interesante, esperando que este tipo de temáticas se profundicen más a nivel nacional y local para que se pueda tener un impacto positivo en la sociedad.

No siempre las personas que dan consejos sobre alimentación o nutrición dentro de las redes sociales digitales son nutriólogos, nutriólogas o profesionistas de la salud, por lo tanto, se llegó a la siguiente pregunta de investigación ¿La educación alimentaria y nutricional que reciben las y los adolescentes en su formación académica en la preparatoria, los dota de criterios suficientes para discernir sobre la información nutricional que se difunde a través de las redes sociales digitales?

Una vez definida la problemática se realizó el estado del arte, con el objetivo de recopilar investigaciones relacionadas con el tema para conocer la metodología empleada, teorías y resultados; logrando una base sólida en el desarrollo de la

presente investigación permitiendo tomar en cuenta las características que hayan funcionado para la obtención de la información, favoreciendo a disminuir los errores y trazar la ruta metodológica del presente estudio.

Para realizar la búsqueda de trabajos científicos mediante la web, se utilizaron palabras claves referentes a redes sociales, educación alimentaria y nutricional, así como adolescencia. Las plataformas utilizadas fueron *Google Académico*, repositorio de tesis de grado y posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas, Repositorio Institucional de la Universidad de Lleida, Repositorio Institucional de la Universidad Antonio Nariño, Repositorio Institucional Vitela y Scielo.

Cabe mencionar que se buscó en repositorios de universidades a nivel nacional y local sin obtener un resultado favorable; no se encontraron investigaciones que vinculan el uso de redes sociales en educación alimentaria y nutricional, por este motivo, se utilizaron únicamente investigaciones internacionales. A continuación, se describen los estudios encontrados, presentándose del más actual al más antiguo, dichos trabajos pertenecen a tesis y tesinas del grado de Licenciatura y Maestría, así como un artículo de revista, los países en los que se elaboraron fueron Argentina, Colombia, Cuba, España y el Ecuador.

La investigación más reciente fue la tesis de Licenciatura *Imaginosos sociales y hábitos de alimentación influenciados por redes sociales en adolescentes de edades entre 14-16 años*, elaborada por Bueno (2020), en Cartago Valle, Colombia; en el marco teórico describió a la conducta alimentaria como algo que *“se encuentra influenciada a nivel fisiológico, psicológico y sociocultural”* (Bueno,

2020, p. 28), puesto que se prefiere a cierto tipo de alimentos según el entorno social, así como dependiendo de las percepciones que se tienen al respecto sobre un alimento, ya sea para consumirlo o no, y en cuanto a nivel fisiológico se entiende como la saciedad natural que por inercia es realizada. En lo que se refiere a redes sociales, explica que las más utilizadas por las y los adolescentes fueron *Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, y Snapchat*.

En el estudio menciona a los creadores de contenido o *influencers* como “*aquellas personas que crean contenido digital como su trabajo de tiempo completo o parcial, reciben ingresos a partir de eso y tienen un público importante en el cual impartir influencia*” (Bueno, 2020, p. 48), debido a esto, diversas marcas de productos como ropa, alimentos, etc., las y los patrocina para que promocionen sus productos, por lo que ahora en estas aplicaciones es posible observar anuncios de todo tipo.

La relación que se menciona en esta investigación acerca de las redes sociales y la alimentación es que “*las redes sociales tienen una gran influencia en la vida de las personas y se convirtieron en fuentes de información, desde una búsqueda simple hasta la búsqueda de una receta o dieta, reemplazando la importancia de asistir con un profesional*” (Bueno, 2020, p. 46). Por ejemplo:

*“Un caso muy conocido es el de Rawvana, como se hace llamar la YouTuber Mexicana Yovana Mendoza crea contenido para YouTube e Instagram sobre alimentación (...) con el tiempo Yovana cambio el contenido de su canal a la dieta vegana (...) promovía una dieta basada en plantas, ayunos, détox, suplementos y además ofreciendo asesorías online, retos, rutinas y otras asesorías del área de la salud sin certificación (...) Yovana fue expuesta en el canal de otra YouTuber consumiendo pescado y otros alimentos de origen animal, algo que en su canal de YouTube refería ser dañino para la salud”* (Bueno, 2020, p. 50).

Lo anterior es un claro ejemplo de cómo las y los líderes de opinión comparten y promocionan productos o regímenes alimenticios que lejos de tener sustento científico o cuidar que sean adecuadas para cada persona, lo único que les interesa es tener millones de seguidores y monetizar, a costa de la salud de las personas que confiadamente deciden seguirles en sus redes sociales.

El tipo de metodología que se implementó fue cualitativa con diseño narrativo; *“el diseño narrativo se caracteriza por que el investigado busca información sobre un fenómeno desde las historias de vida y experiencia de las personas y las describe y presenta”* (Bueno, 2020, p. 51); con un alcance descriptivo, *“consiste en describir fenómenos, buscando especificar propiedades o cualidades de una población, lo cual es pertinente en esta investigación, que busca plantear los cambios de la conducta alimentaria influenciada por redes sociales”* (Bueno, 2020, p. 52).

La muestra para la investigación fue de *“5 adolescentes que utilizarán dos o más redes sociales, de 14 a 16 años, sexo femenino con escolaridad secundaria o media en curso”* (Bueno, 2020, p. 53). El instrumento para la recolección de datos fue una entrevista de 23 preguntas, dirigidas hacia cuáles redes sociales utilizaban, para qué lo hacían, creadores de contenido que seguían, tiempo que pasaban navegando, así como lo que entendían por hábitos alimenticios, si han encontrado contenido sobre alimentación en las cuentas que frecuentan, etc.

Para el procedimiento, se indagó acerca de todos los temas relacionados con la investigación, posteriormente se realizó el marco teórico con base de la información recabada y se desarrolló la metodología.

En cuanto a los resultados:



*“A la hora de conocer los imaginarios sociales sobre hábitos de alimentación adquiridos por redes sociales de un grupo de adolescentes se encuentra prevalencia en la idea de que la alimentación saludable debe ser restrictiva y controlada, con ideas potencialmente riesgosas como que la grasa es dañina, la sal no es necesaria, los carbohidratos engordan, debido a que no hay claridad en cómo debe ser una alimentación balanceada y la diferencia entre macronutrientes, micronutrientes y no conocer las funciones que cumplen cada uno de estos en los procesos diarios del cuerpo”* (Bueno, 2020, p.95).

Se consideró importante integrar este análisis ya que tiene relación con la idea de la presente investigación, en el aspecto de que se pretende observar cuentas de líderes de opinión que comparten contenido sobre alimentación y estudiarlos de cerca para descubrir algunas intenciones que puede haber detrás de sus publicaciones.

Por otra parte, se analizó la tesina titulada Influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias de adolescentes entre 15-18 años de la Unidad Educativa “San Vicente de Paúl”, elaborada por Buitrón (2020), en Quito, dentro del marco teórico se describió la influencia de los medios de comunicación en la alimentación donde menciona que *“detrás de los medios de comunicación y su influencia se encuentra el marketing o la publicidad que son factores determinantes para lograr cambios positivos o negativos en las personas”* (López, 2009, s/p citado por Buitrón, 2020, p. 13).

Redactó acerca de cómo las redes sociales pueden modificar la percepción de la imagen corporal, *“asumiendo que gran parte de adolescentes crean inseguridades en su apariencia física por cosas que ven en redes sociales, considerando Facebook como la red social más influyente, seguido de Instagram”* (Restrepo & Castañeda, 2018, s/p citado por Buitrón, 2020, p. 17).

Acerca de la alimentación considera que *“es de vital importancia que los adolescentes tengan una nutrición adecuada para asegurar un correcto desempeño de funciones y actividades, si la ingesta de alimentos no es adecuada pueden surgir deficiencias nutricionales”* (Buitrón, 2020, p.19). Con respecto a conductas de riesgo durante esta etapa, mencionó lo siguiente:

*“En los últimos años se ha aumentado la incidencia y prevalencia de trastornos alimentarios alrededor del 85% se desarrollan en la adolescencia y con el pasar de los años cada vez es a edades más tempranas, todo esto se desencadena por estándares poco reales establecidos por la sociedad (Ladera, 2016, s/p citado por Buitrón, 2020 p.20). Ahora es muy común encontrar en redes sociales personas que promocionan estilos de vida que los ayuden a alcanzar al estándar de belleza planteado creando así más presión sobre las adolescentes que son grupo más vulnerable por empezar a forjar su carácter y personalidad”* (Ledezma, 2015, s/p citado por Buitrón, 2020, p.20).

En el estudio utilizó una metodología de tipo cuantitativo descriptivo ya que *“permitió describir la relación que existe entre el uso de redes sociales y las elecciones alimentarias de los adolescentes, es de tipo transversal; se realizó en un lapso corto de tiempo y tuvo una sola medición”* (Buitrón, 2020, p. 7). Para la muestra se eligieron 105 adolescentes, con la edad planteada en dicha investigación, estar inscritos en el Colegio, ser usuario activo de redes sociales y utilizarlas al menos 3 días a la semana, por lo menos dos horas.

*“Para determinar el tiempo y uso de redes sociales se aplicó el cuestionario de adicción a redes sociales (ARS), realizado por Ecurra y Salas (2014), comprende 12 ítems, de los cuales 2 primeros abarca información personal y los restantes hacen referencia al tiempo, tipo de red social utilizada (...) Para identificar las elecciones alimentarias y tipo de dieta se aplicó el cuestionario de frecuencia de consumo de grupos de alimentos (CFCGA) realizado por Goni, Aray, Martínez y cuervo (2016). A la frecuencia de consumo utilizada se le compacto un instrumento que evalúa la calidad de la dieta “Healthy Eating Index”, maneja una frecuencia de consumo con un puntaje del 0 al 10, siendo el 10 si el consumo es en base a la recomendación y 0 si no se consume el alimento (Krebs et al, 2018, s/p citado por Buitrón, 2020, p. 9), la clasificación de alimentación se realiza a la puntuación total y*

*se divide en tres categorías saludable, necesita cambios, poco saludable”* (Buitrón, 2020, p. 9).

Una vez que aplicaron los cuestionarios pudo observar que la red social que más utilizaban las y los jóvenes es *Facebook*, sin embargo, no observó que en las y los adolescentes encuestados prevalece la indagación de contenido alimentario, solo encontró que *“un porcentaje de mujeres sí realiza búsquedas de información alimentaria en redes, esto se relaciona con la importancia que le dan las mismas a la imagen corporal”* (Buitrón, 2020, p. 34).

Otro dato importante que arrojaron sus resultados fue que *“la información acerca de alimentación no siempre viene de una persona con estudios, su mayoría proviene de personas que han realizado cambios en su estilo de vida y acorde a esto han empezado a dar consejos”* (Buitrón, 2020, p. 34). Esta investigación resultó interesante de analizar debido a que habla de las y los *influencers* y de su estrategia para ganar seguidores y, por ende, dinero, mediante publicaciones acerca de alimentación y cómo estas publicaciones podrían afectar a las y los adolescentes que se encuentran revisando contenido de estas personas.

Dentro de la investigación: El efecto que ejercen las redes sociales en los hábitos de consumo alimentario: España VS. EE.UU. elaborada por Martínez en Madrid, España, 2020, la metodología consistió en la:

*“Realización de un estudio empírico, basado en una técnica cuantitativa con una encuesta como método de recolección de información. Por último, se lanzó un cuestionario online a la población objeto de investigación (Población de España y EE. UU.) con el fin de obtener los datos que más tarde analizaremos para dar respuesta a las incógnitas planteadas”* (Martínez, 2020, p. 9).

El cuestionario que creó para dicha investigación fue en la página web [onlineencuesta.com](http://onlineencuesta.com), las preguntas que elaboró fueron relacionadas a la frecuencia

con la que consultan redes sociales y el interés que tienen sobre alimentación; en segunda parte se les preguntó si tenían algún tipo de influencia estas aplicaciones sobre sus hábitos de alimentación; en cuanto a las fuentes de contenido las dividió en dos; por un lado las cuentas de los profesionales de la salud y por otro la de las y los *influencers* nutricionales.

Analizó la respuesta de 272 personas, arrojando como resultado que en los dos países el uso de redes sociales es alto, sin embargo, en EE.UU. presenta mayor aumento y es ahí donde se busca mayor contenido relacionado a la alimentación, en ambos países encontró que *“Instagram es la plataforma en donde buscan mayormente contenido acerca de alimentación”* (Martínez, 2020, p. 46), de estos dos lugares, España fue quien respondió seguir cuentas de profesionales de la salud y lo considera como una referencia de hábitos saludables. Por otro lado, EE.UU., refirió compartir mayormente publicaciones sobre alimentos.

Esta investigación se integró debido a que maneja temas como el de las y los *influencers* y sobre la preferencia que tienen las y los usuarios al observar cierto tipo de publicaciones, si toman en cuenta quién creó el contenido de alimentación que están visualizando, además de que se pretendió encontrar cómo influyen las redes sociales sobre los hábitos alimentarios en dos países desarrollados.

El siguiente artículo: Uso de las redes sociales como estrategia de promoción de alimentación saludable en adolescentes, elaborado por Olivares & Chávez (2019), publicado por la Revista Cubana de Informática Médica. El tipo de estudio que se desarrolló fue *“investigación-acción, este tipo de proyecto se caracteriza por analizar y dar soluciones a problemas cotidianos, permitiendo generar conocimiento y cambios”* (Olivares & Chávez, 2019, s/p).

Utilizó metodología cualitativa mediante recolección de información por medio de *WhatsApp*; durante 5 meses se les envió mensajes y actividades relacionadas con la Guía de Alimentación; las y los adolescentes enviaban las actividades contestadas, así como evidencias de lo aprendido. La muestra consistió en adolescentes de 11 a 14 años de una institución de educación pública de Chile. En cuanto a los resultados se concluyó que *“hubo un aprendizaje significativo, las recomendaciones se llevaron a cabo, evidenciándose con videos y fotografías. Es importante generar instancias donde se pueda orientar y educar en temas de alimentación y nutrición”* (Olivares & Chávez, 2019, s/p).

Esta investigación se añadió al presente trabajo, ya que mide la influencia que tiene una red social sobre la alimentación de las y los adolescentes, sin embargo, la estrategia cambia un poco con respecto a las anteriores, debido a que puede considerarse que la población muestra puede manipularse tomándolo como un compromiso el aceptar participar en este estudio, y por ende cumplir con lo que se les pidió.

La investigación con título: Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable elaborada por Míguez, 2019, en Madrid, España en la Universidad Pontificia Comillas, donde el marco teórico estuvo constituido por la importancia de la alimentación saludable, características de la generación *millennial* y generación Z, hábitos de consumo alimentario, redes sociales; donde se menciona lo siguiente *“para que la alimentación saludable influya en la población, una forma adecuada son las redes sociales. Las publicaciones en sus páginas y cuentas influyen de forma barata, fácil y rápida para adoptar un comportamiento saludable siguiendo los consejos que indican”* (Míguez, 2019, p. 15).

La metodología que utilizó fue observacional, revisaron cuentas de *Facebook* e *Instagram* donde se publicaba contenido que promociona una dieta “*healthy*”, que incluye recetas saludables y comida sana; a su vez se realizó una encuesta *online*, que fue distribuida en *Facebook* y otros medios electrónicos, dicho cuestionario lo realizaron en la página web [onlineencuesta.com](http://onlineencuesta.com).

El cuestionario estuvo enfocado en 232 personas con un rango de edad de 18 a 35 años, dividió las preguntas en tres partes: la primera iba relacionada a si el encuestado seguía alguna cuenta de comida saludable y procedió a averiguar el grado de influencia que estas cuentas de comida presentaban sobre el comportamiento alimentario. La segunda parte iba relacionada al grado del conocimiento nutricional que tienen las y los jóvenes adultos, para este apartado utilizó un cuestionario sobre nutrición obtenido de la página web [www.renc.es](http://www.renc.es). En la tercera parte se interrogó acerca de la alimentación saludable que presentaban diariamente, además de indicar el peso y altura para analizar si presentan algún tipo de malnutrición.

Entre los resultados encontró que *“las redes sociales sí influyen en la alimentación de sus seguidores, sobre todo en la intención de hacer recetas y en la influencia de las cuentas de comida saludable en la alimentación. Sin embargo, influyen en menor medida en el conocimiento nutricional y no influyen en nada en el Índice de Masa Corporal”* (Míguez, 2019, p. 35). Esta investigación tiene relevancia, para conocer el tipo de metodología que fue empleado y conocer los resultados.

La tesis titulada Alimentación en adolescentes: propuesta de educación sanitaria en Instagram fue elaborada en 2018 por Altisent, en la universidad de Lleida ubicada en Belaguer, España, con el objetivo de *“crear un programa de*

*educación para la salud sobre alimentación mediante Instagram en adolescentes que cursan educación secundaria en la ciudad de Balaguer, España* (Altisent. 2018, p. 26).

Dentro del marco teórico mencionó las características de la adolescencia, así como la preferencia alimentaria que tienen las y los adolescentes donde menciona que *“el comportamiento alimentario de los adolescentes está determinado por dos tipos de factores: Externos (entorno familiar, amigos, etc.) e Interno (necesidades fisiológicas, imagen corporal, preferencias, etc.)”* (Altisent 2018, p. 6). Abordó los problemas de una mala nutrición que puede desarrollar la y el adolescente, así como el uso que les dan a las Tecnologías de la Información y Comunicación, incluyendo redes sociales, sobre todo en esta etapa.

La metodología que utilizó fue un estudio comparativo antes-después de una intervención educativa aleatoria; la población seleccionada fueron 947 alumnos de 12 a 16 años de los Centros educativos de Balaguer, a los cuales los padres concedieron el permiso de participar en la investigación. Para obtener la información se realizaron tres cuestionarios: 1. Test de evaluación de preferencias, intenciones de conducta y consumos alimentarios *“cuestionario elaborado específicamente para la investigación y obtenido a través de la tesis Educación para una correcta alimentación en alumnos adolescentes, 2013”* (Altisent. 2018, p. 28); 2. Cuestionario adicción a las redes sociales, y, 3. Encuesta de satisfacción.

Durante la intervención llevó a cabo medición de parámetros antropométricos de las alumnas y los alumnos, para la creación de la cuenta de *Instagram* y el contenido publicado en la misma, siguieron algunas recomendaciones, entre ellas, que los contenidos deben ser tomando en cuenta la edad y el conocimiento del

grupo al que va dirigido y además de ciertas recomendaciones nutricionales de la estrategia NAOS<sup>3</sup>.

*“La bibliografía analizada muestra que no existen estrategias claras e innovadoras dirigidas estrictamente a los adolescentes que estimulen actitudes críticas para identificar potencialidades y riesgos en materia de promoción a la salud. Instagram puede ser una herramienta de empoderamiento para estimular actitudes y conocimientos que faciliten la adquisición de hábitos saludables” (Altisent, 2018, p. IV).*

Esta investigación resalta la creación de una cuenta mediante una red social en la cual se compartía contenido relacionado a la alimentación, estuvo diseñada para que las y los jóvenes comenzarán a seguirla y mediante esto, poder observar si tenían algún cambio en su comportamiento alimentario debido a la información que estaban leyendo, por lo que se relaciona con el tema central de la actual investigación, además de servir como orientación acerca de los instrumentos que se utilizaron así como brindar un análisis de la influencia de redes sociales y educación alimentaria.

El trabajo de investigación titulado Influencia en las redes sociales y sitios web en los hábitos alimentarios de los adolescentes entre 15-17 años del Colegio fiscal Guayllabamba-Pichincha-Ecuador, 2017, fue elaborado por Hidrobo & Sánchez, (2018). En el marco teórico describen la definición de redes sociales, sus características, cuáles fueron las más utilizadas, también mencionaron la relación entre éstas y la adolescencia; cuánto tiempo invirtieron las y los jóvenes en ellas y cuáles son los hábitos y preferencias alimentarias.

---

<sup>3</sup> Estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad), estrategia de salud que tiene como meta invertir la tendencia de la prevalencia de la obesidad mediante el fomento de una alimentación saludable y de la práctica de actividad física y con ello, reducir sustancialmente las altas tasas de morbilidad y mortalidad atribuibles a las enfermedades no transmisibles (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, 2021, s/p).



*“La adicción al uso de redes sociales crea una gran influencia en los jóvenes, ya que en innumerables ocasiones llegan a modificar sus hábitos y formas de vida (Córdoba, 2015, s/p citado por Hidrobo & Sánchez, 2018, p. 23), aunque no sea de manera explícita, a través de internet se recibe patrones de comportamiento, conductas a seguir y recomendaciones, que en ocasiones pueden ser poco saludables acerca de la dieta y las conductas de alimentación” (Orozco, 2013, s/p citado por Hidrobo & Sánchez, 2018, p. 24).*

La metodología que emplearon fue cuantitativa descriptiva y se realizó con 354 estudiantes, pertenecientes a cuarto, quinto y sexto de nivel bachillerato del Colegio Fiscal de Guayllabamba. Se aplicó un cuestionario para la recolección de datos que consistió en una encuesta con 19 ítems en dónde preguntaban el uso que daban las y los adolescentes a redes sociales, cuánto tiempo pasaban en ellas y cuáles redes utilizaban con mayor frecuencia. Otro cuestionario estuvo dirigido a conocer la información alimentaria, si seguían cuentas en las cuales se publicará contenido alimentario y si ponían en práctica lo que visualizaban en redes sociales.

El resultado fue que:

*“los adolescentes no habían sido influenciados en sus hábitos alimentarios por la información obtenida en la red, aunque se ha demostrado en varios estudios que ser parte de grupos virtuales y de redes sociales son un factor importante para las personas y su estilo de vida” (Hidrobo & Sánchez, 2018, p. 36).*

En cuanto al género, *“las mujeres presentan mayor porcentaje de uso y aplicación de la información que obtienen en redes sociales y sitios web, además son más afines a volverse seguidoras donde imparten información sobre alimentación” (Hidrobo & Sánchez, 2018, p. 40).*

Esta investigación fue realizada en adolescentes, dónde se pretendió buscar que tanto influía en su conducta alimentaria las publicaciones que observaban en redes sociales, relacionándose directamente con el tema de esta tesina y la información recabada pudo ayudar como base para la metodología empleada, así

como identificando algunos instrumentos que ayudaron a la obtención de los resultados.

En el análisis de la investigación: Las redes sociales y su influencia en los hábitos saludables de alimentación y ejercicio, en los jóvenes universitarios en la ciudad de Cali realizada por Montoya en 2017, definió dentro del marco conceptual las redes sociales e *influencers* y/o líderes de opinión donde refirió lo siguiente “*los influenciadores surgieron con las redes sociales, tales como YouTube, Instagram y Facebook, convirtiéndose en los personajes principales de dichas plataformas, cada líder de opinión tiene un tema y un estilo de vida por mostrar*” (Montoya, 2017, p. 33). Además de características de hábitos saludables, generalidades de la alimentación y actividad física.

La metodología que se utilizó fue de tipo cualitativa, mediante una investigación analítico-descriptiva, revisó *Instagram* como una de las redes sociales más utilizadas por las y los jóvenes, debido a que es en esta plataforma donde se puede encontrar publicaciones del tipo de interés de la investigación. La muestra se seleccionó mediante los siguientes criterios “*que usen Instagram como su red social principal, más de 200 mil seguidores, latinoamericanos, reconocimiento de los medios masivos de comunicación, que sus contenidos estén dirigidos a la población joven*” (Montoya, 2017, p. 46).

Para la recaudación de los datos, se tomó en cuenta que:

*“Para poder describir las fuentes de información con mayor reconocimiento social en temas relacionados con hábitos saludables, se realizaron 23 entrevistas a jóvenes universitarios pertenecientes a cuatro diferentes instituciones universitarias de la ciudad de Cali. Para poder identificar cuáles son los contenidos publicados por parte de las fuentes con reconocimiento social, se observaron los perfiles de Sascha Fitness, Mago Fit y José Fernández, y se analizó los contenidos que había en común por parte de*

*estos tres personajes, para poder descifrar cuales son los temas que tienen más inclinación para formar a sus seguidores” (Montoya, 2017, p. 46).*

Después de analizar esos perfiles llegó al siguiente resultado; *“Sascha de 20 publicaciones 15 son de consejos sobre nutrición, Mago en cambio publica frases motivacionales y que el físico es temporal, José Fernández busca combatir la obesidad y viaja brindando asesoría nutricional, publica contenido sobre motivación con consejos nutricionales” (Montoya, 2017, p. 98).*

Debido a esto, concluyó que las redes sociales pueden influir en las personas, ya que las y los estudiantes universitarios sí modificaron su conducta a través de las y los líderes de opinión anteriormente mencionados, *“la influencia de las redes sociales es cierta, mientras las personas estén interesadas por su propia voluntad en estos temas (...) es posible afirmar que las personas que siguen a estos líderes tienen interés sobre hábitos saludables” (Montoya, 2017, p. 120).*

Se integró esta tesis debido a la relación que guarda con el tema central de la presente investigación, ya que consistió en identificar *influencers* y sobre todo analizar el tipo de contenidos que publican y cómo estos tienen influencia sobre las personas que siguen sus cuentas, por lo que revisar su metodología resulta de interés para identificar posibles instrumentos o formas para obtener resultados satisfactorios.

La investigación titulada el Uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional, elaborada por Lemos, Longato, Masci & Mendoza en el año 2016 en la Universidad de Buenos Aires utilizaron un marco teórico donde hacen mención sobre la utilización del internet y la definición de las redes sociales, hablaron de las características de las redes más

utilizadas por las y los jóvenes y de qué manera el ciberespacio puede ayudar en el aprendizaje.

Con respecto al espacio digital refirieron que *“permite romper con el monopolio del profesor como fuente principal de conocimiento, realizar búsquedas, análisis y reelaboración de informaciones obtenidas en redes sociales y aumentar la autonomía de la persona”* (Lemos, Longato, Masci & Mendoza, 2016, p. 11). En cuanto a la educación alimentaria especifican las y los nutriólogos quienes son encargados de realizar esta acción y la tendencia de ser *“fit”*, lo cual se caracteriza por *“un estilo de vida que consiste en una alimentación equilibrada, entrenamiento y descanso adecuado, esta tendencia llegó a varios países gracias a las redes sociales”* (Lemos, et al, 2016, p. 14).

La metodología consistió en un estudio transversal y descriptivo. Fue llevado a cabo mediante la recolección de datos de la población de dicho lugar, en las que se les preguntó los perfiles de redes sociales más populares y la confianza que tienen las personas sobre esos contenidos publicados en dichas cuentas. De acuerdo a las respuestas de las encuestas que se aplicaron a la población en general y siguiendo ciertos criterios de inclusión y exclusión, realizaron un estudio descriptivo seleccionando 6 cuentas de *Facebook* y 6 de *Instagram*, y aplicaron 881 encuestas a través de formularios de *Google* que fueron compartidos en los perfiles personales de las autoras (Lemos et al, 2016).

Los resultados mostraron que, de las encuestas analizadas, el 98% de las personas utiliza redes sociales y de esta misma población el 82% sigue cuentas que se relacionan con la salud o alimentación, así mismo el 71% valoró que un profesional de la salud publique esos contenidos. Esta investigación resulta de

interés debido a que se relaciona directamente con el título de la presente investigación, por lo que fue necesario conocer el método empleado para la recolección de datos y sobre todo los resultados para plantear la mejor estrategia de la metodología de la presente tesina.

Se concluye que a lo largo de este apartado se hizo mención de la relación que tuvieron las redes sociales digitales con la alimentación en adolescentes, indagando sobre los perfiles que siguen dentro de estas aplicaciones, dedicados a la publicación y/o promoción de hábitos alimenticios y nutricionales. Para la recolección de datos, se utilizaron encuestas elaboradas por las y los autores, donde preguntaron el estilo de vida de la población, dando hincapié a los hábitos alimenticios; cuál de las redes sociales era su favorita y el tiempo que pasaban navegando en ellas, así como páginas y/o perfiles de contenido alimenticio y nutricional que seguían las y los adolescentes, incluso se encontraron investigaciones donde crearon su propio perfil para compartirles información alimentaria y analizaron la influencia sobre los sujetos de estudio.

La importancia de haber revisado estos trabajos permitió dar una base para elegir la metodología que ayudó a la obtención de resultados que comprobaron o rechazaron la hipótesis planteada en el presente estudio, resultó interesante descubrir que en algunas investigaciones no se dieron los resultados satisfactorios a lo que esperaban encontrar, ya que no se demostró que los sujetos de estudio se dejaran influenciar por lo que observaban en redes.

El objetivo general de la presente tesina fue analizar el uso y consumo de las redes sociales digitales sobre el contenido que visualizan las y los estudiantes en temas de alimentación y nutrición, permitiendo tener elementos que contrasten en

la educación alimentaria y nutricional que reciben en la preparatoria, evaluando si ello, les permite tener criterios sólidos para valorar la información y datos en internet, así como la percepción sobre sí mismos basados en los estereotipos de belleza que se publican en estos medios web. El estudio se dirigió a adolescentes de quinto semestre con la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria de la “Preparatoria Villanueva”.

A partir de esto se desprenden los tres objetivos específicos:

1. Conocer el origen, características y funciones de las redes sociales como medios de información y publicidad en temas de alimentación y nutrición, además de profundizar en el tema de las y los *influencers* como personajes que suelen idealizarse, enfocando la atención a las y los que hablan de temas alimenticios.
2. Conocer los aspectos teóricos de la educación alimentaria y nutricional, así como las características, cambios durante la adolescencia y la vulnerabilidad a conductas de riesgo relacionados a la alteración de la conducta alimentaria
3. Evaluar si la educación alimentaria que reciben las y los adolescentes en su formación preparatoria les permite tener criterios sólidos para valorar la información y datos que consumen en las redes sociales digitales y la publicidad de *influencers* alimenticios.

Una vez planteados los objetivos surgieron dos hipótesis:

- 1) La educación alimentaria y nutricional que recibieron las y los adolescentes dentro de la formación para el trabajo de higiene y salud comunitaria, no les brindó las herramientas adecuadas para tener criterios sólidos que discernan sobre el contenido alimenticio que visualizan en redes sociales.

2) Las publicaciones sobre alimentación y nutrición que observan las y los adolescentes en redes sociales digitales, tienen influencia sobre la forma en la que perciben su aspecto físico, basado en los ideales de belleza impuestos por la sociedad.

Uno de los ejes centrales en los que se basa esta investigación fueron redes sociales, éstas *“son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”* (Celaya, 2008 s/p citado por Hutt, 2012, p. 123). Esto se refiere al acceso a una plataforma digital mediante la creación de una cuenta de usuario a través de un correo electrónico y contraseña. Una vez formado el perfil personal se pueden agregar datos básicos como el nombre de la persona, fecha de nacimiento, intereses, fotografía del contacto, etc.

*“Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas (...) las redes sociales seguirán siendo uno de los medios de comunicación masiva más importantes, debido a sus características y a las opciones que ofrecen a sus usuarios”* (Hütt, 2012, p. 121).

Las redes sociales fueron creadas desde hace algunos años y así como han ido apareciendo nuevas plataformas de igual forma han ido desapareciendo otras; *“Surgieron las redes sociales, cuyo origen se remonta en 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio web classmates.com, con el fin de la que gente pudiera mantener contacto con algunos compañeros del Colegio, etc.”* (Boletín Gobierno Corporativo, 2014, p.1).

El segundo eje central fue la educación alimentaria y nutricional, al hablar de educación se refiere al;

*“Proceso de comunicación orientado sistemáticamente e intencionalmente hacia la realización de objetivos, fijados con anterioridad o ajustados sobre la marcha y cuyos componentes esenciales son: la persona que debe educarse, el educador, el “mensaje”, el ambiente educativo y las numerosas interacciones entre estos diferentes factores” (De Ketele, 1984, p. 5).*

De esta forma, se define la educación alimentaria a la enseñanza de estrategias, dirigido a un grupo de personas o de manera individual, para que puedan reconocer qué alimentos favorecen su estado de salud y cuáles podrían enfermarlos, así como a tener un equilibrio en su ingesta alimentaria, incluyendo alimentos de todos los grupos como lo marca la *Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación.*

Es por ello, que la educación alimentaria y nutricional engloba la ingesta de alimentos, pero tomando en cuenta aquellos que realmente aporten los macro y micronutrientes necesarios para el correcto desarrollo y funcionamiento del organismo, dirigida *“como una serie de actividades de aprendizaje cuyo objeto es facilitar la adopción voluntaria de comportamientos alimentarios y de otro tipo, relacionados con la nutrición que fomenten la salud y el bienestar” (American Dietetic Association (ADA), 1996, s/p).*

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), *“la educación nutricional no contempla sólo la difusión de información acerca de los alimentos y sus nutrientes, sino que también proporciona las herramientas para saber qué hacer y cómo actuar para mejorar la nutrición” (FAO, 2021, s/p).* Por ende, va más allá de la explicación sobre nutrientes necesarios para la fisiología, sino que también se enfoca en que el individuo sea capaz implementar sus conocimientos bajo las normas del manejo higiénico de



alimentos y sobre todo preparaciones saludables con aquellos que son ricos en macro y micronutrientes, incluyendo todos los grupos como se menciona en el plato del bien comer, promoviendo que la ingesta esté basada en las leyes de la alimentación; inocua, suficiente, equilibrada, adecuada, variada y completa.

*“La educación nutricional proporciona las capacidades necesarias para que las personas puedan: alimentarse y alimentar a su familia en un modo adecuado; obtener alimentos adecuados a precios asequibles; preparar alimentos y comidas saludables que sean de su agrado; reconocer las malas elecciones alimentarias y cómo resistir a éstas” (FAO, 2021, s/p.).*

El tercer eje central fue la adolescencia, la cual es un proceso donde se desarrollan una variedad de cambios tanto físicos como emocionales y sociales, marcando un antes y un después en la vida del individuo. Se puede considerar una etapa de vulnerabilidad ya que él y la joven están forjando su identidad buscando aceptación de personas fuera de su núcleo familiar, en ocasiones, llevándolos a situaciones en las que pueden comprometer su bienestar físico y mental.

*“La adolescencia es el periodo de tiempo entre el inicio de la pubertad y el final del crecimiento y desarrollo físico y psicosocial. Es una etapa con características y necesidades propias (...). Es la época más sana de la vida desde el punto de vista físico, pero el adolescente está expuesto a muchos riesgos y diferentes problemas de salud. Los profesionales sanitarios deben conocer el desarrollo puberal y psicosocial, así como las posibles variaciones dentro de la normalidad y cuáles son las necesidades en salud y formas de enfermar del joven, estimulando la resiliencia o factores protectores y evitando los factores de riesgo para la salud” (Güemes, Ceñal & Hidalgo, 2017, p. 233).*

La y el adolescente forman grupos de pares buscando su independencia, por lo que se convierten muchas veces en un grupo vulnerable que puede ser fácilmente influenciado, en ocasiones, cometiendo conductas de riesgo, ya que existe la preocupación por su físico y ser atractivos para el sexo afín a sus gustos. Dejando

claro la importancia de cuidar las prácticas de su entorno, tratando de promover acciones que contribuyan a un desarrollo armonioso.

El presente trabajo de investigación utilizó una metodología cualitativa mediante un estudio de caso, en el cual se analizó la influencia que tienen las publicaciones compartidas en redes sociales acerca de alimentación y nutrición; y si éstas sirven como una herramienta que pueda proporcionar información adecuada o certera, o si por el contrario contribuyen a promover desinformación en la población. En un estudio de caso;

*“Se espera que abarque la complejidad de un caso particular (...) Estudiamos un caso cuando tiene un interés muy especial en sí mismo. Buscamos el detalle de su interacción en sus contextos. El estudio de casos es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes” (Stake, 1999, p. 11).*

En otras palabras, *“el caso puede ser (...) un aula, una institución, un programa, una política, un sistema” (Simons, 2011, p. 21). Se eligió el tipo de metodología cualitativa, ya que ésta consiste en “la construcción o generación de una teoría a partir de una serie de proposiciones extraídas de un cuerpo teórico que servirá de punto de partida al investigador (...) se puede tomar una muestra teórica conformada por uno o más casos” (Martínez, 2006, p. 169).*

La temporalidad en la que se llevó a cabo el trabajo de campo fue en el periodo 2022-2023. Los sujetos de estudio fueron 35 estudiantes de la preparatoria Villanueva, ubicada en el municipio del mismo nombre en el estado de Zacatecas, México; el criterio de inclusión fue que se encontrarán cursando el quinto semestre de la educación media superior y que hayan elegido la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, que se encuentra relacionada directamente a la salud y la cursan desde el tercer semestre, como marca el programa de estudios de la

Dirección General de Bachillerato (DGB). Comienza con “*principios básicos de anatomía, fisiología y epidemiología (tercer semestre); Salud pública y nutrición (cuarto semestre); Práctica en salud I y salud sexual y reproductiva (quinto semestre)*” (DGB, 2018, s/p).

La recolección de datos se basó en las siguientes etapas:

1. Se pidió permiso a la institución educativa y posteriormente la directora del plantel dio su autorización, ambos procesos fueron a través de oficios (anexo A y B), para poder investigar el contexto interno y externo de la misma, así como de aplicar las encuestas a las y los estudiantes.
2. Se aplicaron dos cuestionarios (anexo C y D), dónde se reunió información personal, como edad, sexo, talla y peso, siempre respetando la confidencialidad, para ello, se incluyó un consentimiento informado, donde aceptaron llenar de manera voluntaria ambos cuestionarios, teniendo claro que los datos fueron totalmente anónimos, omitiendo su nombre para que pudieran sentirse en libertad de contestar correctamente las preguntas, además de respetar su integridad.

Los reactivos de los cuestionarios se dividieron de la siguiente forma: el primer cuestionario trataba de la actividad en redes sociales digitales, cuál era su favorita, tiempo y frecuencia de uso, finalidad para navegar en redes sociales, perfiles que siguen relacionados con la alimentación y nutrición. Por otro lado, el segundo cuestionario se enfocó en las percepciones de su imagen corporal, las publicaciones que ven en redes sociales, estereotipos de belleza, actividad física que realizan, frecuencia, finalidad, etc.

Una vez que se aplicaron estas encuestas, se pudo observar que aún faltaban preguntas para dar una mejor interpretación de los datos, es por ello, que

se decidió pedirles en otro momento que respondieran en una hoja de papel las siguientes preguntas: perfiles sobre alimentación que sigues en redes sociales, criterios que utilizas para elegir seguir un perfil sobre alimentación, qué entienden por los conceptos: plato del bien comer, dieta, carbohidratos, lípidos, proteínas, suplementos alimenticios. Una vez que respondieron las preguntas se les pidió entregar la hoja para poder analizar sus respuestas.

A continuación, se describe brevemente lo que se abordó en cada capítulo de la presente tesina. El Capítulo I titulado *redes sociales digitales, publicidad e imagen corporal como influencia en la conducta alimentaria de las y los adolescentes*, trata sobre la diferencia entre las redes sociales y redes sociales digitales, tomando como referencia los vínculos que se hacen entre un individuo y otro; y a su vez como se entrelazan con grupos de personas, en cambio, al integrar el término “digital”, se refiere a esta misma interacción pero a través de dispositivos móviles con acceso a internet; se integran estadísticas de las plataformas más utilizadas en México, dentro de ellas surgen *influencers* que deciden opinar sobre temas de alimentación y nutrición, así como la publicidad relacionada a estereotipos de belleza que pueden repercutir en la percepción de la imagen corporal de las y los adolescentes.

Dentro del Capítulo II: *Educación alimentaria y nutricional; importancia durante la adolescencia*, se describen los términos de nutrición, alimentación y se habla sobre las diferencias entre los conceptos de educación alimentaria y el de educación alimentaria y nutricional, por otro lado, se explica la adolescencia y cada uno de los cambios que surgen en esta etapa, ya que involucra aspectos tanto físicos como cognitivos, hormonales, emocionales y sociales; esta información

ayuda a comprender mejor cómo las publicaciones de redes sociales digitales pueden influir o no, en el desarrollo de las y los estudiantes durante esta transición.

Por último, en el Capítulo III *educación alimentaria y nutricional; consumo de información en redes sociales digitales*, se muestran los resultados de las encuestas que se les aplicó a las y los estudiantes, dando respuesta a los objetivos y con la información recabada se pudieron rechazar o aprobar las dos hipótesis planteadas en esta investigación. También se analizó si realmente las y los estudiantes con la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria cuentan con la educación alimentaria correcta, de acuerdo con las bases que se plantean en el programa de estudios de dicha formación. Finalmente, se cierra esta tesina con las conclusiones del estudio.

## CAPÍTULO I.

### **REDES SOCIALES DIGITALES, PUBLICIDAD E IMAGEN CORPORAL COMO INFLUENCIA EN LA CONDUCTA ALIMENTARIA DE LAS Y LOS ADOLESCENTES**

Dentro de este capítulo se habla sobre las diferencias que existen entre una red social y una red social digital; ya que, al basarse en algunos autores, estos conceptos se pueden interpretar de distinta manera. Se definen las características que cada una de ellas presentan y se aborda, detalladamente, la clasificación de redes sociales digitales y cuáles son las que presentan mayor porcentaje de cuentas activas entre la población mexicana, principalmente en adolescentes, así como también la relación entre un *influencer* y alimentación.

En la actualidad, se vive en una era en la que los dispositivos móviles se convirtieron en un artefacto indispensable para realizar actividades cotidianas de una gran parte de la población; y es mediante estos aparatos que se puede estar conectado a diferentes redes sociales digitales, que permiten desde interactuar con personas cercanas al individuo, hasta vincularse con personas que no forma parte del mismo entorno social, familiar o laboral.

Algunas de estas plataformas, desde años atrás, ya contaban con gran popularidad, y es que hay un sinnúmero de ellas con diferentes características y algunas otras en común. A finales del 2019, se desató una pandemia mundial, lo que hizo que las personas se aislaran para preservar su salud por lo que, para poder llevar a cabo las acciones indispensables como el trabajo y actividades escolares, se

buscaron plataformas *online* que permitieran realizar dichas necesidades, haciendo que los dispositivos móviles fueran necesarios y dando mayor peso a las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC).

Al hacer mayor uso de las TIC y encontrarse en una situación de aislamiento social, se pudo apreciar que algunas personas comenzaron a compartir detalles de su día a día, por ejemplo, rutinas de ejercicio para motivar a las personas a entrenar en casa, y de este modo, hacer más llevadero el confinamiento, otras y otros compartían recetas de cocina, consejos y/o motivación personal, anécdotas, chistes, etc., ganando popularidad y acumulando miles o incluso millones de seguidores en varias de sus redes sociales digitales.

### **1.1 Redes sociales y sus características en la sociedad**

Para la evolución, el ser humano necesita crear una relación de afecto, comunicación y compañerismo con otras y otros de su misma especie, de este modo, sentirse como miembro de una comunidad; *“desde el comienzo de la humanidad el hombre ha necesitado un orden social el cuál se provocó (...) gracias a la interacción entre individuos (...) Este proceso de intercambio ha evolucionado (...), de ahí la aparición de redes sociales”* (Gallego, 2016, pp. 146-147).

Una red social se entiende como esa conexión que se da directamente entre individuos, en la cual se comparte todo tipo de experiencias y da como resultado la creación de grupos sociales, el hombre y la mujer por naturaleza son seres que gustan de interactuar con las y los demás, para ello, una red social se define

entonces como “*el conjunto de relaciones humanas que tienen un impacto duradero en la vida de cualquier persona*” (Abello & Madariaga, 1999, pp. 118-119).

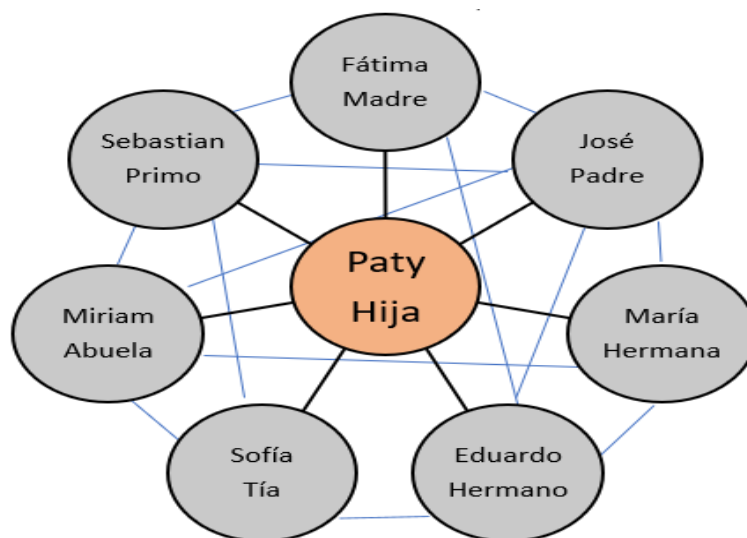
Por lo tanto, la formación de redes sociales es de suma importancia para el desarrollo de la identidad y la salud emocional de una persona, el sentirse acompañado, poder expresar sus emociones y formas de pensar, al mismo tiempo escuchar las ideas y estilo de vida de otro individuo puede resultar enriquecedor, ya que contribuye a ampliar el conocimiento, entender diversas problemáticas de la vida diaria y cómo poder resolverlas de la mejor manera.

La primera red social que se tiene es con la familia, posterior a esto, están esas conexiones con vecinos, maestros, compañeros de clase, instituciones de salud, entre otras, las cuales prestando sus servicios ayudan a que el sujeto siga su desarrollo de una manera saludable, logrando que esos vínculos que se obtienen con personas de la misma comunidad sean indispensables para la sobrevivencia.

Para explicar de mejor manera la teoría de redes sociales, la cual habla de estas interacciones necesarias para la cotidianidad de los individuos, Monsalve (2008), elaboró de manera gráfica un esquema, para identificar cómo se logran formar estas relaciones en la sociedad, se considera pertinente realizar un ejemplo basado en el trabajo de dicho autor, representado en la Figura 1.



Figura 1. Red social familiar



Fuente: elaboración propia a partir de Monsalve, 2008, p. 1

En la Figura 1, se puede observar que Paty (personaje principal) tiene una relación directa con cada uno de los integrantes de su familia, sin embargo, a su vez estos individuos tienen un vínculo entre cada uno de los demás miembros, formando un tejido de conexiones, brindando armonía necesaria para el correcto desarrollo socioemocional tanto de Paty, como de cada uno de ellos, es así cómo se construye una red social.

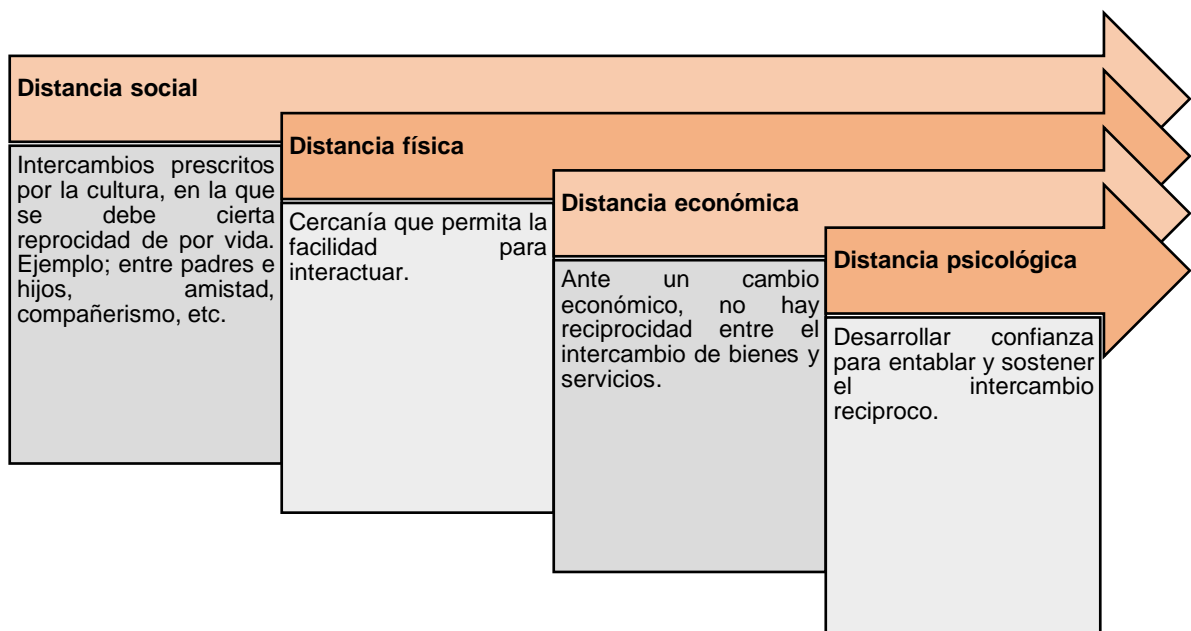
Naturalmente, habrá personas con las cuales se desarrolle en mayor medida la confianza y se logre sentir un estado de seguridad y empatía. Estas redes proporcionan dos tipos de apoyo: emocional e instrumental. *“Apoyo emocional se brinda en la pérdida de un familiar, enfermedad grave y la ayuda instrumental proporciona dinero, varios servicios e información necesaria”* (Abello et al., 1999, p. 122). Por lo tanto, la interacción con las y los demás integrantes de una sociedad es necesaria tanto por los afectos que contribuyen a ayudar ante una situación

complicada, así como, para obtener algún bien o servicio como la construcción de una casa, comprar un mueble, arreglar el automóvil, confección de ropa, etc.

Por ello, se entiende que la importancia de socializar es brindar mutuamente un sostén, ya sea a manera de protección, consuelo, ampliar el conocimiento, monetario, adquisición de bienes y cuidado personal (salud), entre otros, todo esto contribuye a que el individuo pueda sentirse aceptado y miembro de una sociedad. Incluso se ha demostrado que aquellas personas que se aíslan son más propensas a desarrollar trastornos mentales como insomnio, ansiedad y depresión (Ramírez, Castro, Lerma, Yela & Escobar, 2020).

La creación de un vínculo social forma parte importante de la vida de cualquier individuo. En la Figura 2, se explica la clasificación realizada por Lomnitz (1981), donde se mencionan los factores que determinan las redes sociales.

*Figura 2. Factores que determinan el vínculo social*



Fuente: elaboración propia a partir de Lomnitz, 1981, citado por Abello *et al.*, 1999, pp. 123-124.

La información de la Figura 2, refiere las características que propician llevar a cabo una red social constructiva, es recomendable mantener reciprocidad con las y los demás, tanto en el ámbito emocional, que incluye vigilar el bienestar de las personas cercanas y a su vez que la vivienda se encuentre en distancias cortas para que sea de fácil acceso el intercambio de experiencias, así como el pertenecer al mismo nivel socioeconómico donde el contexto cultural sea similar. Todo este tejido social no podría llevarse a cabo sin sentir seguridad, confianza y empatía con las y los demás.

Sin embargo, la ciencia y tecnología han avanzado a pasos agigantados dando paso a que esa necesidad que tiene el ser humano por interactuar con otras personas pueda realizarse de forma más sencilla, e incluso sin la necesidad de estar a distancias cortas, ya que con la aparición del Internet y la innovación de distintos dispositivos móviles, han sido creadas diversas aplicaciones digitales, que contribuyen a la formación de vínculos entre personas de diferentes contextos socioculturales, estas conexiones se llevan a cabo gracias a las redes sociales digitales.

### **1.1.1. Redes sociales digitales**

Como se mencionó anteriormente, el ser humano presenta una necesidad por relacionarse con otras personas y crear diversos vínculos para la supervivencia y desarrollo de la propia especie, desde siglos atrás comenzaron a crearse diversas técnicas y aparatos que ayudarán a comunicarse y divulgar información. Por ejemplo, desde el comienzo de las grandes civilizaciones se empezó a utilizar la

escritura ayudando a compartir mensajes, plasmar ideas y pensamientos. Después de 1930 surge el fax y el teléfono, y para 1960 se desarrolla el Internet (Hütt, 2012).

Por lo tanto, *“la utilización de tecnologías, en especial internet, se ha usado como herramienta para lograr el cambio, ya que proporciona servicios que se emplean para crear, buscar y utilizar nuevos sistemas de comunicación”* (Gallego, 2016, p. 148). Por ello, la aparición del internet en la sociedad dio paso a una nueva era de información y comunicación. Gracias a esto, se fue innovando teniendo como resultado el surgimiento de redes sociales digitales, que permiten y/o facilitan estar en sintonía tanto con personas cercanas hasta aquellas que se encuentren a kilómetros de distancia, incluso sin conocerse físicamente, sólo por el hecho de sentir afinidad por lo que se expresa a través de los sitios web.

Otros autores describen las redes sociales digitales como *“aquellas herramientas de comunicación que tienen como base la web, se organizan con perfiles personales o profesionales y tienen como objetivo conectar a través de categorías, grupos, etiquetados, etc.”* (Castañeda & Gutiérrez, 2010, p. 18). Lo anterior, refiriendo la diversidad de opciones por las que navegar en estos sitios resulta entretenido, e incluso resulta útil ya que es más fácil y práctico a la hora de buscar e informarse acerca de un servicio o fin en particular.

Una red social digital permite que las personas interactúen y compartan por medio de dispositivos móviles sus gustos, intereses, vida laboral, situación sentimental, incluso imágenes o videos de cualquier tipo. Mediante ellas, se puede relacionar con personas que se encuentran incluso en otros países y observar cómo cambia el estilo de vida de un lugar a otro, costumbres, formas de pensar, tipo de alimentación, infraestructura, etc.

Utilizar alguna red digital es fácil y práctico, se puede buscar la página desde la web o descargar la aplicación directamente al dispositivo móvil. Para crear un perfil basta con agregar un correo electrónico, una contraseña, así como personalizarlo con un nombre de usuario, fotografía de la persona, además de agregar gustos e intereses, información académica y/o laboral, entre otros datos personales, lo que ocasiona que se puedan localizar perfiles de personas conocidas o que algún usuario sienta afinidad y comience a seguir sus publicaciones, llevando a cabo cualquier tipo de interacción posible.

Mediante estas plataformas, se comparte y accede a cualquier tipo de información, *“cada usuario se convierte en autor a través de las publicaciones subidas a el perfil personal”* (Candale, 2017, s/p), debido a que es un medio que permite expresar emociones, entretenimiento, formas de pensar e incluso información laboral, se pueden encontrar perfiles de personas que comparten contenido basado en evidencia científica; como lo son instituciones públicas, profesionistas que desean compartir su conocimiento, o personas preparadas académicamente que mediante sus publicaciones contribuyen a evitar la desinformación, por otro lado, también se encuentran grupos de venta, noticias del día a día, un sinfín de contenido.

Es importante señalar que no todo lo que se comparte es real y que se debe tener cuidado con lo que se publica o se revisa en estos sitios digitales, ya que se puede poner en riesgo el sujeto que comparte demasiada información personal o que confíe en que todo lo que está observando es 100% real; algunas personas las utilizan para crear perfiles falsos, promover la desinformación, estafan, incitan a consumir productos que no tienen validez científica, todo ello con un fin en particular,

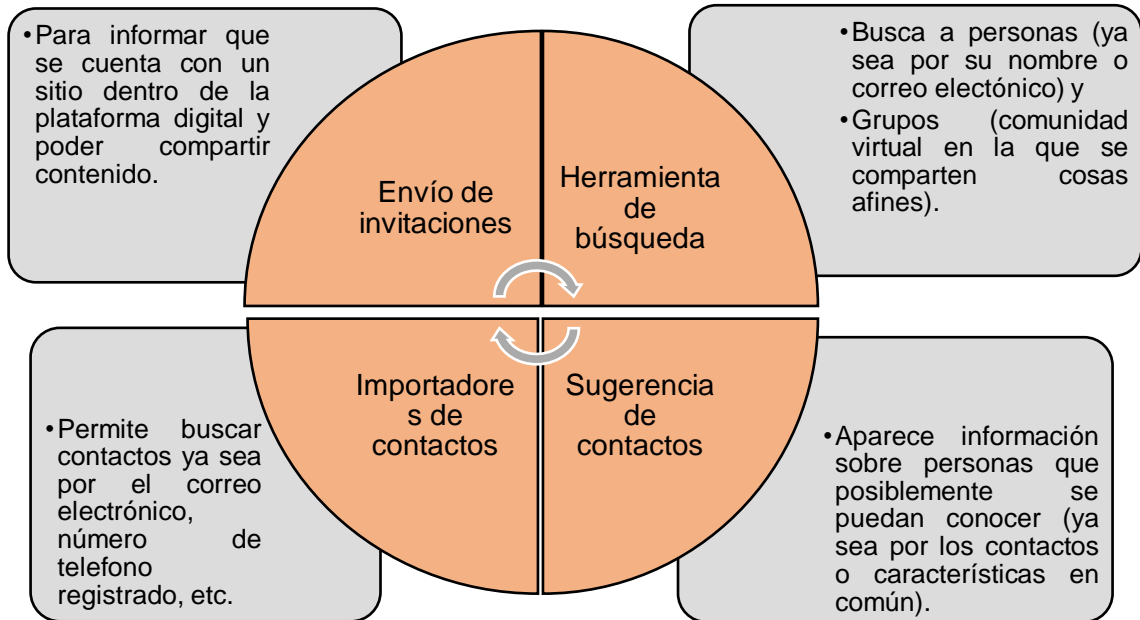
es por ello que todas y todos los usuarios deben ser muy selectivos a la hora de consultar información en la web.

*“Se observa como con el paso del tiempo, los perfiles falsos en Facebook son una herramienta cada vez más común por parte de aquellas personas que realizan un daño. Es decir, en muchos casos los perfiles falsos son el medio a través del cual se cometen delitos como injurias, extorsiones, amenazas y estafas” (Temperini & Macedo, 2015, p. 187).*

Entre las utilidades de estos sitios digitales, se encuentra la opción de compartir en el perfil de la o él usuario una publicación que resulte de interés, de este modo, las y los amigos en común pueden observar y lograr una mayor difusión del mensaje, por lo tanto, es importante asegurarse que la información compartida es verídica para no contribuir a la desinformación con noticias falsas, que incluso logren afectar el estado físico o mental de las personas que observan esas publicaciones.

Para tener acceso a la información dentro de las redes sociales digitales, estas cuentan con diversas opciones que facilitan el acercamiento con los perfiles o cuentas de interés, esto se puede lograr buscando de acuerdo con el nombre de usuario, o al registrar el número telefónico, por lo que resulta fácil y práctico conectarse con cualquier persona que se desee. En la Figura 3 se describen algunas de las principales opciones con las que cuenta una red social digital.

Figura 3. Opciones de las redes sociales digitales



Fuente: elaboración propia a partir de Castañeda & Gutiérrez, 2010, pp. 28-29.

Actualmente, se cuenta con una variedad de redes sociales donde se tiene la posibilidad de elegir la plataforma digital que cubra las necesidades del usuario, por ejemplo, si se pretende buscar trabajo se puede descargar *LinkedIn*, si por el contrario se quiere conocer personas para socializar y/o entablar una relación sentimental, está *Bumble* o *Tinder*, para ratos de ocio, noticias, seguir famosos, etc., se utiliza *Twitter*, *Facebook* o *Instagram*, la versatilidad en contenido que tienen éstas es lo que ha logrado que tengan mayor popularidad.

En la Tabla 1, se aprecia la clasificación de las redes sociales digitales según el tipo de contenido que se comparte en cada una de ellas.

Tabla 1. Tipos de redes sociales digitales

Clasificación de redes sociales digitales	Característica
<b>Redes horizontales</b>	Red social digital en la cual se puede compartir cualquier tipo de información; profesional, personal, familiar, entretenimiento, ocio, situación sentimental, cultura, etc. Ejemplo: <i>Facebook</i> .
<b>Redes verticales</b>	Red social digital en la que se comparte un tema en específico, por lo que reúne a sujetos con los mismos intereses en común. Es más, o menos restringido. Ejemplo: <i>Tinder</i> , donde se comparten características personales y fotografías con la intención de entablar una relación ya sea de amistad, de pareja o sexual.
<b>Redes sociales profesionales</b>	Red social digital en la que el profesionista busca aspectos relacionados al campo laboral, puede ser tanto horizontal como vertical, consiste en crear un perfil, además de agregar un <i>curriculum vitae</i> . Ejemplo: <i>Linkedin</i> .

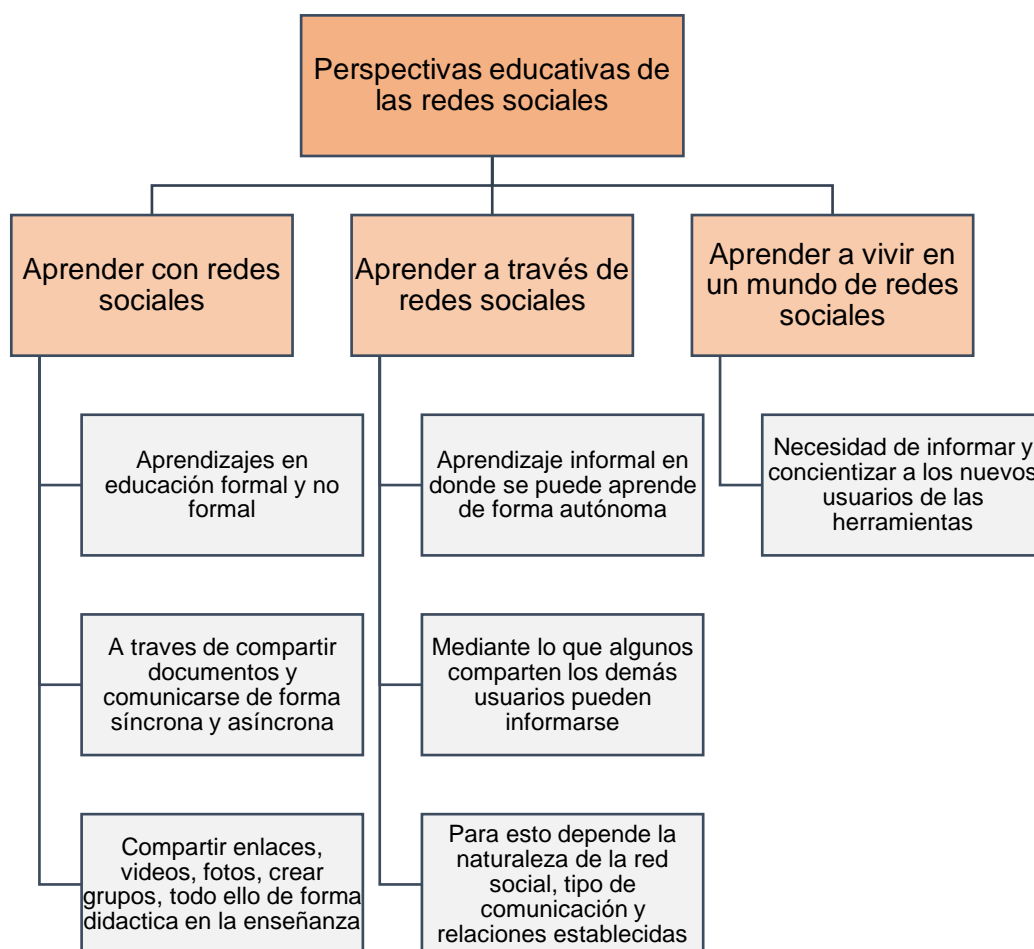
Fuente: elaboración propia, a partir de Leiva, 2009, pp. 16-20

Con el paso del tiempo son más las personas que utilizan dispositivos móviles y esto permite el acceso a plataformas digitales que facilitan la comunicación e interacción con terceros, contribuyen a estar más actualizados con lo que pasa alrededor e incluso realizar trámites de una manera más fácil y rápida, la era digital llegó para quedarse e ir actualizándose cada vez más, sin embargo, es importante también crear consciencia sobre la manera de proteger la identidad personal.

A partir de la revisión documental, se demuestra que el ser humano tiene una atracción por aplicaciones digitales debido a la necesidad de relacionarse con las y los demás, pero viendo un poco más allá, surge la siguiente pregunta ¿de todo el contenido que se comparte en ellas, se puede aprender a través de las redes sociales? Para responder esta pregunta, Castañeda & Gutiérrez (2010) agrupan el aprendizaje en tres categorías; mostradas en la Figura 4.



Figura 4. Perspectivas educativas de las redes sociales



Fuente: elaboración propia basada en Castañeda & Gutiérrez, 2010, p. 35

En la Figura 4, se habla de la educación que propician las redes sociales, lo cual está directamente relacionado con el tema de esta investigación, ya que se pretende observar cual es la influencia directa que tienen los y las adolescentes mediante lo que observan en las plataformas digitales, estas “*se han convertido en una herramienta que permite el aprendizaje colaborativo e involucra espacios de intercambio de información que fomentan la colaboración*” (Islas & Carranza, 2011, s/p).

El fácil acceso a la información abre un panorama hacia la oportunidad que permite seguir aprendiendo sobre aquello que habitualmente se observa, para que

al aprendizaje logre ser significativo es necesario que el contenido sea atractivo a la vista del usuario, para ello cualquier creador de contenido se puede ayudar de otras aplicaciones para obtener aquello que se espera, o incluso la misma plataforma puede tener la opción para poder editar y/o decorar la información que se pretende transmitir, entre más llamativa sea la publicación, mayores vistas tendrá.

El mantenimiento de esta era digital permite que las y los adolescentes puedan aprender mediante las experiencias que se comparten tanto de manera física como virtual, ya que *“los jóvenes están aprendiendo en el ámbito relacional y de socialización desde su experiencia y uso de redes sociales. Y en muchos casos juegan un papel relevante en determinados aspectos formativos ligados a conocimientos”* (Pujol, 2018, p.44). Esto último se lleva a cabo principalmente cuando se trata sobre un tema que resulta de interés para ella o él.

Sin embargo, al aprender a través de las redes virtuales se debe tener precaución al compartir información personal, debido a que existen diversos malwares<sup>4</sup> o directamente personas que pueden llegar a ocasionar daños, *“la libertad a la hora de publicar, comentar y opinar hace necesario abordar desde la educación procesos de aprendizaje orientados a un uso seguro y responsable de las redes sociales”* (Castañeda & Gutiérrez, 2010, p. 36).

---

<sup>4</sup> Malware es un programa informático desarrollado por ciberdelincuentes para beneficio propio, que tiene como objetivo sustraer información, afectar o dañar los sistemas informáticos (García, 2017, p.1).

### **1.1.2. Estadísticas sobre usuarios de redes sociales digitales en México**

Para analizar el impacto que tiene la utilización de las redes sociales digitales, es necesario revisar estadísticas que ayuden a comprender el incremento de las y los usuarios; especialmente reconocer aquellas plataformas que en la actualidad tienen mayor popularidad entre las y los adolescentes, ya que el acceso a éstas es cada vez más fácil, entretenido y contribuye a ganar popularidad y aceptación entre la sociedad.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), realiza cada año la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020 en conjunto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), la cual muestra la cantidad de usuarios de dispositivos móviles y redes sociales digitales en México.

Durante el año 2020 se estimó que en México existía una población de 84.1 millones de usuarios de internet, representando el 72.0% de la población mayor a 6 años, mostrando un aumento de 1.9 % de lo registrado en 2019. Entre las actividades que registraron las y los usuarios de Internet, el 89.0% refirió acceder a redes sociales (ENDUTIH, 2020). Demostrando la alta demanda que tienen estas plataformas digitales.

Tabla 2. Usuarios de Internet en México por grupos de edad

Porcentaje de usuarios de internet según la edad	Grupo de edad
90.5 %	18 – 24 años de edad
90.2 %	12 – 17 años de edad
87.1 %	25 – 34 años de edad
37.5 %	55 y más años de edad

Fuente: elaboración propia, basada en ENDUTIH, 2020, s/p.

Los sujetos de interés del presente estudio son las y los adolescentes que se encuentran cursando quinto semestre de EMS los cuales tienen una edad aproximada de 17-18 años, por lo que la Tabla 2, sirve para identificar que dicha población se encuentra dentro de los primeros lugares que usan internet cotidianamente.

Según el estudio realizado por la Asociación de Internet MX, 2021, el 66.1% de los usuarios que navegan en internet, acceden a redes sociales, siendo la actividad que más se realiza en línea. A su vez, el 91.4% refirieron revisar diario las redes sociales. De este modo las y los “usuarios con redes sociales, son atraídos por la dinámica de flujo de información de las mismas. Las personas se informan de noticias y eventos familiares a través de internet, lo que incentiva un mayor uso de las redes” (Asociación de Internet MX, 2021, s/p).

Tabla 3. Uso y/o conocimiento de las redes sociales digitales

Red social	Usuarios con cuenta activa	Usuarios con conocimiento
Facebook	81.9 %	94.8 %
WhatsApp	91.0 %	97.1 %
YouTube	45.7 %	93.7 %
Instagram	36.4%	78.3 %
Twitter	15.6 %	62.9%
Tik Tok	11.2 %	57.3 %

Fuente: elaboración propia basada en el 17° estudio de Asociación de internet, 2021, s/p.

Los datos de la Tabla 3, ayudan a identificar las redes sociales digitales que fueron más usadas por la población mexicana en el 2021, mismas que sirven como referencia para este trabajo de investigación.

*Tabla 4. Publicidad en redes sociales digitales*

<b>Tipo de publicidad vista</b>	<b>Porcentaje de usuarios de internet</b>
Ropa/accesorios/calzado	45.4 %
Alimentación	31.4%
Estilo de vida	16.1 %
Salud	16.5 %

Fuente: elaboración propia, basada en el 17° estudio de Asociación de internet, 2021, s/p.

La Tabla 4 hace referencia a la publicidad que con mayor frecuencia es observada en redes sociales digitales, analizando que el primer lugar es para el contenido que promociona ropa y accesorios, por lo regular éste se centra en modelos perfectamente estilizados y/o curvilíneas, dando pie a un concepto de belleza socialmente aceptable. En segundo lugar, se encuentran posts sobre alimentación; entre los que puede incluir recetas de cocina, fotografía del platillo de algún establecimiento de comida, dieta habitual de alguna celebridad o *influencer*, etc.

La relación que guardan los temas que describe la Tabla anterior con la presente investigación, se centra en el mensaje subliminal que puede traer consigo la publicidad de las marcas de ropa; o incluso la percepción que dejan los anuncios del estilo de vida saludable, en el cual para garantizar la salud se promocionan diferentes tipos de alimentación, puede ser que para una persona si sea el régimen adecuado pero esto no significa que sea el ideal para todos o todas, cayendo en una difusión engañosa y poco saludable llevada a cabo mediante las redes sociales digitales.

### 1.1.3. Redes sociales digitales más utilizadas entre adolescentes

Según la observación directa y basada en las estadísticas del apartado anterior, se habla sobre las características de las redes sociales digitales que utilizan en mayor medida las y los adolescentes, siendo éstas también donde las y los *influencers* suelen publicar su contenido y ganar popularidad. Los sitios web de los que se hizo mención son *Facebook*, *Instagram* y *Tik Tok*, éste último, ganando mayor cantidad de usuarios a partir del 2020, cuando inicio el confinamiento por el COVID-19 (Infobae, 2020 citado por Quiroz, 2020).

*Facebook*. Red digital en la cual se comparten imágenes, textos, vídeos, se crean grupos para reunir comunidades que tengan la intención de conocer o compartir información de un tema en particular, así mismo diversos usuarios crean una página dentro de esta red, para promocionar su negocio, dar a conocer un producto, incluso sobre información personal (principalmente celebridades) o profesional, entre otras. Además de contar con la opción de mensajería privada. La diferencia entre un perfil y una página radica en que en el primero se envían solicitudes de amistad y ser amigas o amigos mutuamente, en el segundo se reúnen seguidores, donde solo uno de los usuarios puede observar el contenido del otro.

*“Facebook apareció en 2004, cuando Mark Zuckerberg la inició para la comunicación interna de los estudiantes de Harvard, y dos años después, la plataforma había alcanzado prestigio mundial. La misión es ayudar a la gente a formar comunidades y mantener contacto con gente querida, compartiendo cada una de sus experiencias vitales”.* (Candale, 2017, s/p).

*Instagram*. En esta red se comparten videos y fotografías y/o imágenes creadas para transmitir algún tipo de información, del mismo modo cuenta con la opción de mensajería instantánea, la diferencia con *Facebook* es que para poder transmitir un texto se debe subir una fotografía, cuenta con la opción de subir historias, que no

es otra cosa que videos de 30 segundos que desaparecen a las 24 horas después de ser publicados, la forma de interacción consiste en que cada usuario decide el perfil a seguir, varios de las y los *influencers* utilizan esta modalidad para compartir sus opiniones y la promoción de alguna marca.

*“La red fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, lanzada en 2010 como aplicación para teléfono, dos años después fue adquirida por Facebook (...) La actividad principal es compartir, valorar y comentar las fotos de los perfiles seguidos. Cada usuario dispone de un número de seguidores”* (Candale, 2017, s/p).

*Tik Tok.* Red digital que consiste en la publicación de vídeos cortos, la temática es variada; se encuentra desde bailes, comedia, recetas, salud, finanzas, cuidado del cuerpo, etc. De la misma forma que *Instagram*, sirve para interactuar, cada usuario reúne una lista de seguidores y reacciona a los videos que se publican. Cuenta con la opción de grabar videos sobre una canción o un monólogo de otra persona, además de colocar filtros que modifican desde la apariencia física, así como el entorno.

*“Durante el aislamiento causado por la pandemia de COVID-19 Tik Tok se convirtió en la app más descargada y usada. A diferencia de Instagram, pone en acción a la juventud porque participan activamente de las tendencias que incluyen challenges de baile, actuaciones, tutoriales, entre otros. En esta plataforma coexisten distintos tipos de entretenimiento”* (Quiroz, 2020, p. 1).

Las anteriores plataformas digitales son las que cuentan con mayor popularidad en México y contribuyen a que las y los jóvenes inviertan parte de su tiempo en estar navegando en ellas, incluso, creando y compartiendo contenido; más allá de las publicaciones que se hacen con el fin de entretener, están aquellas que tratan de informar, por lo que esta investigación se centra en aquellas que hablan sobre el tema de alimentación, identificando la influencia que tiene sobre las y los adolescentes que las observan.

### 1.1.4 Redes sociales digitales como mecanismo de difusión en temas de alimentación

Como se ha mencionado, tener una cuenta activa en alguna plataforma digital permite compartir cualquier tipo de contenido, ya sea creación propia o una publicación de alguien más que parezca interesante o relevante para el usuario. Es de esta forma, que, mediante *Facebook*, *Instagram* y *TikTok*, se puede tener acceso a cualquier tipo de información y sobre todo poner en tendencia algunas notas.

Entre la información que se comparte en ellas, se encuentran algunas relacionadas a alimentación, lo cual puede ser debido a:

- a) la industria alimentaria se apoya de estos sitios para tener mayores ventas, y al pagar miles o millones en publicidad, garantizan que pueda llegar a más personas. Esto resulta preocupante porque regularmente los productos o platillos que se comercializan son altos en grasas saturadas, azúcares simples, carbohidratos, y otras sustancias que en exceso ocasionan problemas a la salud.

*“Las redes sociales se han convertido en una plataforma ideal para las empresas de alimentos y bebidas mediante las cuales se relacionan los jóvenes. La mayoría de ellos han publicado en Instagram al menos una foto de alimentos y bebidas que ellos u otras personas consumían y actualmente hay más de 161 millones de publicaciones etiquetadas como #foodporn” (Altisent, 2018, p.21).*

- b) las personas que toman fotos de lo que consumen y lo suben a su perfil y/o historia, para que sus contactos o seguidores (dependiendo de la red social digital que se use), puedan observar, de esta forma hacen promoción al establecimiento de comida y provocan que algunas y algunos prueben ese



alimento; a su vez, están también quienes gozan de llevar un régimen alimenticio especial y desean compartirlo con quienes revisen sus perfiles.

El problema es que en algunas ocasiones se concibe un mensaje equivocado, por ejemplo; se puede prestar a confusión el hecho de que para conseguir el cuerpo ideal (según los estereotipos de belleza) es necesario llevar el mismo estilo de vida de la persona que está compartiendo su dieta, por ende, se llega a cambiar la alimentación sin poner atención al estado de salud. *“Esto afecta sin lugar a duda a toda la población, pero se ven afectados mucho más los adolescentes por la capacidad de discernimiento de la información, ellos toman todo el mensaje y buscan cumplirlo”* (Aracenta, 2015 citado por Buitrón, 2020, p.13).

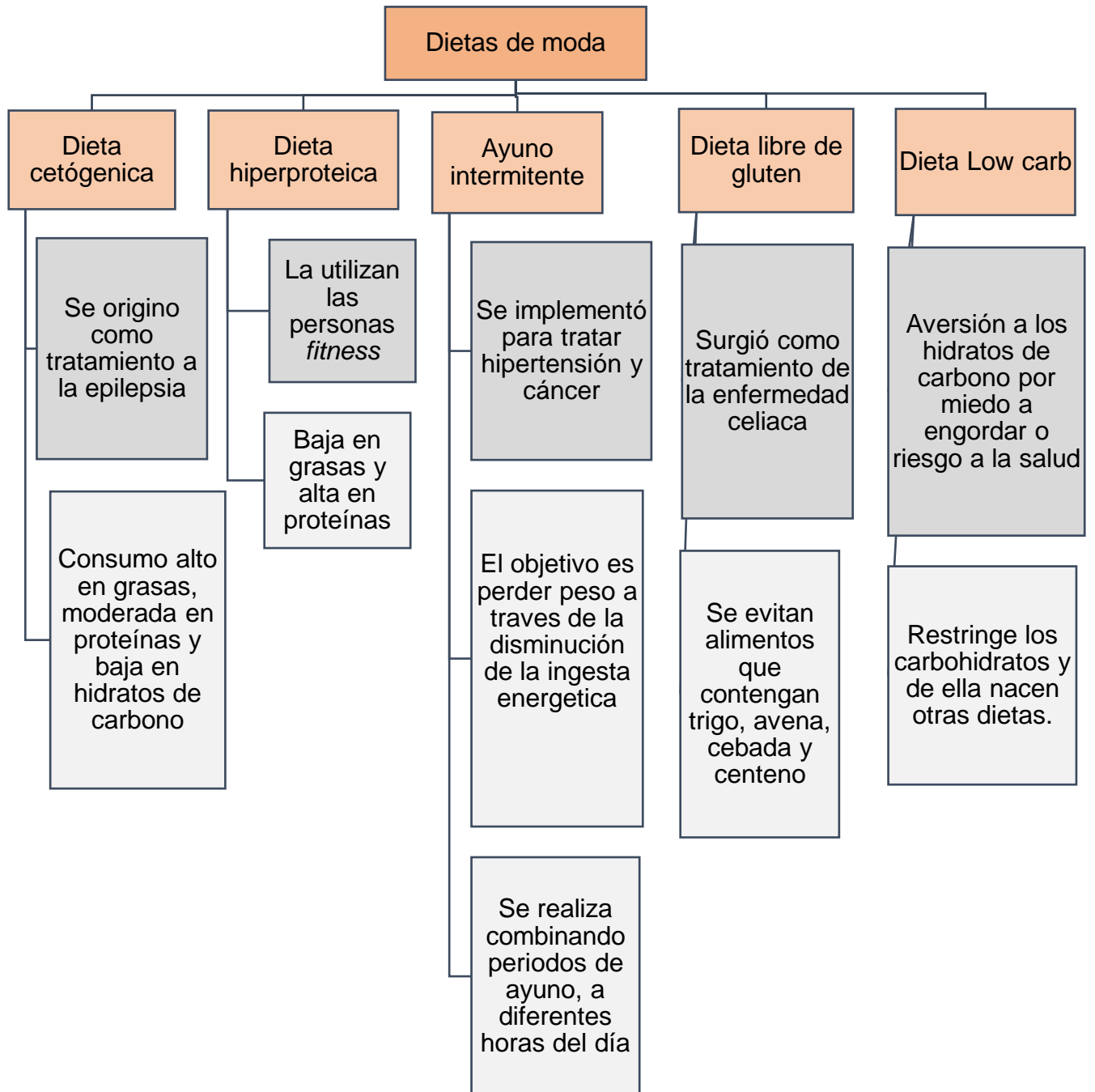
Por todo ello, las redes sociales digitales tienen un gran peso en cuanto a la propagación de información, y pueden influir directamente en el estilo de vida que lleve una persona, ya que *“las redes también están llenas de contenido destinado a inspirar a los consumidores a adquirir hábitos saludables y haciendo publicidad en cuanto a la promoción de dietas de moda. El hashtag #healthyfood cuenta con más de 44 millones de publicaciones”* (Altisent, 2018, p. 22).

Alguna de la información que se comparte en estas plataformas puede venir de fuentes confiables, como es el caso de páginas oficiales de instancias públicas, así como de diversos especialistas en el área; por ejemplo, las y los *“profesionales de la salud profundizan por estas vías sobre temas de nutrición, con el fin de proporcionar información acertada”* (Flores & Gebran, 2017, s/p). En cuestiones de alimentación, es de suma importancia que el plan dietético esté acorde a las necesidades físicas y biológicas de cada individuo, es un total error utilizar el mismo

plan alimenticio que una persona con estilo de vida, contexto social y demográfico distinto, incluso sin tomar en cuenta si se presenta o no enfermedades, sobre todo crónicas no transmisibles.

Lo anterior tiene que ver con el conocimiento acerca de que cada persona presenta requerimientos nutricionales específicos, de acuerdo con su edad, estilo de vida, peso, talla, raza, etc., por ende, promover una alimentación en la cual no se toman en cuenta estos factores individuales, conlleva la posibilidad de desarrollar problemas de salud o incluso hacer que la persona adquiera algún trastorno de la conducta alimentaria. Algunas “dietas” de moda, que son utilizadas de manera autónoma debido a que se ven en los medios digitales, tienen inicios para tratar una enfermedad en específico y de manera errónea se han estado implementando con la finalidad de bajar de peso corporal rápidamente.

Figura 5. Dietas de moda en redes sociales digitales



Fuente: elaboración propia, basada en Argueso *et al.*, 2021, pp. 545-546.

La Figura 5 menciona las dietas que con mayor frecuencia se pueden observar en las plataformas digitales, es importante identificar que este tipo de alimentación surgió por una causa, por lo regular médica, las usuarias y los usuarios de estos sitios comenzaron a hacer promoción sin tener conocimientos previos sobre ellas. La pérdida de peso que resulta de seguir estos regímenes es debido a la disminución de carbohidratos y grasas principalmente, sin embargo, para llevar a cabo este tipo de planes de cuidado nutricional, siempre deben ser acompañados de un nutriólogo o nutrióloga, que vigile con responsabilidad la pérdida de peso sin llegar a presentar una descompensación alimentaria.

## **1.2 Características de las y los *influencers***

A través de las redes sociales digitales surgieron las y los *influencers*, “*quien puede construir una comunidad alrededor suyo a través de la creación de contenidos. Cuenta con un saber determinado sobre un tema y comienza a relacionarse con pares, con los que construye comunidades de afinidad y pertenencia*” (Laufer, 2016, citado por Fiscman, 2018, p.44). Generalmente, quienes deciden seguirlo o seguirla sienten admiración por ese individuo y por todo lo que ha logrado, sin prestar atención a la preparación profesional que tiene esa persona y, por lo tanto, la veracidad de la información que comparte dentro de su perfil.

Hay 3 rasgos que definen a una y un *influencer*:

*“Familiaridad: Es la capacidad de establecer una relación cercana y de confianza con su comunidad de seguidores. La interacción con ellos es primordial, para responder sus preguntas o recibir propuestas sobre temas importantes sobre los cuales publicar contenido.*

*Capacidad de comunicación: Es fundamental que sepan transmitir, que utilicen un lenguaje natural y que su comunicación sea sencilla pero eficaz.*

*Experiencia: Deben ser expertos en una determinada materia. Lo más importante no es que se autoproclamen expertos ellos mismos, sino que demuestren su conocimiento a través de sus publicaciones y así sean considerados por los usuarios” (Díaz, 2017, citado por Fernández, 2017, p. 18).*

Actualmente, *“las empresas de moda han optado por un nuevo método de inserción de los influencers dentro de sus estrategias, con la finalidad de que el público al cual se dirigen logre identificarse y consuma los productos o servicios” (Fiscman, 2018, p. 53).* Es por esto, que se observa como las y los *influencers* empiezan a promocionar diversas marcas o productos, una vez que ganaron fama o que comienzan a ser tendencia dentro de las redes sociales digitales.

Esta conducta puede estar relacionada a que *“como consumidores tendemos a tener en cuenta la experiencia de otros individuos en su relación con productos, servicios y marcas, otorgándole así un poder prescriptor a esas personas” (Fernández, 2017, p. 17).* Ya que cuando se adquiere un producto, por lo regular se busca que resulte eficiente y cubra la necesidad por la cual se está comprando, y si esa recomendación fue dada por la persona que se admira, no hay mucho que pensar.

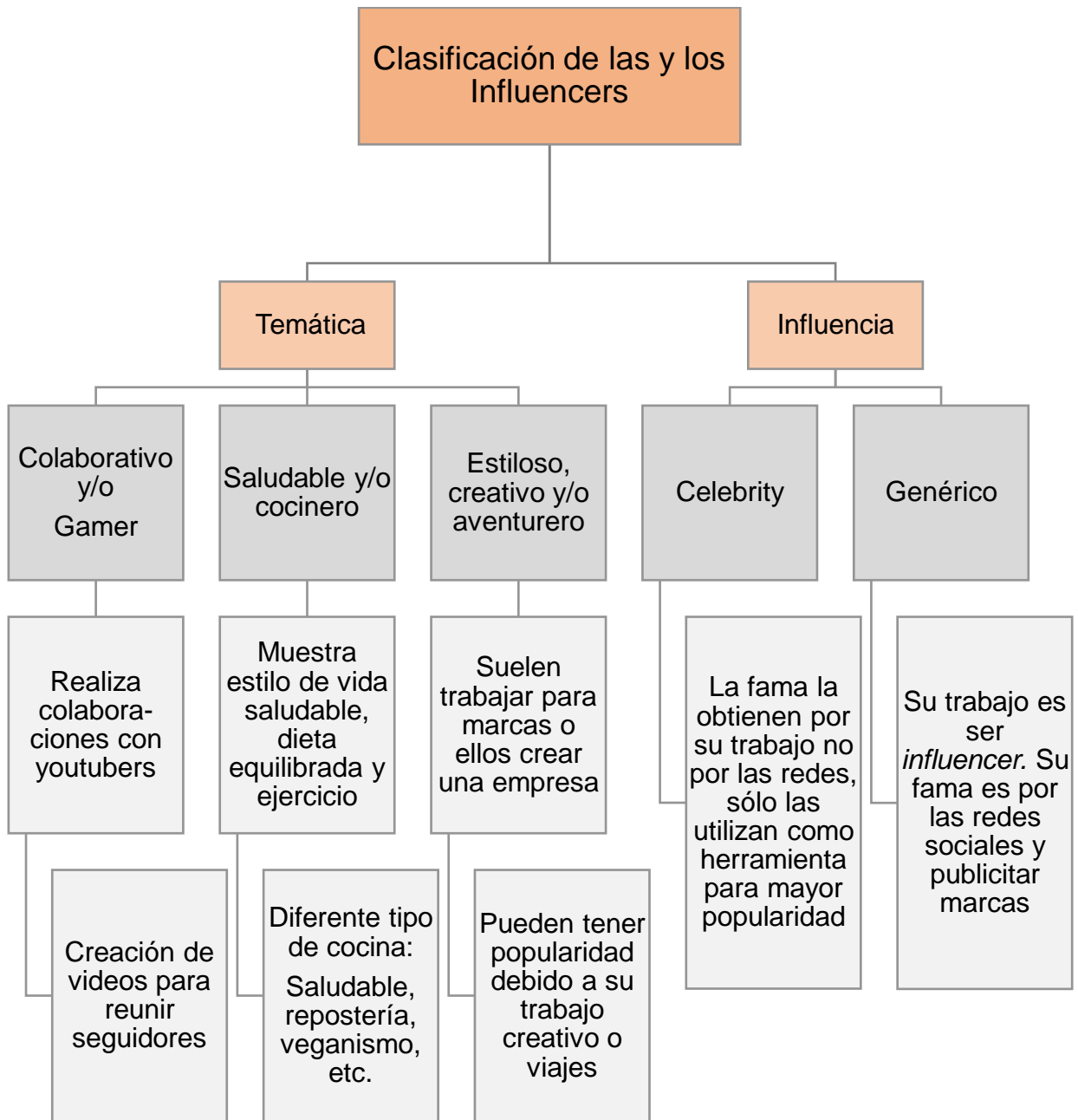
Inclusive, se aprecia que hay *influencers* que crean su propia marca y es mediante sus perfiles en redes sociales digitales que promueven sus productos, hay quienes lograron una línea de ropa, maquillaje, suplementos alimenticios, accesorios, etc., o tienen colaboraciones con otras personas o empresas. Por otro lado, las y los profesionistas también utilizan estos medios para dar publicidad a su negocio y de esta forma, llegar a más clientes.

*“Mediante las redes sociales y los mensajes que comunican en ellas, los influencers desarrollan su propia identidad, muestran rasgos de su personalidad, utilizan un tono para dirigirse a su comunidad y se asocian a*

*unos valores, imagen y colores corporativos. Por lo tanto, actúan como marcas” (Fernández, 2017, p. 19).*

Con respecto a la alimentación y nutrición, es común encontrar en estas plataformas digitales influenciadores hablando acerca de preparar algún platillo, consejo de motivación personal, rutinas de ejercicio, comparación o detalles de algún producto de interés, entre otras cosas. Cabe resaltar, que él o la líder de opinión puede saber mucho del tema, pero no siempre cuenta con la formación profesional para tener las bases de hablar sobre esa materia. En la Figura 6 se explica la clasificación de las y los *influencers* según el tipo de contenido que crean y/o a lo que deben su fama en redes sociales digitales.

Figura 6. Clasificación de las y los Influencers



Fuente: elaboración propia, basada en Martín, 2018, pp. 23-25.

Por lo tanto, las y los *influencers* deben su fama a la popularidad que ganaron en redes sociales digitales puede ser que se dediquen a ser actores, cantantes, modelos, etc., pero estas plataformas permiten que se acerquen más a sus fans, pudiendo tener una interacción más cercana. Realmente el contenido que comparten no siempre es de calidad o que aporte algún beneficio a la sociedad, sin embargo, comparten información que llenen las expectativas del público que les sigue, principalmente ocio y entretenimiento.

### **1.2.1 *Influencers* y alimentación**

Como se revisó en el apartado anterior, cada *influencer* es conocido por tratar un tema en específico que dominen; para la presente investigación es necesario analizar la relación entre estas y estos influenciadores y la alimentación, debido a que actualmente han surgido regímenes alimenticios que traen consigo evitar algún alimento o consumir más de otro que aseguren tiene beneficios para la salud.

*“Un influencer de alimentación saludable es aquel que se dedica a divulgar un estilo de vida saludable en las redes sociales, donde tiene un gran seguimiento y cierta credibilidad, y enseña a sus seguidores a conocer los alimentos y mejorar su dieta de forma diaria y constante”* (Martín, 2018, p. 33).

Para entender el impacto que tienen estas y estos líderes de opinión sobre la alimentación de las y los adolescentes, se revisaron diversas investigaciones en las cuales la metodología de las mismas consistió en analizar los perfiles de *Instagram* de *influencers* de otros países; en los resultados de Martínez arrojaron que de las cuentas analizadas *“el 57% de tienen como objetivo plasmar publicaciones relacionadas con un alto contenido de Dieta Saludable”* (Martínez, 2022, p. 34).



Por otro lado, Granados (2020), revisó las publicaciones sobre alimentación saludable de Yovana Mendoza (mejor conocida como Rawvana) y Sascha *Fitness* publicados a partir del 2019. Rawvana fue una líder de opinión que promocionaba en sus redes sociales el veganismo, y fue grabada en 2019 por una cámara escondida comiendo pescado, por ello, perdió total credibilidad sobre sus publicaciones. Y Sascha, tiene su propio sitio web en el cual vende suplementos alimenticios, además de publicar libros de recetas saludables.

En esta investigación, Granados concluye que las y los jóvenes de Lima, Perú conocían a estas dos *influencers* y el contenido que crean, así como también consideraban que las recetas que promocionan eran de fácil elaboración, sin embargo, al momento de relacionar si tuvieron influencia directa sobre cambios en su alimentación, “*se vio que no eran efectivos. Pero la mayor parte de los jóvenes afirma posiblemente más adelante sigan el tipo de alimentación de ellas, e incluso otros líderes de opinión dedicados al tema de comida saludable*” (Granados, 2020, p. 13).

En un estudio realizado en España (Martínez, 2022), se seleccionaron a los 100 *influencers* de alimentación con más seguidores, se analizaron sus redes sociales y se comprobó que la más utilizada es *Instagram*. Posteriormente, se seleccionaron a los 10 primeros líderes de opinión tomando en cuenta a aquellos que compartían recetas e información nutricional, para hacer un análisis más detallado del contenido compartido.

En el análisis elaborado, se mencionan las características de esos 10 creadores de contenido alimenticio, sin embargo, no se detalla si cuentan con formación profesional afín a la salud, además que la autora de dicha investigación

encontró una relación de esos y esas *influencers* con diversas marcas de alimentos, los cuales utilizan para hacer colaboraciones y realizar las recetas que suben a sus perfiles. Es por ello que *“se refleja que las marcas también emplean en sus campañas de marketing las colaboraciones con Influencers del tipo Famosos, aunque estos no sean de su mismo sector industrial”* (Martínez, 2022, p.67).

Otra investigación realizada en España (Martín, 2018), la población la conformó con aquellos creadores de contenido alimenticio con un número de seguidores mayor a los 100. 000 en *Instagram* y además que subían publicaciones de manera frecuente, limitando la muestra a 4 perfiles. Primeramente, realizó un análisis de toda la información que estuvieron compartiendo durante 4 días en la mencionada red social, después, realizó una encuesta a otros 4 *influencers* alimenticios en desarrollo, acerca de su experiencia en la plataforma digital.

Del total de las y los 4 creadores de contenidos que analizó Martín, todos ellos son profesionistas de la nutrición, incluso algunos han escrito libros que se relacionan con esta área de la salud, y de los cuales menciona lo siguiente, *“su carácter publicitario es muy restringido, solo promocionan eventos de nutrición, restaurantes y marcas que ofrecen un producto en el que creen fielmente. Muchas veces mencionan productos, pero no marcas”* (Martín, 2018, p. 54).

Según las investigaciones que se mencionan anteriormente se puede encontrar una relación entre los líderes de opinión y algunas marcas o productos que ellos mismos llegan a producir, tal como se había mencionado en el apartado anterior, lamentablemente existen influenciadores que realmente no consumen lo que promocionan y simplemente lo hacen por obtener una remuneración económica, por otro lado, también están quienes se comprometen realmente con

su trabajo y su único interés es ayudar a las personas compartiendo su conocimiento.

### **1.2.2 Publicidad e influencia de las redes sociales digitales sobre el concepto de belleza y alteraciones en la conducta alimentaria**

Para empezar este apartado es necesario reconocer a que se refiere el término “alteraciones en la conducta alimentaria”, y es que cualquier cambio en la ingesta dietética diaria, puede traer consigo problemas de salud tanto físicos como mentales, sobre todo si no se lleva a cabo de la mano de un profesional especializado en ese tema. Las personas suelen recurrir a procesos que den resultados rápidos, lo que conlleva a una frustración por no lograr obtener el peso que considera ideal, y lo que observa en redes sociales digitales puede verse ligado como detonante de esa preocupación.

*“El término Alteración de la Conducta Alimentaria denominado como ACA, se define como alteraciones relacionadas con la alimentación, prácticas erróneas de control de peso y la alteración de la imagen corporal, que se presentan como una variación del comportamiento habitual de una persona (...) Los ACA no se consideran un Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA), sin embargo, pueden tener de la misma manera un origen psicológico, biológico y/o social y si no son detectados y abordados oportunamente pueden llegar a magnificarse, acumularse y constituirse finalmente como un TCA” (Hunot, Vizmanos, Vázquez & Celis, 2008, s/p).*

Por lo tanto, es de suma importancia identificar un cambio en el comportamiento alimenticio, sobre todo en las y los adolescentes, como una manera de acompañamiento buscar la causa que puede tener detrás esa alteración, principalmente por la etapa de desarrollo en la que se encuentran, en medida de lo posible evitar afectaciones a la salud, ocasionadas por la idea errónea de seguir una dieta que se percibe mediante la navegación en redes sociales digitales.

Una vez que cualquier individuo decide utilizar alguna de estas plataformas digitales, es fácil encontrar fotografías o publicidad que involucra cuerpos delgados, estilizados o curvilíneos, musculosos, etc., concibiendo de manera directa o indirecta, los estereotipos impuestos por la sociedad; un estereotipo de género se define como *“la construcción o comprensión de los hombres y las mujeres, en razón de la diferencia entre sus funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales”* (Cook & Cusak, 2009, p. 2).

Debido a esto, el concepto de belleza se basa en tener una figura estilizada, quien tenga una cintura más marcada, un busto o glúteos más prominentes y/o, músculos grandes o bien definidos, tendrá mayor afinidad para relacionarse con las demás personas, llevándolos a tener mayor popularidad; para lograr estos cambios se recurre al gimnasio, principalmente, además de acompañar el ejercicio con una dieta adecuada a las necesidades individuales.

Otro factor importante a considerar es que no todas las personas que trabajan en gimnasios cuentan con una formación profesional, ya sea en deporte o Nutrición, y solo por el hecho de aprender empíricamente o con algunos cursos ya se sienten con la capacidad de brindar asesorías nutricionales y poner rutinas de ejercicio, que, en muchos de los casos, ninguna de los dos está realmente basado en las necesidades y características del individuo al que están consultando.

La mayoría de los gimnasios cuentan con un perfil en redes sociales digitales en el que promocionan sus instalaciones y de este modo, las usuarias y los usuarios pueden subir una fotografía donde muestre que se están ejercitando y agregar una etiqueta del lugar, contribuyendo a que más personas conozcan ese sitio e ir

ganando popularidad. Por lo tanto, ver publicaciones de un gimnasio incita a que otras personas decidan asistir también.

Realizar ejercicio por supuesto que es saludable y 100% recomendable siempre que el estado de salud no lo contraindique, sin embargo, existen personas que se van a los extremos y comienzan a desarrollar una obsesión por bajar de peso, disminuir el porcentaje de grasa, tonificar o aumentar masa muscular, etc., y comienzan a tener conductas que lejos de ayudar, perjudican su salud. *“Junto a la preocupación estética, han aparecido diversas tendencias de comportamiento que en algunos casos podría considerarse como patologizantes, como es el caso de la práctica de ejercicio físico con fines estéticos o de forma adictiva”* (Baile et al., 2011, p. 354).

Al realizar cualquier tipo de actividad física de manera desmedida o por encajar dentro de los estereotipos impuestos, se puede llegar a desarrollar algún TCA, además que usualmente se suele recurrir a consumir suplementos alimenticios deportivos, como aminoácidos, creatina o proteína, los cuales ayudan al aumento del tejido muscular, o existen los que prometen disminuir el porcentaje de grasa corporal, sin embargo, está comprobado que el exceso en el consumo de estos productos puede ocasionar ciertos problemas a la salud o traer consigo efectos secundarios.

*“Muchísimos deportistas, sobre todo los más jóvenes, consumen suplementos nutricionales sin ningún tipo de control profesional y carentes de conocimientos sobre cómo actúan estos productos en su organismo, frecuentemente motivados por sus entrenadores y/o compañeros de entreno, también por la publicidad de los mismos medios (...) Existe un número considerable de personas que asiste regularmente a los gimnasios que consume suplementos sin orientación especializada y posiblemente sin tener que usarlos realmente”* (Oliver, 2017, p. 6).

Por lo tanto, las redes sociales digitales permiten un acercamiento con las personas, así mismo, sirven como entretenimiento y en algunos otros casos, para seguir aprendiendo de aquellas figuras, profesionistas idealmente, que gozan de compartir sus conocimientos con sus seguidores, aunque también están aquellos y aquellas que, sin contar con ese desarrollo profesional, son capaces de poner en riesgo la salud e integridad de los individuos, con la finalidad de obtener algún beneficio.

## **CAPÍTULO II.**

### **EDUCACIÓN ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL; IMPORTANCIA DURANTE LA ADOLESCENCIA**

En este apartado se explica la diferencia entre alimentación y nutrición ya que van de la mano, sin embargo, cada uno de estos conceptos abarcan distintas características que son necesarias tener en cuenta para brindar adecuada orientación nutricional, contribuyendo a persuadir a las personas para que realicen modificaciones en sus hábitos alimenticios y estilo de vida, que contribuya a una ganancia de salud.

Tener conocimientos relacionados a la educación alimentaria es indispensable a la hora de elegir el cuidado de la salud, ya que actualmente, se puede encontrar de manera fácil gran cantidad de información, que no necesariamente está basada bajo sustento científico y por lo tanto, contribuye a la desinformación, ocasionando que las personas pongan en riesgo su salud al someterse a regímenes alimenticios que no se encuentran en equilibrio, provocando una descompensación, o caso contrario al visualizar cuerpos estilizados ocasionan que se sometan a cirugías estéticas.

Por otro lado, se menciona cada una de las características de la adolescencia y los cambios que ocurren en esta etapa, tanto físicos, emocionales y psicosociales; los cuales posicionan a las y los adolescentes en un estado de vulnerabilidad y adaptación, comienzan a alejarse de la familia y formar lazos más fuertes con su grupo de pares con el fin de buscar su independencia y fortalecer su identidad,

característica de pensamientos, gustos, intereses, etc., como parte de este proceso se debe brindar un acompañamiento para evitar que caigan en conductas de riesgo como alteraciones de la conducta alimentaria.

## **2.1. Alimentación**

La alimentación se define como *“conjunto de procesos biológicos, psicológicos y sociológicos relacionados con la ingestión de alimentos dónde el organismo obtiene del medio los nutrimentos que necesita, así como las satisfacciones intelectuales, emocionales, estéticas y socioculturales que son indispensables para la vida humana plena”* (Diario Oficial de la Federación (DOF), 2013, p. 27).

Es una parte fundamental para el desarrollo y el mantenimiento de la vida en el ser humano, sin embargo, va más allá de ser un proceso fisiológico, se relaciona con la identidad de una persona por el hecho de que va ligado con la religión, región geográfica (debido a la disponibilidad de algunos alimentos), y social (en una fiesta como celebración de cumpleaños, graduación, boda o simplemente por convivencia entre amigas, amigos y/o familiares).

En ocasiones, las personas tratan de consumir alimentos con alto valor nutricional, manteniendo un estilo de vida activo realizando actividad física o práctica de algún deporte, pero en otros casos resulta totalmente lo contrario, la ingesta alimentaria es inadecuada volviéndose en mayor parte sedentario, es ahí donde comienzan a surgir diversos problemas a la salud y algunos de ellos repercuten en la apariencia física, tal es el caso del sobrepeso y obesidad.



Por ello se entiende, que la acción de alimentarse va de la mano con los gustos, costumbres, tradiciones, religión y contexto sociocultural de cualquier individuo, dentro del cual no necesariamente se involucran los nutrientes necesarios para el correcto desarrollo físico y cognitivo de una persona. Por otro lado, Covián (1984) define a la Nutrición “*como el conjunto de procesos mediante los cuales el hombre ingiere, absorbe, transforma y utiliza las sustancias que se encuentran en los alimentos*” (citado por Carbajal, 2013, p. 7).

Los alimentos se pueden clasificar de distintas maneras, de acuerdo con las propiedades físicas y nutricionales que presentan, como se muestra en la Figura 7.

*Figura 7. Clasificación de los alimentos*

<b>Por su tratamiento</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•1. primarios: sin transformación</li><li>•2. transformados: modificados por procesos tecnológicos</li><li>•3. preparados: que se han tratado para facilitar su consumo (cocinado)</li></ul>
<b>Por su origen</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•1. vegetales</li><li>•2. animales</li></ul>
<b>Posibilidades de conservación</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•1. no perecederos: azúcar, leguminosas</li><li>•2. perecederos: frutas y verduras</li></ul>
<b>Valor nutritivo</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>•1. carnes y huevo (aportan proteínas y lípidos)</li><li>•2. lácteos (aportan carbohidratos, proteínas y lípidos)</li><li>•3. aceites y grasas (aportan lípidos)</li><li>•4. leguminosas, cereales y derivados (aportan carbohidratos y proteínas)</li><li>•5. frutas y verduras (aportan carbohidratos)</li><li>•6. azúcares y derivados (aportan carbohidratos)</li><li>•7. bebidas (aportan agua)</li></ul>

Fuente: elaboración propia a partir de López, 2015, pp. 25-26.

La información de la Figura 7 habla sobre la clasificación que presentan los alimentos según sus características, existe una guía elaborada por profesionales de la salud en la que se agrupan los alimentos, además de indicar la cantidad recomendada de cada uno de ellos, la cual sirve como herramienta para que los nutriólogos y las nutriólogas puedan basarse para hacer los planes de alimentación, se está hablando del Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes (SMAE), el cual se detalla más adelante.

Cada país tiene una guía alimentaria en la que se promueve el consumo de alimentos propios de la región, además de señalar de manera gráfica cuales se deben consumir en mayor y menor cantidad según las propiedades que presenten cada uno de ellos, y por lo tanto cuidar el aporte nutricional entre las ciudadanas y los ciudadanos. En México se utiliza el plato del bien comer el cual junto con las leyes de la alimentación se encuentra dentro de la *Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012, Servicios básicos de salud. Promoción y Educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación.*

*“El propósito fundamental de esta norma es establecer los criterios generales que den congruencia a la orientación alimentaria dirigida a brindar a la población opciones prácticas con respaldo científico, para la integración de una alimentación correcta que pueda adecuarse a las necesidades y posibilidades, para promover el mejoramiento del estado nutricional y prevenir problemas de salud relacionados con la alimentación.*

*La falta de educación en materia de nutrición en la población, la pobreza agravada, encarecimiento de los alimentos y el contexto sociocultural, en muchas ocasiones restringe el acceso a una dieta correcta. Los programas de orientación alimentaria generan una demanda de alimentos que se sustentan en la producción y el abasto oportuno de los productos, así como el acceso a ellos, protegiendo la soberanía alimentaria de la nación” (DOF, 2013, pp. 25-26).*

Generalmente cada profesionista de la salud hace promoción a la educación alimentaria y nutricional a cualquier sector de la población, hace uso de las

herramientas que se mencionan en dicha norma, incluso se puede apreciar la imagen del plato del bien comer en diversos materiales como trípticos, carteles, que sirven como apoyo de esa orientación alimentaria, explicando el significado de los colores característicos y la clasificación de los alimentos por grupos, cuenta también con dibujos de los alimentos que son típicos del país.

El plato del bien comer representado en la Imagen 1, es una herramienta que guía sobre la ingesta de alimentos que son típicos en México y que al consumirlos de manera adecuada se puede asegurar un estado óptimo de salud. Lo ideal es que en cada tiempo de comida se incluyan de todos los grupos de alimentos ya que cada uno de ellos tiene propiedades distintas y todos son totalmente necesarios para poder realizar las actividades físicas y metabólicas del organismo.

*Imagen 1. Plato del bien comer*



"Servicios Básicos de Salud. Promoción y Educación para la Salud en Materia Alimentaria.  
Criterios para Brindar Orientación"

Fuente: DOF, 2013, p.39.

La Imagen 1 pertenece a la Norma Oficial Mexicana anteriormente mencionada y se puede encontrar impresa en diversos materiales de apoyo como carteles, folletos

hasta en libros de texto gratuitos, elaborados por instancias o sujetos que deseen brindar educación nutricional, con la finalidad de promover los hábitos saludables en la población, sus colores sirven como un indicador del grupo alimenticio al que representan.

*“El color verde representa el grupo de verduras y frutas que aportan vitaminas, minerales, fibra y carbohidratos. El color amarillo representa el grupo de los cereales, los cuales aportan energía y fibra. El color rojo representa el grupo de leguminosas y alimentos de origen animal; las primeras aportan fibra, los segundos contienen colesterol y grasas saturadas en algunos alimentos, ambos aportan proteína” (López, 2020, p.106).*

Esta guía se complementa con las leyes de la alimentación; formando parte esencial de la educación alimentaria y nutricional, ya que ayudan a orientar sobre cómo llevar a cabo una dieta saludable, incluyendo en cada tiempo de comida los macro y micronutrientes que aporta cada grupo representado en el plato del bien comer, en las cantidades adecuadas, logrando mantener un equilibrio y evitando presentar algún tipo de malnutrición.

Para el 2023, la Secretaría de Salud de México realiza un cambio en la estructura del plato del bien comer (Imagen 2), ahora el 50% del plato corresponde a las frutas y verduras de temporada y producidas localmente; los granos y cereales el 22%; las leguminosas al 15%, alimentos de origen animal al 8% y los aceites y grasas al 5%. De este modo, en este nuevo diseño se hace alusión al consumo de los lípidos, pero en menor medida que los demás alimentos, así mismo, se muestra la imagen de una jarra de agua natural al centro del plato, dando la importancia al consumo de la misma a lo largo de cada día.

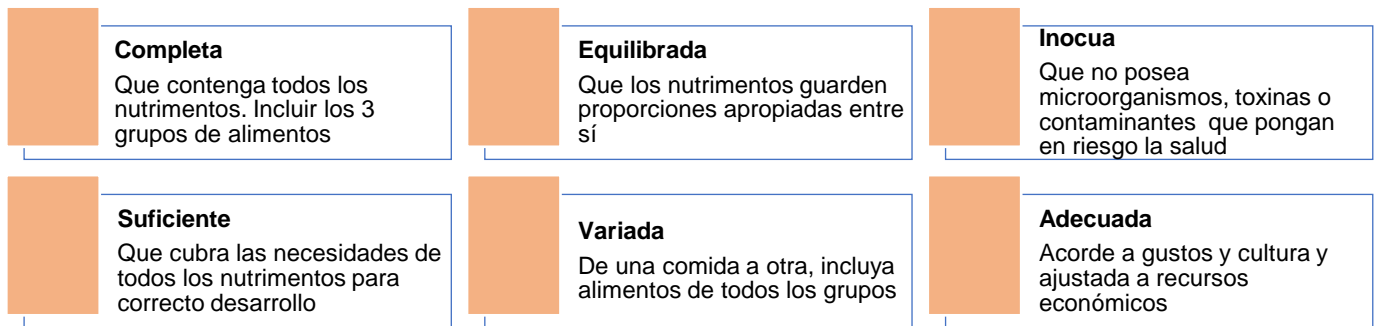
Imagen 2. El Plato del bien comer saludable y sostenible (ícono de las guías alimentarias 2023)



Fuente: Gobierno de México, 2023, s/p.

Las y los adolescentes aún se encuentran en desarrollo, por lo que es necesario cubrir de manera suficiente sus requerimientos energéticos para lograr un crecimiento óptimo y disminuir en medida de lo posible algún tipo de malnutrición o trastornos de la conducta alimentaria. La implementación adecuada de las leyes planteadas en la Figura 8 ayudarán a disminuir los problemas de salud ocasionados por la mala alimentación en cualquier grupo poblacional.

Figura 8. Leyes de la alimentación



Fuente: elaboración propia a partir de DOF, 2013, p.28

Para la elaboración de planes alimenticios saludables, sirve de apoyo el SMAE, sus autoras mencionan que *“es una herramienta de trabajo para el personal especializado en nutrición y un instrumento de organización de la alimentación para el paciente, ya que las personas necesitan varios estímulos para modificar su conducta”* (Pérez, Palacios, Castro & Flores, 2014, p.11). Sí un individuo conoce y aplica esta información contribuye a la modificación de hábitos, así como cuidar la cantidad del alimento que se consume y, por ende, tener una alimentación saludable.

Lo primero que se tiene que hacer para realizar un plan alimenticio, es calcular las kilocalorías que requiere el individuo de acuerdo sus características y necesidades fisiológicas y posteriormente se realizan más cálculos para determinar cuál es la cantidad de carbohidratos, lípidos y proteínas adecuados. Una vez que se hizo esto, se distribuye la cantidad de equivalentes<sup>5</sup> de cada alimento que

<sup>5</sup> Un alimento equivalente es aquella porción de alimento cuyo aporte nutrimental es similar a los de su mismo grupo en calidad y cantidad; lo que permite que puedan ser intercambiables entre sí. Están calculados con base en el peso neto de los alimentos sin cáscara, semilla, huesos o espinas y en el peso de los alimentos cocidos (Pérez, Palacios, Castro & Flores, 2014, p.6).

conformará el plan de alimentación, según los macronutrientes que aporta cada uno, aquí es muy importante que quede lo más exacto posible, para que no haya ninguna afectación al estado nutricional de la persona.

En la Tabla 5 se muestra la clasificación de los alimentos por grupo tal cual se maneja en el SMAE, así como la cantidad en gramos de carbohidratos, lípidos, proteínas y energía que aporta cada uno. Con base en esto, una o un profesionalista de la nutrición elige el número de equivalentes que reunirá el plan de alimentación, según las necesidades energéticas de cada sujeto.

*Tabla 5. Aporte de macronutrientes en gramos por grupos de alimentos*

Grupo en el sistema de equivalentes	Subgrupos	Energía	Proteína (g)	Lípidos (g)	Hidratos de carbono (g)
Verduras		25	2	0	4
Frutas		60	0	0	15
Cereales y tubérculos	Sin grasa	70	2	0	15
	Con grasa	115	2	5	15
Leguminosas		120	8	1	20
Alimentos de origen animal	Muy bajo aporte de grasa	40	7	1	0
	Bajo aporte de grasa	55	7	3	0
	Moderado aporte de grasa	75	7	5	0
	Alto aporte de grasa	100	7	8	0
Leche	Descremada	95	9	2	12
	Semidescremada	110	9	4	12
	Entera	150	9	8	12
Aceites y grasas	Sin proteína	45	0	5	0
	Con proteína	70	3	5	3
Azúcares	Sin grasa	40	0	0	10
	Con grasa	85	0	5	10

Fuente: elaboración propia a partir de Pérez, Palacios, Castro & Flores, 2014, p. 10

En la Tabla 6 se ejemplifica cómo son cada una de las listas de alimentos según el grupo al que correspondan, esto sirve a la nutrióloga o nutriólogo para diseñar los menús que conforman un régimen alimenticio. Por lo regular, estando en la consulta nutricional también se explica cómo hacer cambios entre un alimento y otro en una

situación especial, por ejemplo, si no es de su agrado, si no es de temporada, si es muy costoso, etc. Gradualmente esto ayuda a que el individuo aprenda a hacer sus platillos sin ayuda.

*Tabla 6. Ejemplo de lista de alimentos y equivalentes*

FRUTAS		VERDURAS		CEREALES	
ALIMENTO	CANTIDAD	ALIMENTO	CANTIDAD	ALIMENTO	CANTIDAD
Ciruela	3 piezas	Acelga	½ taza	Amaranto	¼ taza
Durazno	2 piezas	Apio	½ taza	Arroz	1/3 taza
Fresa	1 taza	Betabel	¼ taza	Avena	¾ taza
Guayaba	3 piezas	Brócoli	½ taza	Bolillo sin migajón	1/3 pieza
Higo	2 piezas	Calabacita	½ taza	Granos de elote	½ taza
Kiwi	1 ½ pieza	Cebolla	½ taza	Galletas de animalitos	6 piezas
Limón	4 piezas	Champiñones	½ taza	Galleta maría	5 piezas
Mandarina	2 piezas	Col	½ taza	Galleta salada	4 piezas
Mango	½ pieza	Coliflor	¾ taza	Palomitas naturales	2 ½ taza
Manzana	1 pieza	Chayote	½ taza	Pan integral	1 rebanada
Melón	1 taza	Chícharo	1/5 taza	Pan tostado integral	1 rebanada
Naranja	2 piezas	Chile poblano	½ pieza	Papa	½ pieza
Papaya	1 taza	Ejote	1 taza	Sopa de pasta	1/3 taza
Pera	½ pieza	Espinaca	½ taza	Tortilla de maíz	1 pieza
Piña	¾ taza	Flor de calabaza	1 taza	Tostada horneada	1 pieza
Plátano	½ pieza	Germen de soya	1/3 taza	Barrita de avena	½ pieza

Fuente: elaboración propia a partir de Pérez, Palacios, Castro & Flores, 2014, s/p.

Una correcta orientación que asegure buen estado nutricional, debe englobar los conocimientos descritos dentro de este apartado, es por ello que el plato del bien comer se promociona tanto en instituciones de salud como educativas, ya que es la base de la alimentación de las y los mexicanos, y para su mejor interpretación debe acompañarse de 6 las leyes de la alimentación, además de asegurarse que el plan de alimentación esté realizado por una nutrióloga o nutriólogo que se encargue de realizar los cálculos y distribución de equivalentes necesarios para satisfacer los requerimientos que cada persona solicita según sus características.



### **2.1.1. Nutrición**

La nutrición se entiende como *“el conjunto de procesos involucrados en la obtención, asimilación y metabolismo de los nutrimentos en el organismo”* (NOM 043, 2013, p. 29), se enfoca en conocer las propiedades y características de cada uno de los alimentos que el ser humano ingiere, así como brindar la habilidad de reconocer cuales son los que pueden aportar micro y macronutrientes adecuados a las necesidades de cada sujeto, para esto va a depender el sexo biológico, edad, tipo de actividad física que realiza, incluso si presenta o no alguna enfermedad, si toma medicamentos, entre otras.

Se le conoce como macronutriente a los carbohidratos, lípidos y proteínas, se les llama de este modo debido a que se encuentran en mayor cantidad dentro del organismo de las personas, y son necesarios para poder realizar diversas reacciones químicas dentro del mismo, entre ellas, se encargan del crecimiento, fuente de energía, reparación de algunos tejidos (Lagua & Claudio, 2004). Se obtienen a través de los alimentos y cuando hay un déficit prolongado de alguno de ellos, se presenta un problema de salud.

En cambio, los micronutrientes corresponden a aquellos elementos que, de la misma forma se encuentran en los alimentos y son necesarios en cantidades pequeñas dentro del organismo, ayudan a realizar diversas actividades metabólicas o prevenir enfermedades ocasionadas por su deficiencia, dentro de este grupo se encuentran minerales y vitaminas, estas últimas se clasifican en liposolubles e hidrosolubles (Pérez, 2012).

Las vitaminas liposolubles son aquellas que solo se pueden disolver en grasa, son transportadas por los lípidos que se encuentran presentes en los

alimentos, este tipo de micronutriente puede almacenarse en el organismo y causar toxicidad si se consume una cantidad abundante, a este grupo pertenece la vitamina A, D, E y K. Las vitaminas hidrosolubles se encuentran en los alimentos ricos en agua, ya que se pueden transportar mediante ella, no se almacenan en el organismo, estas son la vitamina C y las del grupo B (Carbajal, 2013).

La Tabla 7 menciona de manera breve las principales funciones que tienen las vitaminas en el organismo del ser humano, según esta información, son indispensables para el correcto desarrollo de este, ya que si hay una deficiencia ocasiona malestares en piel y mucosas principalmente, hasta enfermedades que incluso pudieran ocasionar la muerte si es que no se tratan a tiempo, es importante mencionar que algunas de ellas contribuyen a la absorción de minerales.

Tabla 7. Características de las vitaminas liposolubles e hidrosolubles

Vitamina	Función	Obtención	Déficit
<b>A</b>	Permite que la retina estimule el nervio óptico, de forma que se transmiten impulsos nerviosos al cerebro, formación y mantenimiento de la piel, membranas mucosas, huesos y dientes.	Vegetales como zanahoria, brócoli, calabaza, espinaca y col. Productos lácteos y huevo.	Ceguera nocturna, sequedad de piel y ojos debido al mal funcionamiento del lagrimal.
<b>B1</b>	Actúa como coenzima en el metabolismo de los hidratos de carbono, liberando energía.	Vísceras, levadura de cerveza, carnes, huevo, vegetales de hoja verde, cereales enteros o enriquecidos, frutos secos, legumbres.	Produce beriberi (atrofia muscular, mala coordinación y parálisis). Insuficiencia cardíaca.
<b>B2</b>	Actúa como coenzima en el metabolismo de hidratos de carbono, grasas y proteínas y el mantenimiento de membranas mucosas.	Hígado, leche, carne, verduras verdes oscuro, cereales enteros o enriquecidos.	Lesiones en la piel especialmente cerca de labios y nariz, así como sensibilidad a la luz.
<b>B3</b>	Coenzima para liberar la energía de los nutrientes.	Hígado, aves, carne roja, salmón y atún, cereales enteros o enriquecidos.	Erupción en la piel parecida a una quemadura solar.
<b>B6</b>	Absorción y metabolismo de proteínas. Actuando en la degradación del colesterol y formación de anticuerpos.	Granos enteros, aguacate, espinaca y plátano.	Alteraciones en la piel, grietas en labios, lengua depapilada, convulsiones, mareo, náuseas, anemias y cálculos renales.
<b>B9</b>	Coenzima necesaria para la formación de ADN y ARN, eritrocitos, leucocitos, previene anemia y ayuda al correcto desarrollo del embrión durante el embarazo.	Vísceras de animales, verduras de hoja verde, legumbres, frutos secos, granos enteros y levadura de cerveza.	Anemia.
<b>B12</b>	Formación de proteínas, glóbulos rojos y funcionamiento del sistema nervioso.	Solo en productos de origen animal (carne, pescado, huevo y leche). Los vegetarianos deben tomar suplementos.	Anemia perniciosa.
<b>C</b>	Formación y conservación del colágeno, proteína que sostiene estructuras corporales, actúa como antioxidante y cicatrizante, favorece la absorción de hierro.	Cítricos como fresa, toronja, piña y guayaba, así como brócoli, tomates, espinaca, col, pimiento verde y repollo.	Escorbuto (Inflamación de encías, caída de dientes, inflamación y dolor en articulaciones)
<b>D</b>	Interviene en la formación de huesos, absorción de calcio y fósforo en el intestino. Protege dientes y huesos.	Yema de huevo, hígado, atún y leche enriquecida con vitamina D. También se produce en el cuerpo gracias a la irradiación del sol.	Ocasiona raquitismo (deformidad de la caja torácica, cráneo y piernas arqueadas).
<b>E</b>	Interviene en la formación de ADN y ARN y glóbulos rojos, músculos y otros tejidos, actúa en la cicatrización.	Aceites vegetales, germen de trigo, hígado, yema de huevo y verduras de hoja verde.	-----
<b>K</b>	Necesaria para la coagulación sanguínea.	Hígado de pescado, verduras de hoja verde, yema de huevo, aceite de soja.	Deficiencia en la coagulación de la sangre.

Fuente: elaboración propia a partir de Pardo, 2004, pp. 235-241.

Los minerales son otro tipo de micronutrientes presentes en los alimentos, que se encuentran en mayor o menor cantidad de la recomendada pueden ocasionar un desequilibrio que se manifiesta como enfermedad, entre los más comunes se encuentra el Hierro, Sodio, Potasio, Hidrógeno, Carbono, entre otros. Cada uno de ellos tiene una función específica que contribuye que el organismo funcione adecuadamente y lleve a cabo sus procesos vitales (ver Tabla 8).

*Tabla 8. Minerales y sus funciones*

Mineral	Función	Alimento
<b>Calcio (Ca)</b>	Forma parte de los huesos y dientes, es importante para el crecimiento y formación de tejido óseo en los primeros años de vida y minimizando la pérdida de tejido óseo en personas mayores, previniendo la osteoporosis.	Leche y derivados. Sardinas Frutos secos Leguminosas Alimentos fortificados.
<b>Fósforo (P)</b>	Se encuentra combinado con el Calcio en huesos y dientes, forma parte de todas las células y constituye el material genético (ADN y ARN), algunos hidratos de carbono, fosfolípidos y fosfoproteínas. Activa enzimas y participa en el metabolismo energético.	Se encuentra en alimentos ricos en proteínas de origen animal, como carne de res, cerdo, pollo, pescado, huevos y lácteos. Legumbres. Frutos secos.
<b>Magnesio (Mg)</b>	La mitad del magnesio presente en el organismo se encuentra en el hueso como reservorio y el resto se encuentra en músculos. Participa junto con el Calcio en la contracción muscular e interviene en la transmisión de impulsos nerviosos.	Principalmente de origen vegetal como leguminosas, frutos secos, papas, verduras.
<b>Hierro (Fe)</b>	Se encuentra en dos proteínas: la hemoglobina que da pigmento a la sangre y en la mioglobina, célula muscular, ayuda a transportar el oxígeno en la sangre.	Hierro hemo: sangre, vísceras, carnes rojas, aves y pescado. Hierro no hemo: alimentos de origen vegetal como leguminosas, frutos secos y verduras.
<b>Yodo (I)</b>	Se encuentra en la glándula tiroidea, constituyente esencial de las hormonas sintetizadas en la misma, estas hormonas regulan la temperatura corporal, reproducción, crecimiento.	Pescados y mariscos.
<b>Cinc (Zn)</b>	Forma parte de más de 100 enzimas relacionadas con el crecimiento o enzimas pancreáticas. Es fundamental para el sistema inmune, crecimiento y desarrollo, para facilitar la cicatrización de heridas y normal desarrollo del feto.	Carnes rojas, pescado, leche, leguminosas.
<b>Selenio (Se)</b>	Antioxidante del organismo junto con la vitamina E que previene la formación de radicales libres. Su deficiencia aumenta el riesgo de algunos tipos de cáncer.	Se encuentra en carnes, pescados y cereales.
<b>Sodio (Na)</b>	Todos los líquidos del cuerpo contienen sodio, y su papel es regular el balance hídrico. Es necesario para la transmisión nerviosa y contracción muscular.	Se encuentra de forma natural o añadido para la conservación del alimento; aceitunas. Jamón serrano, pescados salados, aperitivos salados.

Fuente: elaboración propia a partir de Carbajal, 2013, pp. 77-82

La Tabla 8 describe brevemente algunas de las funciones de los minerales que se encuentran en mayor cantidad en el organismo humano, las funciones dentro del mismo y los alimentos que los contienen. *“El Sodio y Potasio están presentes en líquidos corporales, el Calcio y Fósforo en los huesos se combinan para dar soporte y algunos constituyen hormonas como el Yodo en la tiroxina que produce la glándula tiroides”* (Latham, 2002, s/p).

## **2.2 Educación nutricional**

Identificar los nutrientes de los alimentos, saber los métodos de cocción saludables y llevar a la práctica esos conocimientos adquiridos, forma parte de la educación nutricional; esta se define como aquellas *“actividades de aprendizaje cuyo objeto es facilitar la adopción voluntaria de comportamientos alimentarios y de otro tipo relacionados con la nutrición que fomenta la salud y bienestar”* (American Dietetic Association (ADA), 1996 citado por Grupo de Educación Nutricional y de Sensibilización del Consumidor de la FAO, 2013, p.6).

La educación nutricional se basa en acciones que llevan a cabo personas capacitadas y/o con una formación profesional relacionada a la nutrición, en la cual se realiza la promoción de hábitos saludables en algún sector de la población con la finalidad de mejorar la salud, se les orienta sobre el proceso que siguen esos nutrientes dentro de su organismo como una herramienta que ayude a elegir sabiamente sus alimentos.

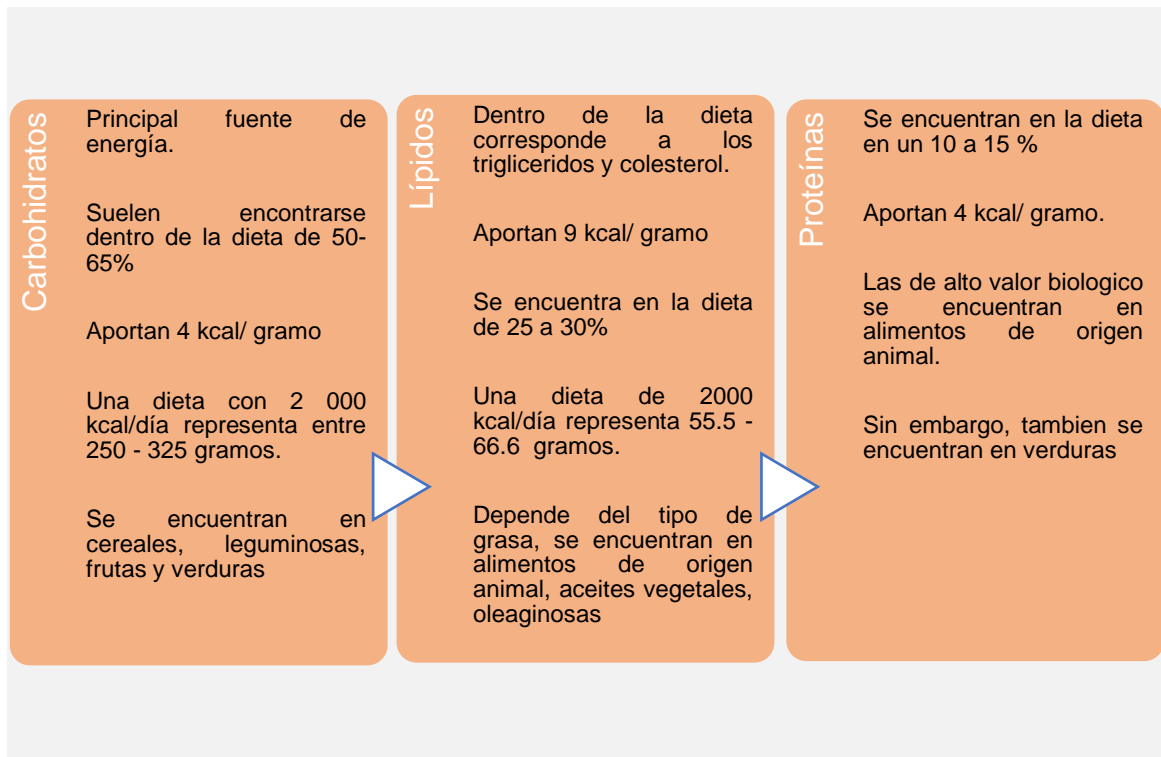
Más allá de identificar los nutrientes que se encuentran en los alimentos, se debe reconocer que cada individuo tiene necesidades energéticas distintas. El

requerimiento calórico varía de persona a persona según sus características físicas, hábitos alimentarios y estilo de vida, sin embargo, existe un rango de porcentaje estándar en el que se deben encontrar los macronutrientes dentro de la dieta de cualquier individuo para contribuir al correcto desarrollo, crecimiento y estado ideal de salud, cuando se presenta un aumento o disminución de estos porcentajes fuera de la cantidad permitida, es cuando se manifiesta algún problema de malnutrición.

*“El requerimiento energético es la cantidad de energía proveniente de los alimentos que equilibra el desgaste o consumo de energía de un individuo. Si no existe dicho equilibrio, se modifican las reservas del cuerpo produciendo cambios en la composición corporal. Estos requerimientos dependen de 1. Factores humanos: el tipo de actividad física, edad, sexo, talla, 2. Factores dietéticos: forma y cantidad de nutrientes, tipo de tratamiento culinario” (López, 2015, p. 28).*

La energía necesaria para cubrir las necesidades básicas del organismo se obtiene de los macronutrientes, los cuales son los que constituyen al 100% la dieta de cualquier persona, deben mantenerse en equilibrio para poder realizar las funciones básicas del cuerpo humano, si se presenta una alteración (por encima o por debajo de lo recomendado) se manifiesta un problema de malnutrición, características generales de estos nutrientes se representan en la Figura 9.

Figura 9. Requerimiento energético de la dieta



Fuente: elaboración propia a partir de Ascencio, 2011, pp. 2-10.

Los carbohidratos son los que constituyen la principal fuente de energía y son los que se consumen en mayor cantidad dentro de la dieta, se dividen en simples (se encuentran en azúcares y harinas refinadas) y complejos (se obtienen de cereales integrales, verduras), son indispensables para los procesos vitales, pero en exceso se almacenan en el cuerpo como grasa ocasionando problemas de salud, la segunda reserva energética son los lípidos; además funcionan como sintetizadores de hormonas, termorreguladores, entre otras. Por último, las proteínas constituyen un sinnúmero de funciones dentro del organismo: transporte celular, de defensa, estructurales, etc.

### 2.2.1 Educación alimentaria y nutricional

Por otro lado, hablar de educación alimentaria y nutricional “*integra la dimensión alimentaria (disponibilidad, acceso y consumo) y nutricional (utilización biológica, calidad e inocuidad de los alimentos)*” (Díaz, 2003 & De la Cruz, 2015, citado por el Comité Temático de Educación Alimentaria y Nutricional, p. 27). Esto quiere decir que no solo se basa en el proceso metabólico que siguen los nutrientes dentro del organismo de una persona, sino que además se centra en analizar la ingesta alimenticia que tiene ese sector de la población según sus hábitos y costumbres.

Es necesario conocer los productos alimenticios que son propios de una región, que fomente la ingesta alimentaria de los mismos y contribuya a la economía familiar, ya que son productos de fácil acceso, incluso existe la posibilidad de crear huertos en el patio o escuela, enseñando a producir sus propios alimentos tanto de origen vegetal como animal, si es que las condiciones lo permiten; manteniendo higiene desde la producción, recolección, almacenamiento, procesamiento, distribución y preparación del producto alimenticio.

*“La educación en alimentación y nutrición debe orientarse a potenciar o modificar los hábitos alimentarios, involucrando a todos los miembros de la comunidad. Educar sobre la necesidad e importancia de una buena alimentación implica: descubrir y erradicar creencias, mitos y conductas erróneas; promoviendo una mayor consciencia sobre las múltiples funciones de la alimentación en las diversas esferas de la vida, la salud, la producción, distribución y consumo”* (De la Cruz, 2015, s/p).

Con base en lo anterior, la nutrición alimentaria y nutricional tiene sus bases en el contexto sociocultural de la población a la que se pretende orientar, para identificar el acceso y variación alimenticia con la que se cuenta, así como preferencias, gustos y hábitos, sin dejar a un lado el proceso de la digestión, el cual ayuda a entender



cómo ingresa el alimento al organismo además de cómo se digiere, absorbe y excreta por el mismo.

Por último, reconocer que cada individuo tiene necesidades energéticas<sup>6</sup> distintas, para obtener un estado nutricional óptimo que permita el correcto crecimiento y desarrollo de habilidades tanto físicas como cognitivas, es por ello, que el requerimiento calórico entre una persona y otra puede variar según las características físicas y socioeconómicas que presentan, lo que significa que dos personas no pueden seguir el mismo plan alimenticio.

Por lo regular, se menciona la palabra dieta para referirse al cambio que se origina al momento de empezar un régimen nutricional específico, sobre todo cuando se lleva a cabo un déficit calórico, sin embargo, el término por lo regular está mal empleado, ya que principalmente se refiere a la ingesta de alimentos que se realiza diariamente, sin importar si son alimentos saludables o no, así como ingesta calórica elevada o disminuida. Una dieta es entonces *“el conjunto y cantidad de alimento que se consume habitualmente, aunque también se refiere al régimen que realizan personas sanas, enfermas o convalecientes”* (Carbajal, 2013, p.7).

La dieta se encuentra ligada a los hábitos alimentarios de las personas, estos se definen como *“conductas adquiridas por un individuo, por la repetición de actos en cuanto a la selección, la preparación y el consumo de alimentos. Se relacionan con características sociales, económicas y culturales de una población”* (Barriguete

---

<sup>6</sup>“Las necesidades energéticas se definen como la ingesta de energía en la dieta necesaria para el crecimiento o el mantenimiento de una persona de una edad, sexo, peso, altura y nivel de actividad física definidos” (Ireton, 2012, p. 19).

et al. 2017, s/p). En gran medida la adquisición de un hábito comienza desde casa, según las costumbres de familiares y personas cercanas.

*“Los hábitos alimentarios se modifican en la adolescencia por diferentes factores, que se relacionan con los diversos cambios biopsicosociales característicos de esta época. La autonomía para elegir sus alimentos va ligada a la búsqueda de su propia identidad y disminuye en gran medida, la influencia familiar en este aspecto. Suelen comer fuera de casa debido a la modificación de horarios escolares, así como la necesidad de pertenecer e identificarse con las costumbres y modas de la propia generación” (Macedo et al., 2008, p. 30).*

Para el desarrollo de hábitos alimentarios saludables es necesario contar con la información adecuada que ayude a lograr un estado nutricional óptimo. En ocasiones, las y los adolescentes son responsables de su propia alimentación, para lo cual, la referencia alimentaria que perciban de su entorno debe ser lo más certera posible, así como informar las consecuencias de no reunir los nutrientes necesarios en su día a día.

### **2.3 Adolescencia**

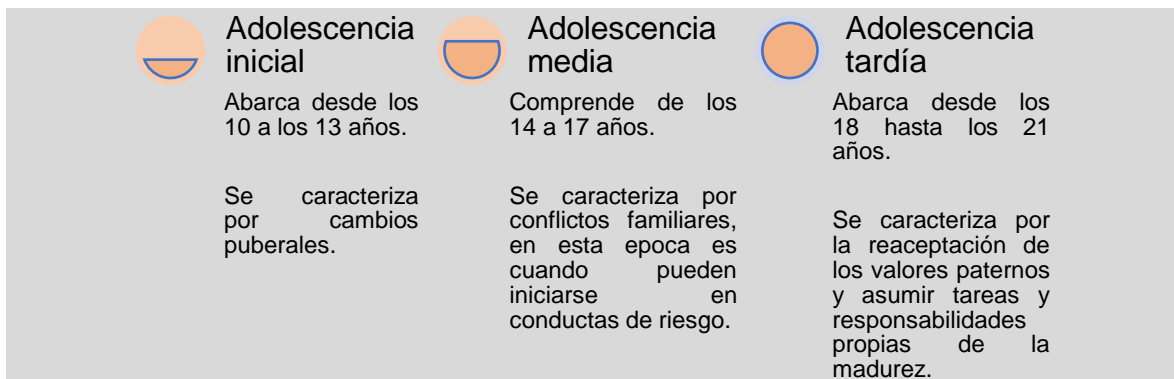
Durante el periodo de adolescencia se tienen cambios físicos, emocionales y sociales, las y los jóvenes comienzan a formar su identidad y crear grupos de amigas y amigos con los que se tiene cierta afinidad (Iglesias, 2013), durante esta etapa dan mucha importancia a los vínculos de amistad mientras se busca una independencia del ámbito familiar, además en este periodo las y los jóvenes centran su atención en aceptar su cuerpo, realizando prácticas que en algunos de los casos pueden resultar perjudiciales para la salud, entre ellas se encuentran los cambios en la conducta alimentaria (Güemes, Ceñal & Hidalgo, 2017).

Por otro lado, Pineda & Aliño definen la adolescencia como:

*“Una etapa entre la niñez y la vida adulta, que cronológicamente se inicia por los cambios puberales y que se caracteriza por profundas transformaciones biológicas, psicológicas y sociales, muchas de ellas generadoras de crisis, conflictos y contradicciones. No es solamente un periodo de adaptación a los cambios corporales, sino una fase de grandes determinaciones hacía una mayor independencia psicológica y social” (Pineda & Aliño, 1999, p. 16)*

Diferentes organizaciones clasifican a la adolescencia de diferentes maneras; para fines de esta investigación se basará en que *“la Sociedad Americana de Salud y Medicina de la Adolescencia la sitúa entre 10 y 21 años”* (Hidalgo & Ceñal, 2014, p. 42). Siguiendo este orden, se describe en la Figura 10, las características propias de cada etapa, tomando como referencia una investigación de los autores Güemes, Hidalgo y Ceñal.

*Figura 10. Etapas de la adolescencia*



Fuente: elaboración propia a partir de Güemes, Ceñal & Hidalgo, 2017, p. 234.

Durante la adolescencia inicial comienzan los cambios puberales, estos se refieren a *“cuando aparecen los caracteres sexuales secundarios y aumenta la velocidad de crecimiento, el niño va experimentando cambios somáticos y psicológicos que progresan ordenadamente, hasta que alcanzan la talla adulta, madurez psicosocial y la fertilidad”* (Molina, 2009, s/p).

Por otro lado, en la adolescencia media se presentan las conductas de riesgo, estas se definen como *“acciones voluntarias realizadas por un individuo que pueden*

*llevar a consecuencias nocivas*" (Corona & Peralta, 2011, s/p); ejemplos de ellas son *"la nutrición y actividad física inadecuada, actividad sexual que pueda conducir a un embarazo no deseado o infección de transmisión sexual, el uso y abuso de sustancias nocivas, conductas que contribuyan a lesiones y violencia"* (Rosabal, Romero, Gaquín & Hernández, 2015, p. 220).

Durante este periodo las y los adolescentes dejan atrás el cuerpo de infantes para evolucionar a una nueva etapa dentro de la vida adulta, se encuentran en un intermedio donde ya no son niñas o niños, pero tampoco son adultos, todo este proceso de desarrollo en el que tratan de encontrar su identidad, crear lazos con personas afines a sus ideales, gustos, estatus socioeconómico y adaptarse a los cambios de su cuerpo.

Por último, en la adolescencia tardía las y los adolescentes alcanzan un nivel de madurez que empuja a tomar nuevas responsabilidades propias de la vida adulta, por lo regular durante esta etapa comienzan a definir su futuro, ya que se encuentran cursando sus estudios universitarios o algunas y algunos deciden formar una familia o tener hijas e hijos, se puede decir que de cierta forma pueden lograr una mayor estabilidad en el aspecto psicosocial, familiar, laboral, etc.

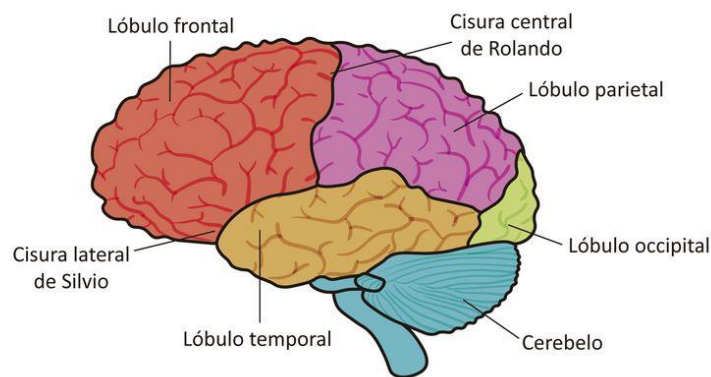
### **2.3.1. Cambios a nivel cerebral en la adolescencia**

Antes de comenzar a hablar de la transición física y social que se dan en el periodo de la adolescencia, es importante hablar de lo que sucede a nivel cerebral, ya que; *"los cambios corporales demandan en el adolescente un gran esfuerzo adaptativo, pero un hecho frecuentemente pasado por alto es que los cambios en el*

*comportamiento suceden, porque algo que también cambia con la pubertad es el cerebro” (De Caro, 2013, p. 28).*

La variación en la conducta de las y los adolescentes tiene que ver con el proceso de maduración del lóbulo frontal que se encuentra localizado en la parte anterior del cráneo, y tiene un papel importante en el *“control de impulsos, automonitoreo de la conducta, toma de decisiones, anticipación de consecuencias a corto, mediano y largo plazo, durante la adolescencia esta parte se encuentra inmadura”* (De Caro, 2013, p. 29). En la Imagen 3 se observa las diferentes clasificaciones que se le dan al cerebro de un adulto.

*Imagen 3. Lóbulo prefrontal del cerebro*



Fuente: Causarano, 2022, s/p

La importancia que tiene la corteza o lóbulo frontal en el ser humano es que *“se encuentran las funciones cognitivas más complejas y evolucionadas; inteligencia, creatividad, ejecución de actividades, toma de decisiones o el juicio ético y moral”* (Tirapu *et al.*, 2012, p. 90). Derivado de esta funcionalidad propia del cerebro y ese periodo que involucra varios años, en el que atraviesan las y los niños para convertirse en adultos, es que se presenta una inestabilidad para la toma de decisiones, no acepta normas y juzga las decisiones de padre y madre, (Tabla 9).

*Tabla 9. Cambios cognitivos según la etapa de la adolescencia*

Adolescencia temprana	Adolescencia media	Adolescencia tardía
<p>Surgimiento del pensamiento abstracto.</p> <p>La toma de decisiones se toma como un soñar despierto, es importante para el desarrollo de la identidad que le permite aprender a resolver problemas. Aunque el pensamiento aún es inestable.</p>	<p>Incremento en el razonamiento y creatividad, no acepta normas sin conocer el principio que la rige.</p> <p>Comienza a ser crítico con la sociedad y sus padres.</p> <p>Se espera que obtenga logros académicos y se prepare para el futuro.</p>	<p>Pensamiento establecido.</p> <p>Aumenta la habilidad para predecir consecuencias y la capacidad de resolución de problemas.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Gaete, 2015, pp. 439-441.

El comportamiento que mantienen las y los adolescentes se debe a la falta de maduración del lóbulo frontal del cerebro, pero también en gran medida influyen los cambios en la segregación de hormonas y la adaptación a la propia modificación corporal, estos son los que a su vez propician a desarrollar o potenciar los problemas de autoestima, inseguridades o percepción distorsionada de la imagen corporal.

### **2.3.2 Cambios físicos, hormonales, y psicosociales de la y él adolescente**

En las etapas de la adolescencia (temprana, media y tardía) se presentan cambios en la composición corporal que resulta del desarrollo de las características sexuales secundarias, tanto en hombres como mujeres, esta transformación es llevada a cabo gracias al aumento de la producción de varias hormonas, las cuales se describen más adelante. Derivado de estos cambios las y los adolescentes pueden experimentar un comportamiento distinto en su entorno social.

La adolescencia temprana que comprende de los 10 a los 13 años;

*“Se caracteriza por el crecimiento y desarrollo somático acelerado, inicio de los cambios puberales y de los caracteres sexuales secundarios. Preocupación por los cambios físicos, marcada curiosidad sexual, búsqueda de autonomía e independencia, por lo que los conflictos en familia, maestros u otros adultos son más marcados” (Pineda & Aliño, 1999, p.16).*

Los cambios físicos son aquellos que dan como resultado el desarrollo de órganos sexuales característicos de hombres y mujeres. Cada niña y niño comienza el desarrollo del cuerpo en edades distintas; *“el inicio de los cambios puberales viene determinado tanto por variables genéticas como ambientales (alimentación, condiciones de salud, actividad deportiva, lugar geográfico, estímulos psíquicos y sociales)”* (Hidalgo & Ceñal, 2014, p. 42). Sin embargo, se prevé que comience antes o durante los 13 años de edad.

Dentro de esta etapa comienzan a aparecer los caracteres secundarios *“los cuales comprenden el desarrollo y maduración sexual de las y los adolescentes”* (Iglesias, 2013, p. 89), para esto, *“la escala de Tanner describe los cambios físicos que se observan en los genitales, pecho y vello púbico, a lo largo de la pubertad en ambos sexos. Esta escala es aceptada internacionalmente, divide los cambios puberales en 5 etapas”* (Molina, 2009, s/p).

*Imagen 4. Escala de Tanner en niñas*

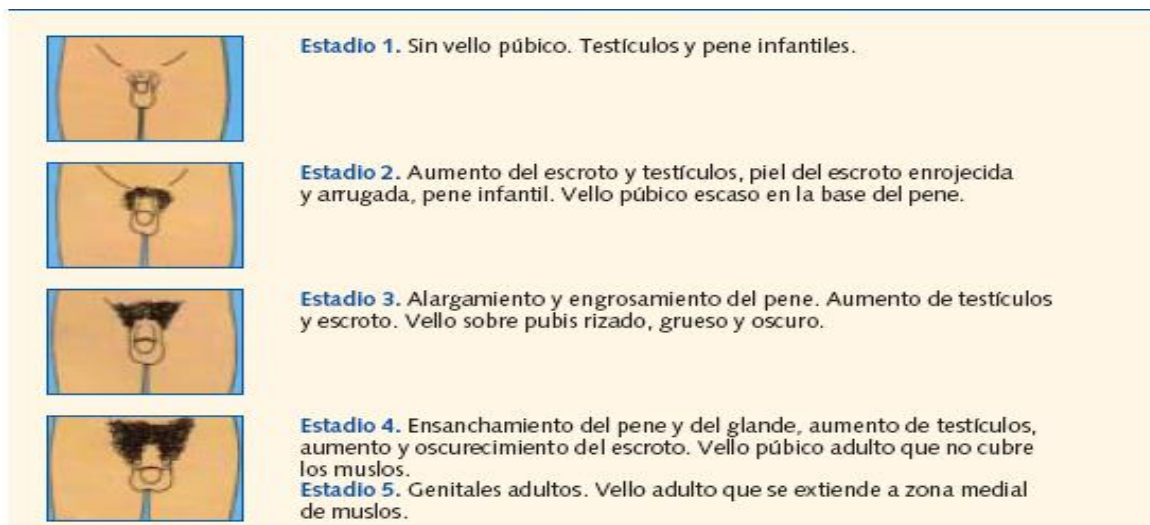


Fuente: Tanner, 1962, tomado de Molina, 2009, s/p

Dentro de la Imagen 4 se clasifican los cambios físicos que ocurren en el cuerpo de una niña. Antes de entrar a la pubertad, no presenta prominencia en los pechos ni presencia de vello púbico, una vez que ingresa a esta etapa comienza a aparecer gradualmente el vello, aunque no es rizado y poco a poco los senos suelen ir creciendo, para cuando termina la etapa de la adolescencia, las glándulas mamarias han completado su desarrollo, el vello púbico es prominente y rizado.

Por otro lado, en la Imagen 5, se describen los cambios físicos que manifiestan los niños una vez que entran en la etapa de la pubertad, contribuyendo al desarrollo para llegar a la adultez y la vida reproductiva, esta transición se ve directamente influenciada por el proceso hormonal. Antes de entrar a la pubertad el pene y testículos son pequeños y no hay presencia de vello púbico, y gradualmente van creciendo y engrosando, así como apareciendo vello púbico rizado.

*Imagen 5. Escala de Tanner en niños*



Fuente: Tanner, 1962, tomado de Molina, 2009, s/p



Los cambios hormonales<sup>7</sup> ocurren debido al aumento en la segregación de las hormonas sexuales por parte del hipotálamo (glándula que se localiza en el cerebro) y las gónadas masculinas (testículos) y femeninas (ovarios), éstas son las encargadas de lograr el cambio físico característicos de cada sexo, dentro de la Tabla 10, se describe cada una de las sustancias involucradas y su principal función en el desarrollo de hombres y mujeres.

*Tabla 10. Hormonas encargadas de la maduración sexual*

Hormona	Función en mujeres	Función en hombres
<b>Folículo estimulante (FSH)</b>	Estimula el desarrollo ovárico, (llevando a una maduración del óvulo y por ende ocurra la ovulación)	Estimula la producción de espermatozoides
<b>Luteinizante (LH)</b>	Interviene en el desarrollo de células del ovario (creación del cuerpo lúteo para producir progesterona, hormona relacionada con el ciclo menstrual)	Interviene en el desarrollo de células de los testículos para producir testosterona
<b>Estradiol</b>	Estimula el desarrollo de las mamas	Acelera el crecimiento de los huesos
<b>Testosterona</b>	Acelera el aumento de la talla y promueve la producción de grasa en las glándulas sebáceas	Promueve el incremento de la talla; interviene en el aparato genital, modifica el tono de voz y aumenta el deseo sexual, favorece la producción de grasa de las glándulas sebáceas
<b>Andrógenos suprarrenales</b>	Estimulan el vello pubiano y la talla, influyen en el acné, sudoración y olor corporal	Estimulan el vello pubiano y la talla

Fuente: elaboración propia a partir de Mafla, 2008, p. 44 & Iglesias, 2013, p.89

Dentro de la Tabla se puede apreciar que en ambos sexos se encuentran las mismas hormonas, sin embargo, lo que ocasiona la diferencia en el desarrollo de las características entre uno y otro es la cantidad de sustancias que se encuentra dentro del organismo, y esto es, porque poseen diferentes órganos sexuales, por

<sup>7</sup> Una hormona es una sustancia bioquímica que es segregada hacia el torrente sanguíneo en cantidades pequeñísimas por órganos internos denominados glándulas endocrinas. Las hormonas que ocasionan el crecimiento y cambios físicos existen en pequeñas cantidades desde el periodo fetal, sólo que su producción aumenta a los 10 años en las mujeres y entre los 12 y 13 en varones (Craig & Bacum, 2009, p. 348).

ejemplo, no es la misma cantidad de testosterona que contiene una chica y un chico; “en el hombre adulto el testículo produce entre 2.5 y 11 mg/día de testosterona, en la mujer los ovarios y las suprarrenales producen aproximadamente 0.25 mg/día de esta misma” (Malgor & Valsecia, p. 212).

Los cambios psicosociales se originan debido a los cambios físicos notorios guiados por el aumento en la producción de hormonas sexuales repercutiendo en la forma de pensar de la o él adolescente, afectando de cierta forma, la manera en la que se desarrolla la convivencia social o en forma en que se dirigen a las personas que se encuentran dentro de su contexto social, educativo y familiar, en la Tabla 11 se explica el proceso de maduración psicosocial en la adolescencia temprana, donde la y él adolescente cree que es el centro de atención, desea su independencia y comienza a alejarse de la familia, así como existe una preocupación por su imagen corporal.

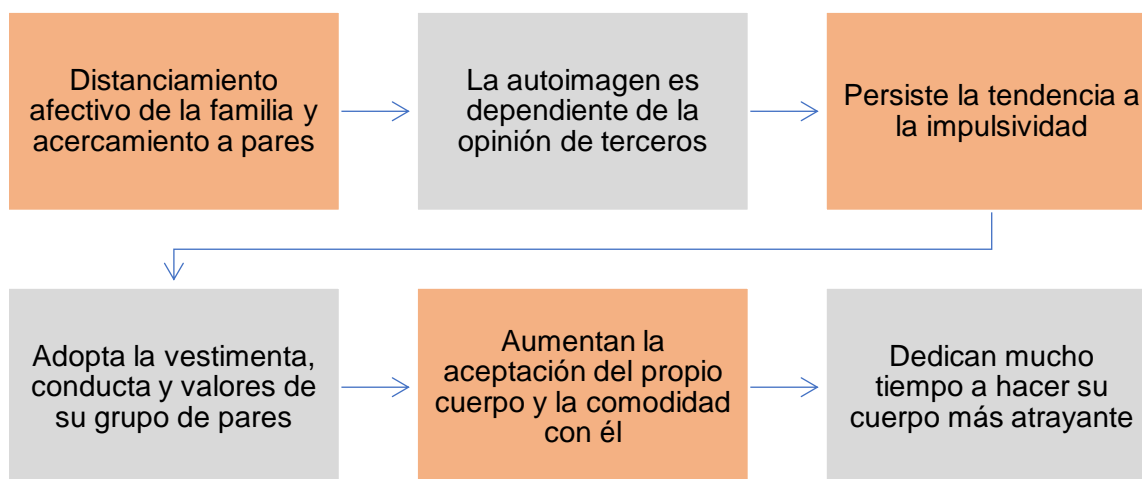
*Tabla 11. Cambios psicosociales en la adolescencia temprana*

Egocentrismo	Cambios bruscos del estado de ánimo	Movilidad fuera de la familia	Preocupación por el cuerpo
Centrado en su propia conducta, cambios corporales y apariencia física.	Magnificar las situaciones personales (ejemplo: ¡me voy a morir si no voy al concierto!).	Aumenta el deseo de independencia de él o la joven y disminuye su interés por las actividades familiares.	Las rápidas transformaciones corporales llevan al adolescente a preocuparse por su imagen.
Cree que los demás se preocupan por su apariencia y conducta al igual que él o ella.	Falta de control de impulsos y necesidad de gratificación inmediata y privacidad.	Empieza a poner a prueba la autoridad, evidencia más resistencia a los límites, a la supervisión y aceptar consejos o tolerar críticas de parte de los padres.	Compara su cuerpo con el de otros jóvenes y con los estereotipos culturales.
Siente que es el centro de atención de un público imaginario constituido por sus pares.	Presentan metas no realistas o idealistas.		Aumenta el interés de la anatomía y fisiología sexual.
Elegirá su vestimenta, peinado, accesorio, lenguaje y música para satisfacer o ser admirado por su audiencia.			

Fuente: elaboración propia a partir de Gaete, 2015, p. 439.

En la adolescencia media, la cual abarca de los 14 – 17 años, continúan los cambios que empezaron durante la adolescencia temprana; los hombres presentan cambios en el tono de voz, haciéndose cada vez más grave, aparece acné en ambos sexos y algunas mujeres casi han completado su desarrollo físico, además de que la mayoría de ellas ha logrado tener un ciclo menstrual regular (Allen & Waterman, 2019). Los cambios psicosociales que surgen durante esta etapa se describen en la Figura 11, donde se muestra que continúan alejándose de la familia y sienten mayor acercamiento con su grupo de amigos, es cuando realizan conductas de riesgo en las que se encuentra los trastornos de la conducta alimentaria como medida para modificar su composición corporal, buscando aceptación de sus pares.

*Figura 11. Cambios psicosociales en la adolescencia media*



Fuente: elaboración propia a partir de Gaete, 2015, pp. 440-441.

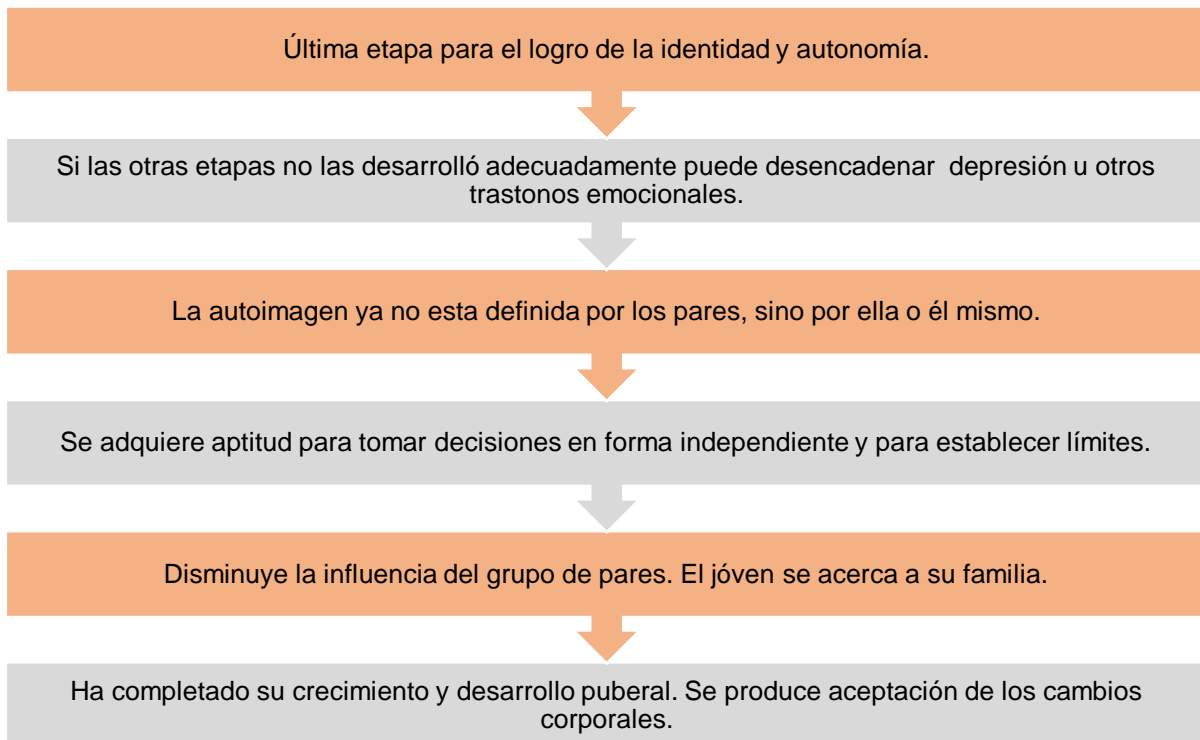
Por último, en la adolescencia tardía que corresponde de los 18 a 21 años de edad), las y los jóvenes han concluido su desarrollo físico y mental, han alcanzado un nivel de madurez que le permita tomar sus propias decisiones:

*“En esta fase se ha culminado gran parte del crecimiento y desarrollo, el adolescente va a tener que tomar decisiones importantes en su perfil educacional y ocupacional. Se ha alcanzado un mayor control de los*

*impulsos y maduración de la identidad, inclusive en su vida sexual, por lo que está muy cerca de ser adulto joven” (Pineda & Aliño, 1999, p. 17).*

Entre los cambios psicosociales, se encuentra mayor autonomía y ya establecieron su identidad, por lo que ya no necesitan de la aprobación de las personas de su entorno social para sentirse seguras o seguros. En la Figura 12 se muestra como la o él adolescente ya maduró en el aspecto físico, social y cognoscitivo, lo que le permite tomar sus propias decisiones no dejándose influenciar por su grupo de pares, deja de prestar atención en la forma de verse para agradecerle a las demás personas, y nuevamente busca una relación armoniosa con su familia, para que todo esto suceda, es necesario que la o él joven haya tenido un equilibrio en el desarrollo de las dos etapas anteriores, ya que si hubo conflictos en alguna etapa de la adolescencia puede desencadenar problemas en lo posterior.

*Figura 12. Cambios psicosociales en la adolescencia tardía*



Fuente: elaboración propia a partir de Gaete, 2015, p. 441.

En conclusión, debido a los cambios que sufren las mujeres y los hombres durante la adolescencia, existe una mayor preocupación e incomodidad por la estética corporal. Al inicio de la pubertad es un periodo de adaptación al mismo desarrollo por el que están pasando, conforme pasan los años van madurando emocionalmente y encuentra aceptación por la forma de su cuerpo, sin embargo, en la etapa intermedia pudiera ser que la o el joven tengan una percepción alterada sobre su imagen, lo cual puede encaminarlos a realizar una conducta de riesgo, como un trastorno de la conducta alimentaria, por último, en la adolescencia tardía, él y la adolescente se encuentran más maduros y dejan de intentar agradar a las y los demás, para concentrarse en lo que en verdad les gusta.

### **2.3.3 Autoconcepto y problemas alimenticios en la adolescencia media**

Como se ha mencionado anteriormente, las y los adolescentes presentan una preocupación por su imagen corporal y durante esta etapa son muy influenciados por su grupo de pares, así mismo su percepción puede verse distorsionada por los estereotipos de belleza que se inculcan dentro de su propio entorno o que se observan a través de los medios digitales.

*“Durante la adolescencia se produce la integración de la nueva imagen corporal, la cual contribuye a la valoración de sí mismo, y el adolescente desarrolla un conjunto de sentimientos y actitudes hacia su propio cuerpo, que a su vez contribuyen a la afirmación del sentimiento de identidad”*  
(Berryman, 1994 citado por Amar & Hernández, 2005, p. 5)

El autoconcepto de la o él adolescente juega un papel importante en su correcto desarrollo, debido a que si hay un rechazo o incomodidad con su propia percepción puede desencadenar conductas de riesgo, así mismo, se relaciona directamente

con la autoestima, ya que si hay aceptación hacia sí misma o mismo, contribuye a una travesía óptima que dará como resultado a una adulta y adulto sanos, es aquí donde las relaciones familiares y sociales brindan soporte y acompañamiento.

Para definir el autoconcepto se engloban diferentes variables, *“percepción de sí mismo; actitudes, sentimientos y conocimientos respecto a las propias capacidades, habilidades y apariencia”* (Madrigales, 2012, p. 11). Por otro lado, autoestima se refiere a *“la capacidad o actitud interna con que un individuo se relaciona consigo mismo y lo que hace que se perciba dentro del mundo de una manera positiva”* (Montoya & Sol, 2001, citado por Silva & Mejía, 2015, p. 243).

Es por ello, que autoestima y autoconcepto van de la mano debido a que se refieren a esa percepción que se tiene de uno mismo y/o a sentir comodidad con lo que proyecta a las y los demás, para que esto se logre de manera adecuada es necesario formar vínculos saludables desde pequeños con las personas más cercanas, y poder reflejar a sus pares esa satisfacción personal.

Dentro de los cambios que se tienen en la adolescencia media, mencionados anteriormente en la Figura 11, se presenta un mayor deseo de cuidar la imagen corporal<sup>8</sup> para poder agradar a otro individuo por el cual se siente atracción física y/o sexual. Además, en ocasiones se crece con estereotipos de belleza que dictan según el sexo biológico las conductas o maneras de vestir, creando inseguridades sobre su mismo aspecto.

*“La imagen corporal es un concepto dinámico que puede modificarse a lo largo de la vida. La percepción del propio cuerpo está influida por factores*

---

<sup>8</sup> Imagen corporal se refiere a la representación mental realizada del tamaño, figura y forma de nuestro cuerpo, cómo lo vemos y cómo creemos que los demás lo ven. Además de la percepción implica cómo sentimos el cuerpo (insatisfacción, preocupación) y como actuamos con respecto a este (García, 2004 citado por Salazar, 2008, p. 68).

*socioculturales (...) El estereotipo de belleza femenino de las sociedades contemporáneas se basa en la extrema delgadez y el masculino en cuerpos musculados. La lucha por alcanzar el canon de belleza impuesto por la sociedad ha contribuido a la aparición de diferentes trastornos de la imagen corporal. Los medios de comunicación son un factor importante en el desarrollo de estos procesos, en la insatisfacción con la propia imagen y en la estigmatización del individuo” (Muñoz, 2014, p. VI).*

La educación, cariño, comprensión, respeto, que las y los adolescentes han tenido desde su infancia, rinde frutos al llegar a esta etapa, ya que si ha sido armonioso su crecimiento aumentará su autoestima y por ende contribuir a una adecuada autopercepción, donde también influye las relaciones entre pares. Actualmente, las y los jóvenes hacen mayor uso las TIC, en las cuales se mantienen en contacto con sus amigos y amigas, pero además pueden encontrar publicidad en la que se maneja un estereotipo de cuerpo ideal.

*“Se ha encontrado una difusión de estereotipos a través de medios de comunicación, que determinan la modificación de preferencias y toma de decisiones de las mujeres, así como la construcción del sentido de estereotipo a seguir. Como consecuencia se identifica el aumento en el número de trastornos alimenticios; así como conductas relacionadas con la reducción de peso, obsesión por el cuerpo perfecto y dietas extremas; trastornos relacionados con la autoevaluación de la imagen corporal como la distorsión de la autopercepción, autoestima baja, autoflagelación, cirugías plásticas y estéticas” (Buitrago, Ulloa & Vaca, 2016, p. 8).*

Un Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA) se refiere a la acción de alterar el proceso alimenticio con la finalidad de obtener una modificación física, principalmente para reducción del peso y constante preocupación por la imagen corporal (Vargas, 2013). Las y los jóvenes que llegan a presentarlos sienten una insatisfacción por cómo se perciben a sí mismos teniendo una idea equivocada de cómo los percibe la sociedad, creen que si llegan a consumir algún producto alto en calorías subirán tanto de peso que dejarán de ser atractivas o atractivos.

Entre los TCA más frecuentes en adolescentes, se encuentra la anorexia y bulimia nerviosa, la primera se caracteriza por un temor a consumir cualquier tipo de alimento por temor a engordar, por lo que la restricción de energía diaria disminuye considerablemente, por otro lado, la bulimia consiste en tener una serie de atracones en los cuales después de consumir los alimentos se siente culpa por lo que recurre al vómito, ambos casos traen consigo problemas de salud, que si no son tratados a tiempo pueden llegar a ocasionar la muerte (Tabla 12).

*Tabla 12. Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes*

Trastorno	Característica
Anorexia Nerviosa	<p>Pérdida considerable de peso en un periodo corto de tiempo, la persona niega ingerir alimento por el intenso miedo a engordar.</p> <p>La restricción de nutrientes no permite que el cuerpo logre las necesidades energéticas diarias y esto a largo plazo genera alteraciones físicas que aumentan la morbilidad y mortalidad.</p> <p>Puede ser leve (un solo episodio), vacilante (con periodo de recaídas) o crónico (durante años).</p>
Bulimia Nerviosa	<p>Conjunto de episodios que siguen el mismo orden:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingesta de gran cantidad de comida, conocido como atracón, en un periodo corto de tiempo, produce una pérdida de control.</li> <li>2. Surge una sensación de malestar, culpa y depresión que se suaviza mediante el uso de conductas compensatorias, cuyo fin es evitar el aumento de peso.</li> <li>3. Las conductas compensatorias pueden ser: Purgativas. Vómito autoprovocado, uso de laxantes o ayuno. No purgativas. Dieta o ejercicio excesivo.</li> </ol> <p>La gravedad del diagnóstico depende del promedio de episodios de atracón y conductas compensatorias repetidas en una semana.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Sánchez, 2019, p. 6.

En ocasiones, los episodios que se muestran en la Tabla 12 pueden aparecer debido a las burlas o acoso que se realizan dentro del entorno social o familiar, generando en la o él joven inseguridades acerca de su cuerpo, quizá el mismo individuo no lo había notado o no le daba importancia a algún problema de su peso, pero al ser marcado por su grupo de pares es cuando comienza a quedarse dentro de su percepción.



Por lo que se concluye que las y los adolescentes se encuentran en una etapa de diversos cambios tanto físicos, emocionales, cognitivos y sociales, su cuerpo comienza a cambiar para dejar de ser niños y prepararse para la vida adulta, pronto tendrán que tomar decisiones acerca de su futuro, tales como la universidad y la carrera profesional de su agrado, si prefieren dejar los estudios y trabajar o incluso si desean empezar una familia con la pareja que eligieron.

En lo que se adaptan a estos cambios, tienen conflictos con su madre y padre porque buscan su independencia y no están de acuerdo con las ideas que quieren imponerles, por lo que empiezan a acercarse más con su grupo de pares, los cuales tienen ideas, gustos, pasatiempos similares. Así mismo, adoptan una vestimenta que les de identidad y defina el adulto que pretenden llegar a ser, es la etapa en la que pueden caer en conductas de riesgo.

Dentro de las conductas de riesgo se encuentran las conductas relacionadas a la alimentación, debido al cambio físico se empiezan a crear ciertas inseguridades que, si el entorno social no es saludable, pueden seguir aumentando. Para evitar que las y los adolescentes tengan problemas relacionados a la autoestima y esto afecte su autopercepción, es necesario que crezcan en un ambiente familiar de respeto y amor.

Los TCA son frecuentes en la adolescencia, los estereotipos sociales contribuyen a que estos aparezcan y/o vayan en aumento, dentro de la publicidad de los medios sociales se observan a mujeres demasiado delgadas o curvilíneas, así como hombres muy apuestos y musculosos, dando la falsa idea de que ese es el cuerpo y apariencia ideal, generando insatisfacciones con la forma que tiene su cuerpo.

### **CAPÍTULO III.**

## **EDUCACIÓN ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL. CONSUMO DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES DIGITALES**

Dentro de este capítulo se muestran los resultados del estudio, dónde se indaga si la educación alimentaria que reciben las y los adolescentes en su formación durante la preparatoria les permite tener criterios sólidos para valorar la información y datos que consumen en las redes sociales digitales, así como en la publicidad que promocionan las y los *influencers* alimenticios.

Para ello, se parte con la descripción del contexto de la EMS, el plan de estudios de la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria y las características de la “Preparatoria Villanueva”, lugar donde se llevó a cabo la investigación; tales como la ubicación, infraestructura, equipamiento, cantidad de alumnas y alumnos, docentes frente a grupo, directivas, así como personal administrativo y de apoyo; además de particularidades de las y los alumnos que formaron parte del estudio. Lo anterior para tener una mejor comprensión e interpretación de la información arrojada a través de las encuestas.

Debido a que la investigación se centra en estudiantes con la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, en el capítulo II se hace una explicación del módulo sobre nutrición, donde se describen los temas más significativos que se abordan en la materia y por lo tanto, son los conocimientos que las y los alumnos deberían tener, permitiendo que de esta forma cuenten con una educación

alimentaria y nutricional otorgándoles criterios para la selección de la información que perciben en redes sociales digitales.

A partir de esa información, se realizó la interpretación de los resultados en donde se clasificaron las preguntas de manera que respondieran lo siguiente: hábitos de consumo en redes sociales digitales, consumo de temas alimenticios en redes sociales digitales, percepciones de las y los *influencers* y los estereotipos de belleza y, por último, contraste entre la educación alimentaria y nutricional con la información de redes sociales digitales y de la institución educativa.

### **3.1 Contexto de la “Preparatoria Villanueva”**

La “Preparatoria Villanueva” con clave de centro de trabajo 32EBH0028K y dirección en calle Purísima número 25, colonia Loma del Diezmo, Villanueva, Zacatecas, Código Postal 99547, pertenece a las Preparatorias Estatales formando parte de la DGB, vinculadas directamente a la Secretaría de Educación del Estado de Zacatecas, por lo tanto, es de carácter público, posee un turno matutino y el tiempo promedio para egresar de ella, abarca 3 años dividido en 6 semestres.

Según el Panorama Sociodemográfico de Zacatecas, (INEGI, 2020) en el 2020 existían 31, 558 personas en el municipio de Villanueva, incluyendo hombres y mujeres; es muy común que su población viaje a Estados Unidos de América (EUA), por lo regular lo hacen en temporada vacacional, incluso hay mujeres que deciden dar a luz a sus hijos en aquel país y luego regresar, otorgando de este modo la ciudadanía americana a la o él recién nacido, es por ello, que algunas y algunos estudiantes de la preparatoria tienen esta nacionalidad, incluso es común que falten a las clases porque están de viaje en EUA, comprobando estos datos con

las causas de migración, dónde el 61.3% refirió hacerlo por cuestiones familiares, el 16.2% por trabajo y el 3.0% para estudiar.

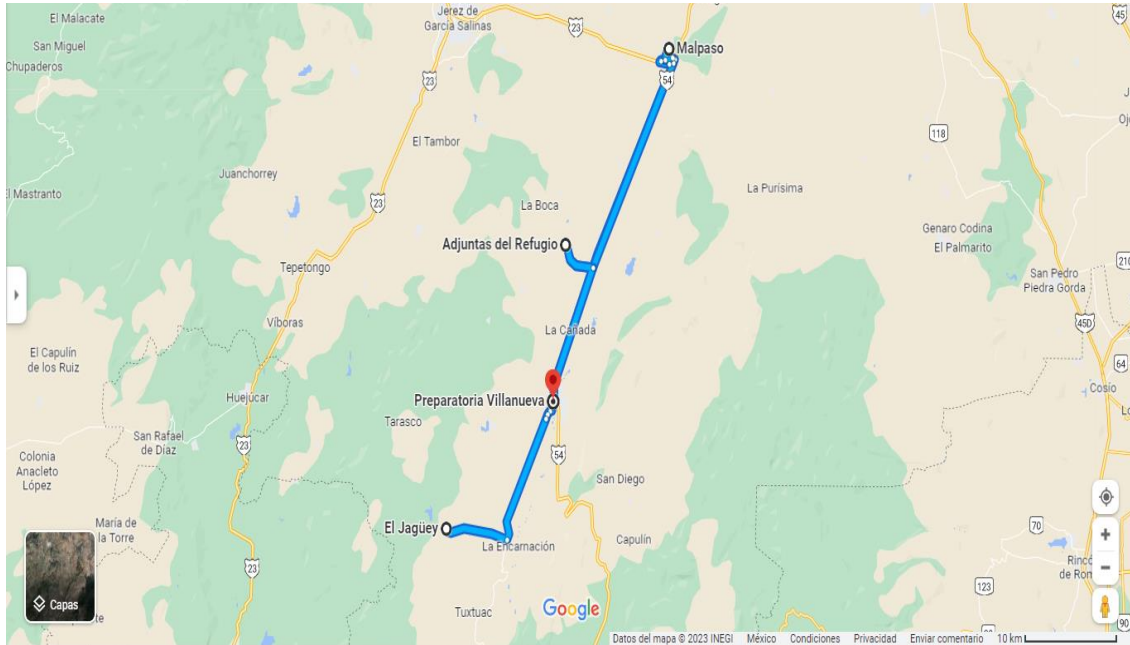
En la encuesta aplicada por el INEGI, dentro de las características económicas; se encontró que, de la población activa dentro del campo laboral, el 76.0% correspondía a hombres y tan sólo el 24.0% perteneció a las mujeres; de las personas que no se consideraban económicamente activas el 59.6% fueron personas dedicadas a los quehaceres del hogar, en segundo lugar, el 24.4% eran estudiantes. De la población en general, sólo el 17.0% había concluido la EMS y el 68.1% logró sus estudios en educación básica. Por otro lado, en cuanto a la disponibilidad de TIC el 79.4% de los habitantes contaban con un teléfono celular, el 23.2% tenía acceso a internet y el 13.4% tenían una computadora (INEGI, 2020).

Para trasladarse a la escuela; las y los estudiantes lo hacen en automóviles ya sean propios o de sus tutoras o tutores, así como en motocicletas y una pequeña parte lo hace en bicicletas, otras y otros llegan en combis o son llevados por madre o padre y quienes viven cerca, se trasladan caminando. En cuanto a su vestimenta, por lo regular llevan el uniforme institucional, el pants únicamente cuando les toca actividades deportivas y rara vez, ropa casual.

El mayor porcentaje de estudiantes radica en la cabecera municipal, mientras una pequeña parte proviene de comunidades cercanas como el Jagüey, Malpaso y las Adjuntas del Refugio, entre otras, estos lugares se señalan en la Imagen 6. La distancia que existe entre la preparatoria y las comunidades mencionadas es la siguiente: el Jagüey 18.34 km, Malpaso 32.12 km y las Adjuntas del Refugio 15.60 km, para que las y los estudiantes de estas localidades puedan llegar a la

preparatoria existen combis que los dejan frente a la entrada o apenas a unas cuabras de la misma.

*Imagen 6. Ubicación geográfica de la “Preparatoria Villanueva”*



Fuente: Google maps, 2023, s/p

La preparatoria se encuentra cerca de la entrada al municipio casi a un costado de las instalaciones de la feria y protección civil, a unos minutos del jardín principal, de la central de combis, y del Hospital Rural de Oportunidades #51, el cual pertenece al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), estando en una ubicación de fácil acceso y traslado, localizada dentro del contexto urbano ya que se encuentra en la cabecera municipal.

A continuación, en La Imagen 7, tomada un día habitual de clases, se muestra el exterior de la “Preparatoria Villanueva”. Frente la entrada se encuentra la dirección y sala de maestras y maestros, de lado izquierdo está la cooperativa escolar, hacia la derecha se ubican las aulas y centro de cómputo. Atrás de la

dirección se localizan los baños de hombres y mujeres, laboratorio, auditorio y plaza cívica.

*Imagen 7. Fachada de la “Preparatoria Villanueva”*



Fuente: propiedad de la autora, 2023

El personal que conforma a esta institución educativa es el siguiente: 16 docentes frente a grupo, de los cuales; 5 son maestras y maestros de jornada, 4 tienen horas definitivas y 7 son contratadas y contratados con horas temporales, 1 subdirectora académica y 1 subdirector administrativo que, a su vez, ambos tienen horas frente a grupo, 1 directora, 3 secretarías dos de ellas son de base y 1 de contrato, por último, 1 intendente.

La matrícula durante el ciclo escolar 2022-2023 fue de 360 alumnas y alumnos, repartidos en 11 grupos, 4 son de primer grado (primer y segundo semestre), 4 de segundo grado (tercer y cuarto semestre) y 3 de tercer grado (quinto y sexto semestre). Además, la preparatoria cuenta con un laboratorio para prácticas de química y biología (aunque en ocasiones sirve como aula de clases para la formación propedéutica debido a la falta de espacios), un auditorio donde se realizan diversas actividades académicas, el centro de cómputo es un espacio que

solo es utilizado por las alumnas y los alumnos de primer grado y aquellos que eligen la formación para el trabajo de TIC.

Por otro lado, se encuentra una pequeña cooperativa escolar la cual vende comida y golosinas durante el receso. Vale resaltar que los alimentos no son saludables, en su mayoría se encuentran productos “chatarra”, lo que quiere decir que contienen bajo valor nutricional, además, la comida que se prepara es alta en carbohidratos y grasas, sin olvidar que en las instalaciones no cuentan con los servicios adecuados para brindar una atención de calidad, basada principalmente en las normas de higiene. Por lo tanto, no reúne las características que fomenten la educación alimentaria y nutricional, tal como lo muestran las Imágenes 8, 9 y 10.

*Imagen 8. Cooperativa escolar*



*Fuente: propiedad de la autora, 2023*

La Imagen 8 muestra el exterior de la cooperativa escolar, ubicada hacia el lado izquierdo de la entrada a la institución, se venden alimentos preparados como gorditas, burritos, tortas, etc., así como productos empaquetados, por ejemplo, caramelos, galletas, refrescos y Sabritas. Por otra parte, la infraestructura no está en buenas condiciones, las y los estudiantes se acercan a pedir sus alimentos y lo

consumen en los alrededores, sin contar con un espacio adecuado para sentarse o que promueva el lavado de manos, entre otras medidas de higiene para la manipulación, almacenamiento y procesamiento adecuados de los alimentos.

*Imagen 9. Alimentos empaquetados que se venden en la cooperativa escolar*



Fuente: propiedad de la autora, 2023

La Imagen 9 muestra los alimentos empaquetados que se venden durante el receso, donde se pueden observar frituras, galletas, pastelillos y algunos dulces, sí bien, es opcional el consumo de estos productos, por parte de esta cooperativa no se fomenta una alimentación adecuada o balanceada. La mayor parte de la venta es durante el receso, el cual es de 11:20 a 11:50 a.m., pero cabe mencionar que empiezan a brindar servicio desde las 9:40 a.m. hasta las 12:30 p.m. aproximadamente, ocasionando que las y los alumnos estén buscando cualquier pretexto para salir y adquirir estos productos.

En cualquier momento del día se puede ver a las y los estudiantes consumiendo alimentos que adquieren en la cooperativa escolar, interfiriendo con el tiempo de clases ya sea porque llegan tarde por estar comprando o por las llamadas de atención de las y los maestros, dónde se les pide que guarden sus



alimentos para que no se distraigan y puedan realizar las actividades correspondientes.

*Imagen 10. Alimentos preparados de venta durante el receso*



Fuente: propiedad de la autora, 2023

En la Imagen 10 se muestra el menú del día, generalmente se venden gorditas de discada, adobada o bistec, en ocasiones varían los platillos, ya sea con tortas de chorizo, flautas, *hot dogs*, hamburguesas, burritos, etc. Como se aprecia en la Imagen, las condiciones de la infraestructura no son las adecuadas, ya que esto favorece la acumulación de agentes patógenos que puedan contaminar el alimento, además que las personas que preparan los platillos no utilizan indumentaria adecuada, como cofias, cubrebocas, guantes.

Como parte de la educación alimentaria, no solamente es tener conocimientos sobre qué consumir y que no, o con qué frecuencia realizarlo, sino también tener prácticas higiénicas en el manejo y preparación de los alimentos, así como una infraestructura que facilite la limpieza de las áreas, además del cuidado con factores externos que puedan contaminar las preparaciones, tanto con

productos de limpieza, accesorios o agentes biológicos como moscas, cucarachas o animales domésticos.

Lo ideal, es que siempre las personas que manipulan alimentos para venta y consumo deben usar ropa adecuada y limpia, así como cabello totalmente recogido y el uso de cofia y cubrebocas, además el lavado frecuente de manos y sin accesorios en ellas, tales como anillos, pulseras, aretes, etc. En la Imagen 11 se muestra la indumentaria apropiada para manipuladores de alimentos.

*Imagen 11. Manipulación higiénica de alimentos*



Fuente: Ortega, 2018, s/p.

Lo anterior muestra que dentro de la institución educativa no se cuenta con las políticas alimentarias correspondientes a un servicio de alimentación, las cuales se rigen a través de la *Norma Oficial Mexicana NOM-251-SSA1-2009, Prácticas De Higiene Para El Proceso De Alimentos, Bebidas O Suplementos Alimenticios*. Contar con un servicio de alimentación con la infraestructura y características pertinentes para el buen manejo y conservación de los alimentos, puede contribuir a que las y los estudiantes de la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria pongan en práctica sus conocimientos relacionados a la educación nutricional.

### **3.2 Educación alimentaria en la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria**

La educación alimentaria forma parte de los temas centrales de este estudio, en este sentido, se analizan los aspectos generales de la EMS, y de manera particular de la “Preparatoria Villanueva”, para finalmente enfocarse en las características del plan de estudio de la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, donde se imparte un módulo sobre nutrición.

La Preparatoria Villanueva pertenece a la Subsecretaría de Educación Media Superior, la cuál es un:

*“Órgano dependiente de la Secretaría de Educación Pública, responsable del establecimiento de normas y políticas para la planeación, organización y evaluación académica y administrativa de la Educación Media Superior en sus diferentes tipos y modalidades, orientada bajos los principios de equidad y calidad, en los ámbitos Federal y Estatal, a fin de ofrecer alternativas de desarrollo educativo congruentes con el entorno económico, político, social, cultural y tecnológico de la nación” (Secretaría de Educación Pública (SEP) 2023, s/p).*

Al hablar de EMS se refiere a *“un espacio para formar personas con conocimientos y habilidades que les permiten desarrollarse en sus estudios superiores o en el trabajo y, de forma más amplia, en la vida”* (SEP, 2017, p.45). Al cursar por este nivel se pretende que las y los estudiantes desarrollen habilidades necesarias para poder ser aceptados en la carrera profesional que aspiran, o si por algún motivo no pueden o desean seguir la educación superior puedan insertarse al campo laboral, con las habilidades que se formaron durante su estancia en la EMS.

Dentro del Marco Curricular Común de EMS<sup>9</sup> (MCCEMS), se establecen el tipo de competencias a desarrollar durante la formación académica de las y los estudiantes, estas se dividen en tres tipos de acuerdo con los objetivos que se busquen. Dentro de las competencias que se plasman, se encuentran las competencias profesionales básicas, las cuales se refieren, entre otras, a la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, el objetivo de estas competencias, como se mencionó anteriormente, “*son las que preparan a los jóvenes para desempeñarse en su vida laboral con mayores probabilidades de éxito*” (DOF, 2008, s/p) (ver Tabla 13).

*Tabla 13. Competencias del Marco Curricular Común*

COMPETENCIAS		OBJETIVOS
Genéricas		Comunes a todos los egresados de la EMS. Son competencias clave, por su importancia y aplicaciones diversas a lo largo de la vida; transversales, por ser relevantes a todas las disciplinas y espacios curriculares de la EMS, y transferibles, por reforzar la capacidad de los estudiantes de adquirir otras competencias.
Disciplinares	Básicas	Comunes a todos los egresados de la EMS. Representan la base común de la formación disciplinar en el marco del SNB.
	Extendidas	No serán compartidas por todos los egresados de la EMS. Dan especificidad a un modelo educativo de los distintos subsistemas de la EMS. Son de mayor profundidad o amplitud que las competencias disciplinares básicas.
Profesionales	Básicas	Proporcionan a los jóvenes formación elemental para el trabajo.
	Extendidas	Preparar a los jóvenes con una calificación de nivel técnico para incorporarse al ejercicio profesional.

Fuente: elaboración propia a partir de DOF, 2008, s/p

El MCC rige diferentes subsistemas de EMS; entre ellos, la Dirección General de Bachillerato (DGB); de este último, se desprenden las Preparatorias Estatales a la cual pertenece la “Preparatoria Villanueva”. Cada subsistema tiene su propio plan de estudios, a continuación, en la Tabla 14, se muestra la categorización de la DGB.

<sup>9</sup> El MCCEMS es la construcción de una propuesta educativa promovida por la Subsecretaría de EMS, con la participación de todos los actores educativos. Tiene como propósito principal desarrollar una base de habilidades, de conocimientos y de cultura para adolescentes y jóvenes, que les permita aprender a aprender de por vida (SEP, 2022, s/p).

Tabla 14. Mapa curricular de la Dirección General de Bachillerato

PRIMER SEMESTRE		SEGUNDO SEMESTRE		TERCER SEMESTRE		CUARTO SEMESTRE		QUINTO SEMESTRE		SEXTO SEMESTRE	
Asignatura	Horas	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas
Matemáticas I	5	Matemáticas II	5	Matemáticas III	5	Matemáticas IV	5			Filosofía	4
Química I	5	Química II	5	Biología I	4	Biología II	4	Geografía	3	Ecología y Medio Ambiente	3
Ética I	3	Ética II	3	Física I	5	Física II	5	Estructura Socioeconómica de México	3	Historia Universal Contemporánea	3
Metodología de la Investigación	3	Introducción a las Ciencias Sociales	3	Historia de México I	3	Historia de México	3	Formación Propedeútica	3	Formación Propedeútica	3
Taller de Lectura y Redacción	4	Taller de Lectura y Redacción	4	Literatura I	3	Literatura 3		Formación Propedeútica	3	Formación Propedeútica	3
Inglés I	3	Inglés II	3	Inglés III	3	Inglés IV	3	Formación Propedeútica	3	Formación Propedeútica	3
Informática I	3	Informática II	3	Formación para el trabajo	7	Formación para el trabajo	7	Formación para el trabajo	7	Formación para el trabajo	7
Actividades paraescolares	4	Actividades paraescolares	4	Actividades paraescolares	3	Actividades paraescolares	3	Actividades paraescolares	4	Actividades paraescolares	3

Fuente: elaboración propia a partir de Subsecretaría de Educación Media Superior, 2020, p.13

En la Tabla 14 se muestran los tres componentes en los que se divide el plan de estudios de la DGB. En primer lugar, está el “componente de formación básica” (marcado en color rosa), corresponde a las asignaturas que todas y todos los alumnos reciben a lo largo de los seis semestres, seguido del “componente de formación para el trabajo por módulos bajo el enfoque por competencia laboral”, este se ubica de color amarillo, comenzando a impartirse en tercer semestre, donde las y los estudiantes eligen, entre las opciones que oferte cada plantel, el que desean cursar.

Dentro de los componentes de la formación para el trabajo, la Preparatoria Villanueva ofrece cuatro líneas; Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), Higiene y Salud Comunitaria, Contabilidad y Administración, así como Asistencia Infantil, la formación que eligen la tienen que cursar hasta que egresan de la escuela sin posibilidad de cambio, es decir, durante los últimos cuatro semestres. Por último, en quinto semestre eligen el “componente de formación propedéutica” (indicado en color verde dentro de la Imagen 6), el cual brinda las bases para su ingreso a la universidad, las opciones de bachillerato son: Químico-Biológico, Físico-Matemático, Humanidades-Sociales y Económico-Administrativo.

Las clases de Higiene y Salud Comunitaria se imparten durante 7 horas a la semana, la manera en la que se reparten es la siguiente; 3 días se lleva la clase durante 2 horas continuas y un día la hora restante. Dentro de los temas que se abordan, específicamente en cuarto semestre, se encuentra el submódulo II en el que se habla sobre nutrición y cómo llevar a cabo una alimentación correcta.

*“El propósito general de la capacitación de Higiene y Salud Comunitaria, se basa en que el estudiantado estructure las bases del conocimiento en el área de la salud (...) Tiene un enfoque interdisciplinario que vincula conocimientos*

*y metodología de las áreas de medicina preventiva, a nivel de promoción y educación para la prevención de enfermedades; ofrece la posibilidad de desempeñarse como auxiliar en actividades que requieran conocimientos básicos sobre el proceso salud-enfermedad que derivan de la epidemiología, salud pública, nutrición, sexualidad, práctica clínica, geriatría así como desarrollo de habilidades para el manejo de primeros auxilios y estrategias para promover la salud entre la comunidad (Dirección General de Bachillerato” (DGB), 2018, p.7).*

El módulo II Salud pública y nutrición, que corresponde al cuarto semestre de la preparatoria, se divide en 2 submódulos; el primero es salud pública que abarca 64 horas y el segundo es nutrición con 48 horas. La importancia al cursar este último, es que las y los alumnos “*expliquen la bioquímica de los alimentos, indicadores antropométricos y clínicos, dietas adecuadas para diferentes estratos de la población, y déficit o alteraciones nutricionales*” (DGB, 2018, p.7). A continuación, se muestra la Tabla 15, la cual indica cómo está conformado el temario sobre nutrición dentro del programa de cuarto semestre.

*Tabla 15. Programa de Higiene y Salud Comunitaria cuarto semestre*

<b>Conocimiento Básicos</b>	<b>Aprendizajes esperados</b>
Bioquímica de los alimentos: macronutrientes y micronutrientes	Propone planes de alimentación de manera creativa aplicando las leyes de alimentación que promueva un estilo de vida saludable, mediante la evaluación del estado nutricional de las personas.
Conceptos básicos de nutrición: caloría, alimento, nutriente, nutrición	
Grupos de alimentos y equivalentes	
Indicadores antropométricos utilizados; IMC, índice cintura-cadera	
Detección de enfermedades por déficit o exceso (malnutrición)	
Leyes de la alimentación y políticas alimentarias	
Trastornos de la conducta alimentaria	
Manejo higiénico de los alimentos	

Fuente: elaboración propia a partir de DGB, 2018, p.24

Los conceptos que se mencionan en la Tabla 15 se abordaron detalladamente dentro del Capítulo II. Siendo los conocimientos básicos que cualquier persona debe tener en cuenta para poder gozar y promocionar la educación alimentaria y

nutricional, es por ello, que el plan de estudios de Higiene y Salud Comunitaria, sí se aborda adecuadamente, es capaz de brindar las herramientas necesarias para la adopción de hábitos saludables.

### **3.3 Características de los sujetos de estudio**

Los sujetos de estudio estuvieron conformados por un grupo de 35 adolescentes que pertenecían al 5°B que cursaban el ciclo escolar 2022-2023. Se eligió este grupo debido a que en cuarto semestre se abordó un módulo de nutrición en la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, y tomando en cuenta que estos conocimientos se relacionan con la carrera profesional que esperaban cursar, ya que casi la totalidad de ellas y ellos sentían afinidad con estudios superiores de Medicina, Odontología y Nutrición, entre otras relacionadas a la salud.

Entre las y los sujetos de estudio se encuentran quienes tienen talento para los deportes y gustan de hacer cualquier tipo de actividad física, incluso pertenecen a equipos dentro de la institución educativa en los que han competido con otras preparatorias del subsistema y han ganado el primero y segundo lugar en voleibol, básquetbol; por ejemplo, el equipo de fútbol femenino ganó el pase a la competición nacional, otras y otros son excelentes para el baile o su pasión es entrenar en el gimnasio.

Dentro de los datos generales que se les pidió llenar en la encuesta aplicada, fue edad, sexo, así como peso y talla para poder hacer el cálculo de Índice de Masa Corporal (IMC)<sup>10</sup> y, de este modo, identificar si presentan algún tipo de malnutrición,

---

<sup>10</sup> “El IMC es aceptado por la mayoría de las organizaciones de salud como una medida de primer nivel de la grasa corporal y como una herramienta de detección para diagnosticar la obesidad.



como bajo peso, sobrepeso y obesidad. Para la organización de los datos se les asignó una clave; donde fueron representados de la siguiente forma: E= Encuesta, Numeración secuencial arábica (1, 2, 3, 4, 5...), M = Mujer, H= Hombre, N/D = No definido. Ejemplo: E1M, E2M, E3H, E4N/D.

En la Tabla 16 se describen los datos de los sujetos. Dando como resultado que de las y los 35 encuestados, 20 fueron mujeres, 9 hombres y 6 no especificaron su sexo. La mayor parte de los sujetos de estudio tenía 17 años de edad (88.5 %) y al realizar el cálculo del IMC se encontró que; 25 alumnas y alumnos (71.4 %) se encontraron en normopeso y 7 sujetos (20 %) presentaban malnutrición; de los cuales, 4 en sobrepeso, 2 en obesidad, 1 en bajo peso y 3 personas omitieron datos, lo que ocasionó que no se pudiera identificar su IMC.

Saber el tipo de malnutrición que presenta un individuo contribuye de manera general, a identificar los problemas de salud que se pudieran desarrollar posteriormente, incluso, puede tener relación con la insatisfacción que genera en las y los adolescentes con respecto a la imagen corporal y en cómo se perciben los estereotipos de belleza en su entorno.

---

También se usa de forma amplia como factor de riesgo para el desarrollo o la prevalencia de distintas enfermedades, así como para diseñar políticas de salud pública” (Suárez & Sánchez, 2018, p. 128).

Tabla 16. Sujetos de estudio

Sujeto	Edad (años)	Sexo	Talla (m)	Peso (kg)	IMC (kg/m)
E1M	17	F	1.63	60	22.58
E2M	17	F	1.76	70	22.59
E3M	17	F	1.62	58	19.05
E4M	17	F	1.63	85	31.99
E5M	17	F	1.54	54	22.75
E6S/D	17	----	1.84	----	----
E7M	17	F	1.65	50	18.36
E8H	17	M	1.78	62	19.56
E9S/D	17	----	1.58	55	22.03
E10H	17	M	1.66	66	23.95
E11M	16 o menos	F	1.58	56	22.43
E12S/D	17	---	1.75	70	22.85
E13M	17	F	1.65	58	21.30
E14M	17	F	1.73	84	28.06
E15M	17	F	1.63	57	21.45
E16M	16 o menos	F	1.57	54	21.90
E17S/D	16 o menos	---	1.60	48	18.75
E18S/D	18 o más	---	1.70	55	19.03
E19H	17	M	1.75	71	23.18
E20H	17	M	1.70	65	22.49
E21M	17	F	1.71	---	---
E22M	17	F	1.55	74	30.80
E23H	17	M	---	---	---
E24M	17	F	1.54	51	21.50
E25M	17	F	1.65	71	26.07
E26M	17	F	1.75	76	24.81
E27S/D	17	---	1.73	57	19.04
E28M	17	F	1.64	60	22.30
E29H	17	M	1.74	72	23.78
E30M	17	F	1.50	50	22.22
E31M	17	F	1.63	70	26.34
E32M	17	F	1.53	50	21.35
E33H	17	M	1.77	65	20.74
E34H	17	M	1.76	65	20.98
E35H	17	M	1.70	80	27.68

	Bajo peso		Normopeso		Sobrepeso		Obesidad
--	-----------	--	-----------	--	-----------	--	----------

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta aplicada

Para determinar el IMC, los datos fueron interpretados de acuerdo con la clasificación de la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Tabla 17 muestra cómo se organizan las cifras de acuerdo al peso y talla, lo ideal es que las y los ciudadanos se encuentren en el parámetro de “normopeso”, para disminuir la incidencia a enfermedades crónicas no transmisibles, o a otras alteraciones derivadas del presentar bajo peso.

Tabla 17. Parámetros del IMC

Clasificación	Parámetro
Bajo peso	<18.5
Normopeso	18.5-24.9 kg/m <sup>2</sup>
Sobrepeso	25-29.9
Obesidad grado 1	30-34.9
Obesidad grado 2	35-39.9
Obesidad grado 3	≥40

Fuente: elaboración propia a partir de Suárez & Sánchez, 2018, p. 129

Según estadísticas del INEGI, para el 2018 el “21% de los hombres de 12 a 19 años y el 27% de las mujeres de la misma edad, presentan sobrepeso” (INEGI, 2020, p.1). Estas cifras indican que cerca de una cuarta parte de las y los adolescentes presentaban malnutrición lo cual repercute en el estado de salud, trayendo consigo mayor riesgo a desarrollar enfermedades crónicas no transmisibles como enfermedades cardiovasculares, diabetes, entre otras. Siendo México también el principal país en el desarrollo de estas patologías.

*“El sobrepeso y la obesidad son considerados un problema de salud pública relacionado principalmente con aspectos genéticos, pero en especial con el estilo de vida. Se ha documentado que la ingesta de alimentos de alta densidad energética, bebidas azucaradas y la inactividad física tiene una relación directa con el sobrepeso y la obesidad”* (INEGI, 2020, p.1)

Por otro lado, la ingesta alta en calorías, así como carbohidratos y lípidos; son las responsables de la acumulación en exceso de grasa corporal, siendo los alimentos ricos en estos macronutrientes fáciles de adquirir en cualquier lugar, incluso dentro

de las escuelas no se cuida que la alimentación sea equilibrada y ajustadas a las necesidades energéticas de las y los estudiantes.

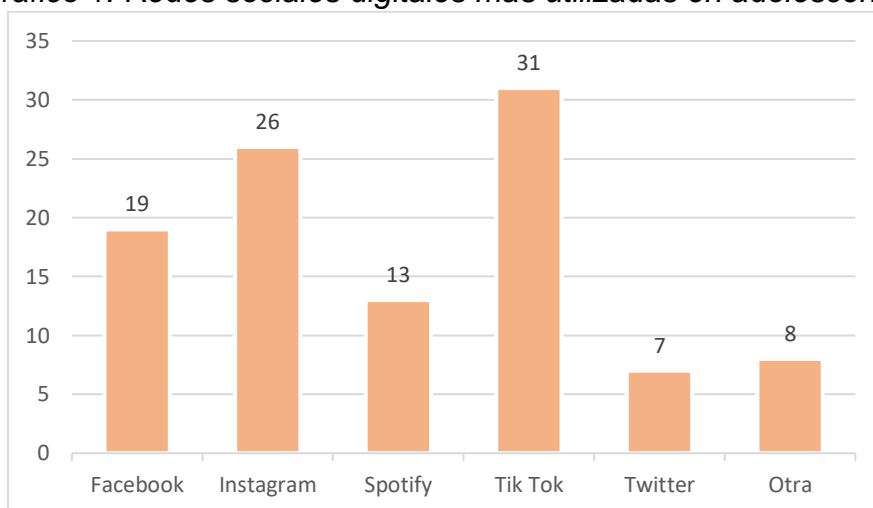
Tomando en cuenta que la escuela es una institución educadora en valores e ideales, contribuye también al fomento de hábitos saludables y de este modo, se ha encontrado en *“investigaciones en escuelas del país, la elevada disponibilidad de alimentos procesados, fritos y con azúcares adicionales, así como, la oportunidad de comer durante el periodo escolar, generando consumos por arriba del promedio recomendado y en periodos cortos de tiempo”* (Rivera et al., 2015 citado por INEGI, 2020).

Esta situación puede verse atribuida a diversos factores tanto económicos como de gustos y preferencias de las y los alumnos, sin embargo, no se considera que algún alimento sea malo, lo que realmente afecta en la salud es la frecuencia de consumo y las cantidades de alimentos con alta carga calórica, sin embargo, para contrarrestar esto sería ideal la promoción de platillos más saludables, balanceados y sobre todo apetecibles.

### **3.3.1 Hábitos de consumo en redes sociales digitales**

Dentro de este apartado se plasman los resultados de la encuesta, donde se refiere al uso de redes sociales digitales en las y los adolescentes, es importante mencionar que la totalidad de las y los encuestados refirió tener al menos un perfil activo en una red social digital; cómo se muestra en el Gráfico 1 las tres más utilizadas fueron *Tik Tok, Instagram y Facebook*, y el 80% indicó que diariamente pasa entre dos a cinco horas navegando en estos medios digitales.

*Gráfico 1. Redes sociales digitales más utilizadas en adolescentes*



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta

*Tik Tok* e *Instagram* tienen en común la publicación de contenidos visuales y auditivos; en *Tik Tok* exclusivamente se observan vídeos con una variedad de temáticas;

*“Tik Tok se trata de una plataforma digital que consiste en la creación y edición de clips de vídeos cortos que no comprenden más de un minuto de duración para posteriormente subirlos a la red y compartirlos. Incorpora una gran variedad de efectos creativos y géneros musicales ante la posibilidad de incorporar música a los vídeos. Es una plataforma social donde se comparten contenidos muy diversos con una forma de expresión diferente”* (Bermejo, 2021, p. 20).

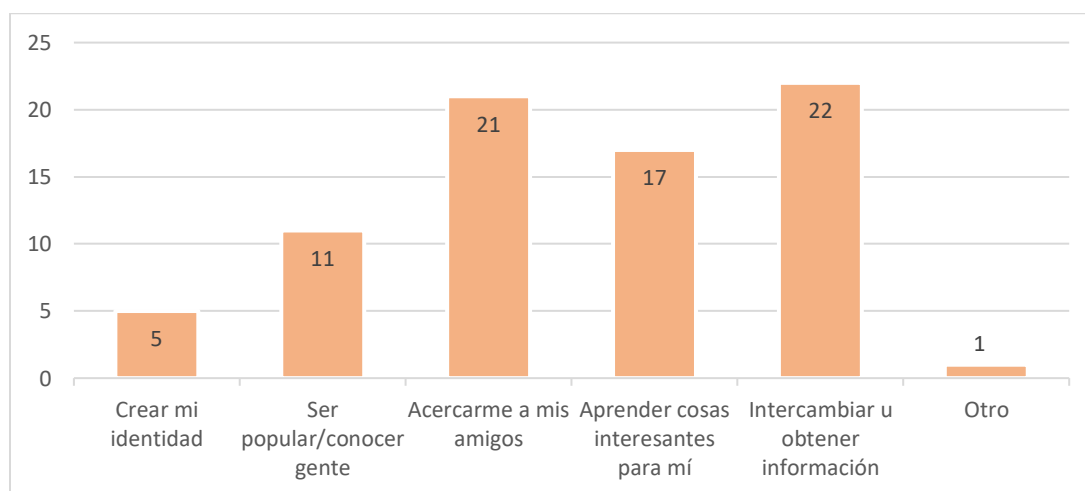
Por otro lado, en *Instagram* además de publicaciones a través de fotografías o imágenes, es reconocida por subir historias, las cuales consisten en grabaciones cortas donde principalmente una persona muestra parte de su día, hábitos, intereses, entre otras cosas, también permite colocar una parte de la canción favorita, lo que lo convierte en una aplicación agradable.

La principal función que las y los adolescentes les otorgan a las redes sociales digitales es para obtener información y acercarse a su grupo de pares. Así mismo, se les preguntó por qué decidieron crear un perfil en estas plataformas, entre

las tres respuestas más comunes se encontró; el 38% por entretenimiento, ya que en estos medios se puede encontrar contenido como vídeos ya sea de música, comedia, informativos, así como imágenes divertidas. El 35% indicó que, para tener comunicación con amigas, amigos y familiares, ya que entre las opciones se encuentra el chat de mensajería instantánea, así como comentar dentro de las publicaciones que se realizan en cada perfil, en tercer lugar, con 15% para obtener información.

Con relación a lo anterior, en el Gráfico 2 se muestra cuál es la influencia que tienen las redes sociales digitales en la vida diaria de las y los adolescentes, dónde las principales respuestas fueron nuevamente, intercambiar u obtener información, acercarse a sus amigas y amigos, así como aprender cosas interesantes, *“las redes sociales tienen una gran influencia en la vida de las personas y se convirtieron en fuentes de información, desde una búsqueda simple hasta la búsqueda de una receta o dieta, reemplazando la importancia de asistir con un profesional”* (Bueno, 2020, p. 46).

*Gráfico 2. Influencia de redes sociales digitales en la vida diaria*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

En cuanto al uso que les otorgan a las redes sociales digitales las y los adolescentes encuestados; casi la mitad refirió que a veces sienten la necesidad de permanecer conectados durante el día, incluso al momento de despertar lo primero que hacen es tomar su dispositivo móvil para acceder a estas plataformas. Así mismo, las y los encuestados afirmaron que a veces pierden el sentido del tiempo cuando empiezan a navegar en estas plataformas digitales y rara vez se desconectan de las redes sociales digitales por varios días, además consideraban que nunca descuidaron la convivencia entre amigos y familiares por estar utilizando estas aplicaciones, sin embargo, aceptaron que a veces se conectan con disimulo en redes sociales mientras están en clase (ver anexo E).

Debido a esta interacción que afirman tener las y los jóvenes con las redes sociales, es que se consideró pertinente indagar sobre aquellas plataformas en las que mayormente consultan contenido sobre alimentación, y principalmente, si las publicaciones que observan por estos medios tienen alguna repercusión sobre cómo se perciben así mismos, así como si se basan o no en criterios sólidos para seleccionar información verídica a través de las plataformas digitales.

### **3.3.2 Consumo de temas alimenticios en redes sociales digitales**

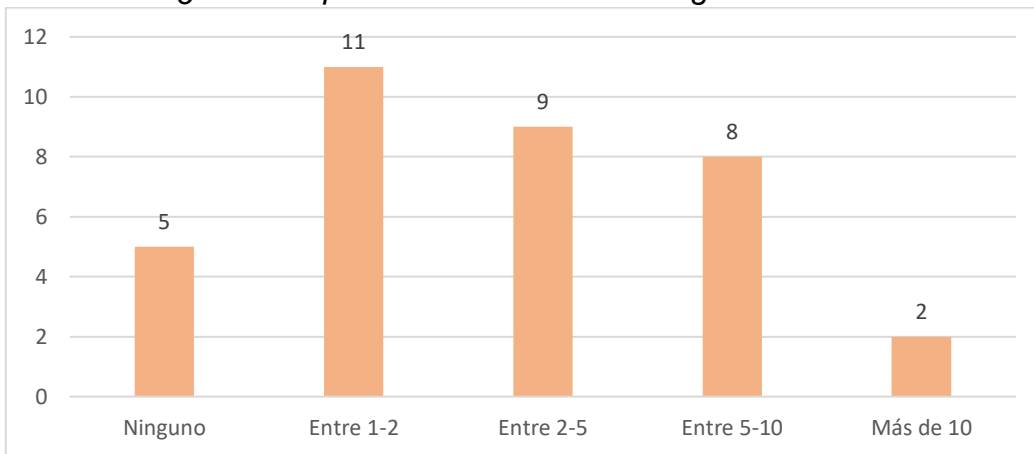
Dentro de redes sociales digitales se comparte información alimentaria y nutricional, en ocasiones profesionistas utilizan estos medios para contribuir a la información y promoción de hábitos saludables, sin embargo, no toda la información que se visualiza en estas plataformas proviene de personas preparadas académicamente. Para empezar este apartado, se les preguntó a las y los estudiantes si a través de estos sitios digitales seguían algún tipo de perfil que se dedicará a hablar sobre

alimentación, para lo cual la mayoría de las y los encuestados, representados con el 91% dio una respuesta afirmativa.

También se preguntó en qué tipo de red social digital visualizan contenido acerca de la alimentación, resultando nuevamente en primer lugar *Tik Tok*, seguido por *Instagram* y en tercer lugar *YouTube*, esta última es una aplicación que consiste en la creación de vídeos, dónde diversos líderes de opinión realizan grabaciones explicando temas donde se consideran expertos, puede ser contenido realizado por profesionistas o personas desinformadas que opinan sobre cualquier tema alimenticio o explicando rutinas de entretenimiento.

Posteriormente en el Gráfico 3, se muestra la cantidad de perfiles sobre alimentación que mencionaron seguir, la mayor concentración de respuestas fue entre 1-2. Fue relevante conocer la frecuencia con la que visualizan este contenido, para identificar la importancia que otorgan a los temas de alimentación saludable. Poco más de la mitad se concentró en responder que observan estas publicaciones de manera ocasional, y casi una cuarta parte refirió checarlas diario.

*Gráfico 3. ¿Cuántos perfiles de alimentación sigues en redes sociales digitales?*



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta



Más de la mitad refirió que es fácil aprender de un tema de interés en redes sociales digitales, donde el 83% de los sujetos encuestados afirmó que la información es más atractiva por estos medios, dejando en segundo lugar a la institución educativa, lo que resulta alarmante debido a la desinformación que en ocasiones se promueve en estos medios digitales, incluso hubo quien consideró que se le facilita más aprender platicando con amigas, amigos y/o familiares, lo cual es válido, sin embargo, esto también puede generar que los temas que se aprenden sean a través de las percepciones de las personas y no precisamente de una manera objetiva, es decir, de alguien especializado que esté preparado en el tema.

Para finalizar este apartado, el 87% de los sujetos de estudio afirmó que las redes sociales digitales son una herramienta que contribuye al aprendizaje sobre temas de alimentación, sin embargo, falta realizar una comparativa entre los temas reales que debieron aprender en la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, dentro del módulo de nutrición, y la información que visualizan en estas plataformas digitales, esta comparativa se realiza más adelante.

### **3.3.3 Percepciones sobre las y los *influencers* nutricionales y los estereotipos de belleza en adolescentes**

Para iniciar este apartado se les preguntó a las y los adolescentes si sabían lo que es un *influencer* nutricional, a lo que una cuarta parte respondió en negación, del total del grupo de estudio, el 52% afirmó seguir este tipo de *influencers*, mientras el 15% refirió no saber si los perfiles que siguen pertenecían a *influencers* nutricionales.

Para complementar esta información se les pidió mencionar el nombre de las cuentas de contenido alimenticio que siguen en redes sociales digitales; se nombraron varios perfiles, sin embargo, para esta investigación se tomaron aquellos dónde hubo más de una coincidencia en las respuestas, mencionándolos de mayor a menor repetición en las respuestas de las y los adolescentes, siendo los siguientes: Leana Deeb, Carlos Belcast, Andoni, Daddy Aioli, Bárbara de Regil, Mar de Regil.

Leana Deeb a la fecha cuenta con 4.7 millones de seguidores en *Instagram* y 12.4 millones en *Tik Tok*, las publicaciones y el contenido que sube en ambas plataformas digitales es con referencia al gimnasio, promoviendo sus rutinas de ejercicio; así mismo se observan algunos videos donde comparte parte de su rutina alimentaria, donde se le puede ver cocinando y a la vez muestra a la cámara algunos de los productos alimenticios que consume. Dentro de sus historias destacadas en *Instagram* aparece una sección con algunos de sus platillos y también un *link* para descargar su propia aplicación con rutinas de ejercicio.

Carlos Belcast actualmente cuenta con 1.4 millones de seguidores en *Instagram* y 3.3 millones en *Tik Tok*, en todas sus publicaciones en ambas redes sociales digitales se le puede ver mostrando su aumentada masa muscular, así como algunas otras en el gimnasio, al igual que Leana, tiene su sección de historias destacadas referente a fotografías de alimentos que suele consumir, así como de suplementos alimenticios, dentro de su perfil de *Instagram* se encuentran los *links* que dirigen a venta de ropa deportiva, proteína en polvo y de joyería para hombres.

Andoni cuenta con tan solo 653 mil seguidores en *Instagram* y 3 millones en *Tik Tok*, al igual que Belcast, en todas sus publicaciones se le observa posando a

manera de lucir su aumentada masa muscular, además dentro de sus historias destacadas promociona su propia aplicación donde brinda asesoría para entrenamientos, en otra sección de las destacadas recomienda y promueve el consumo de suplementos alimenticios, tanto de proteína en polvo como de pre-entrenos, este último es una sustancia que contiene cafeína y algunos otros nutrientes, la forma en la que lo ingiere es a través de bebidas energéticas. Por último, promociona asesorías nutricionales, no se muestra que tenga preparación académica en el área.

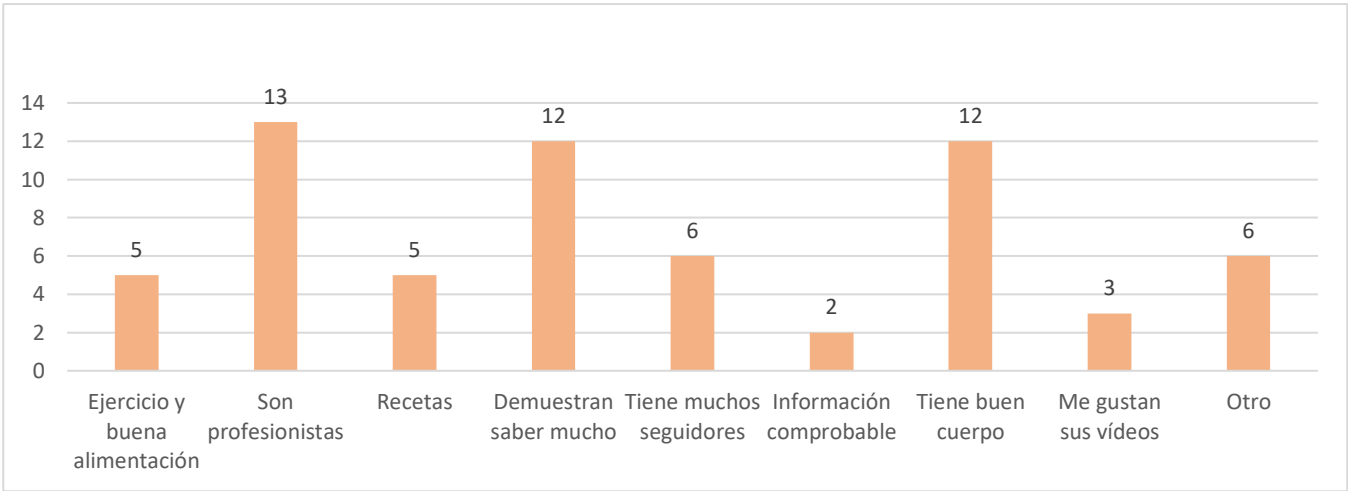
Bárbara de Regil es otra *influencer* que cuenta con 8.8 millones de seguidores en *Instagram* y 11.5 millones en *Tik Tok*, esta celebridad ha estado en polémicas debido a que decidió compartir contenido relacionado a rutinas de ejercicio, además que creó su propio suplemento alimenticio, dentro de sus publicaciones se le observa compartiendo recetas de platillos saludables, sus rutinas de ejercicio, y sobre todo el *link* e imágenes para poder promocionar y vender su producto. Al igual que las y los demás *influencers* anteriormente mencionados, no cuenta con la preparación académica necesaria para tratar estos temas.

El 55% de las y los encuestados refirió qué estos *influencers* no son una referencia para su alimentación, mientras el 45% afirmó a este cuestionamiento, lo cual es una cantidad considerable debido a que las y los líderes de opinión mencionados no cuentan con la formación profesional que avale que sus publicaciones son confiables, sin embargo, suele haber una contradicción en las respuestas de las y los encuestados, ya que el 61% coincidió en mencionar que siguen profesionales de la salud en redes sociales digitales, y tan sólo el 30% aceptó

desconocer si los *influencers* que siguen, son profesionistas en el área de la nutrición o no.

Además, se les preguntó sobre los criterios que empleaban para decidir a qué *influencer* nutricional seguir, (ver anexo F), en los resultados se omitieron las respuestas de los sujetos que respondieron no seguir a ninguno. De acuerdo con las respuestas con mayor popularidad se realizó el Gráfico 4.

*Gráfico 4. Criterios de las y los adolescentes para elegir un perfil sobre alimentación*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Cómo se observa en el Gráfico 4, la mayor cantidad de respuestas se enfoca en que tenga buen cuerpo; y esto es interesante debido a que los perfiles que mencionaron seguir anteriormente, en su mayoría son de figuras que presumen un cuerpo musculoso y algo importante de aclarar, es que esto no quiere decir que sea saludable, al contrario, en ocasiones optan por consumir suplementos que contribuyan a la ganancia de masa muscular pero puede ser que afecte órganos como hígado o riñones, encargados del metabolismo y excreción de las sustancias que se ingieren.

*“Los suplementos proteicos son los más utilizados por los atletas de alto rendimiento, puesto que se cree que incrementan la masa muscular al prevenir el catabolismo proteico durante la actividad física. No obstante, se ha postulado que su consumo pudiese causar insuficiencia renal crónica, al incrementar la presión glomerular y promover una hiperfiltración” (Pomerantz et al., 2016, p. 42)*

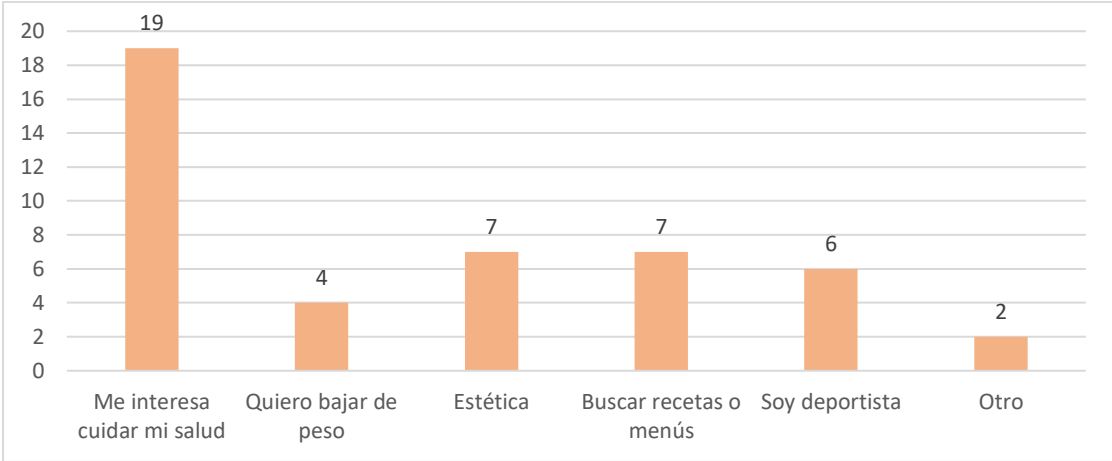
Otro criterio frecuente que las y los adolescentes adoptan para seguir estos perfiles sobre alimentación; es que reúnan muchos seguidores, y que demuestre “saber mucho”; ambos aspectos se convierten en un factor clave, a pesar de que ello no garantiza que la persona sea profesionalista, en muchos de los casos observado cómo son objeto de la mercadotecnia, basándose en publicidad engañosa que sólo se interesa por monetizar, además de que ciertos creadores de contenido adquirieron conocimientos de manera empírica, por lo que en ocasiones se puede contribuir a dar información falsa o carente de sustento científico.

La respuesta de las y los encuestados que más coincidencia tuvo para elegir qué perfiles sobre alimentación seguir fue “que sean profesionalistas”, sin embargo, se comprueba al revisar los perfiles mencionados por ellas y ellos, que visualizan contenido de personas que carecen de preparación académica en esta área, como un ejemplo claro, el sujeto E8H menciona como criterio “*son profesionalistas*”, pero entre los perfiles que refiere seguir se encuentra Mar de Regil, la hija adolescente de Bárbara de Regil, claramente no tiene la preparación especializada en el área de salud y nutrición.

Por otro lado, en el Gráfico 5, se muestran las razones de las y los adolescentes para seguir a profesionales de la salud en sus redes sociales digitales, donde la mayor concentración de respuestas fue debido a que les interesa cuidar su salud, además de esto, el 55% de las y los encuestados afirmó haber cambiado

sus hábitos alimenticios por las publicaciones que observan en redes sociales digitales, al saber el tipo de perfiles que siguen, puede resultar alarmante si optaron por realizar estos cambios sin una correcta asesoría nutricional.

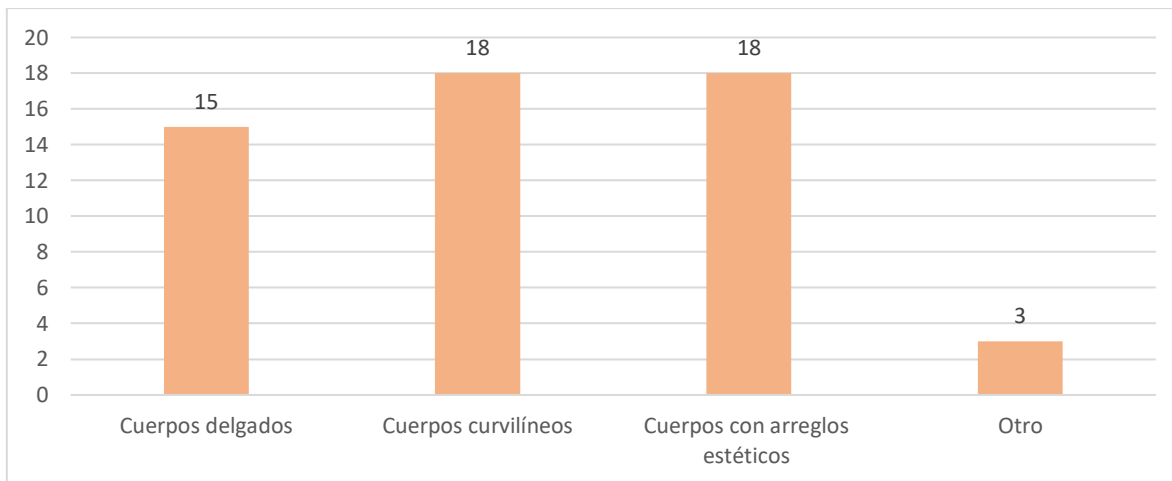
*Gráfico 5. Finalidad con la que sigues en redes sociales a profesionales de la salud*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Así mismo, en el Gráfico 6 se plasman las percepciones de las y los encuestados con referencia a la forma en que se muestran los ideales de belleza en las redes sociales digitales, con respecto a la composición corporal, la mayor parte de las y los encuestados coincide en que se perciben cuerpos con arreglos estéticos y curvilíneos, a diferencia de años atrás donde se vendían figuras totalmente delgadas, ahora lo que se vende son cuerpos voluminosos con caderas prominentes, así como el aumento quirúrgico de glúteos y senos en el caso de las mujeres, en hombres se observa figuras con aumentada masa muscular y un porcentaje bajo de grasa.

*Gráfico 6. Ideales de belleza en redes sociales digitales aplicados a la composición corporal*

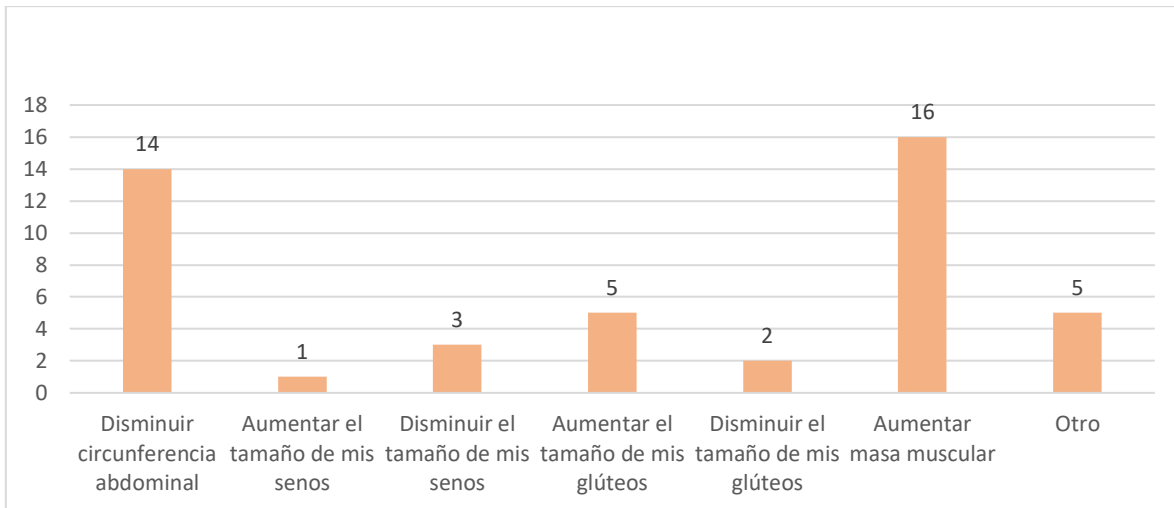


Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta

Con respecto a estos estereotipos de belleza que se aprecian en redes sociales digitales, el 86% afirmó haber sentido malestar emocional por algo que observó a través de estos medios digitales, relacionado con la alimentación y/o imagen corporal, sin embargo, más de la mitad de las y los encuestados refirió sentirse cómodos con la forma de su cuerpo, pero así mismo aceptaron que les gustaría cambiar alguna parte para encajar en los ideales de belleza que se observan en redes sociales digitales.

En el Gráfico 7, se mencionan algunas partes del cuerpo que las y los adolescentes desean cambiar para encajar en los estereotipos de belleza que se muestran en los medios digitales, siendo la más común el aumento de masa muscular, y cómo dato relevante, al revisar los perfiles de *influencers* que mencionaron seguir, se aprecia la gran musculatura con la que estos cuentan, así como las diversas publicaciones que realizan acerca del gimnasio.

Gráfico 7. Parte de tu cuerpo que te gustaría cambiar para encajar en estereotipos de redes sociales digitales

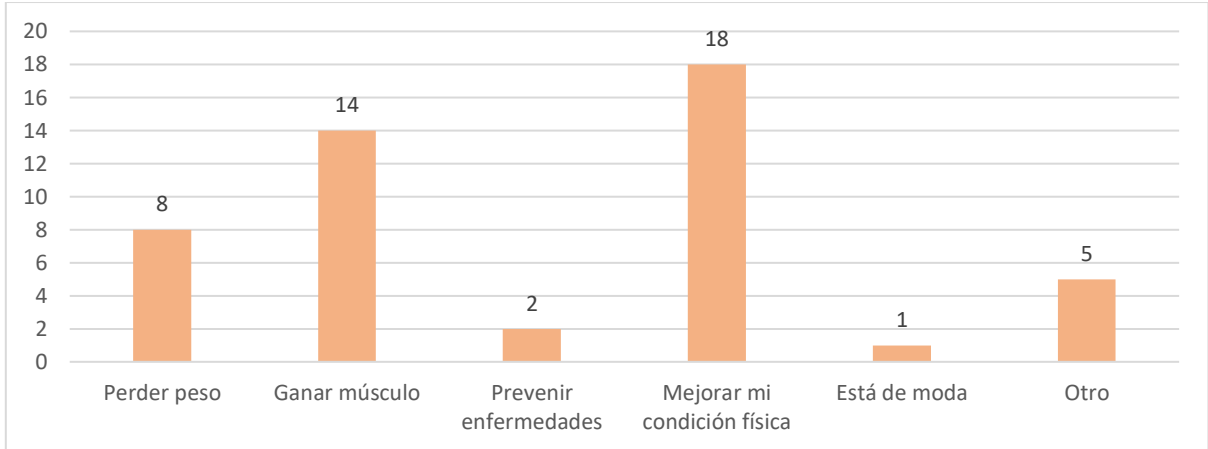


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Entre la principal actividad física que las y los estudiantes encuestados refirieron realizar se encuentra la práctica de algún deporte, así como rutinas en el gimnasio, donde es muy conocido que ejecutar ejercicios físicos con pesas es cuando se logra un mayor aumento de masa muscular. La frecuencia con la que refirieron realizar estas actividades osciló entre dos hasta cinco días por semana con la principal finalidad de mejorar su condición física, seguido del aumento de masa muscular, como se observa en el Gráfico 8.



Gráfico 8. ¿Por qué realizas actividad física?



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Debido a la percepción que tienen las y los adolescentes sobre su apariencia física y los objetivos que pretenden cumplir al realizar el ejercicio mencionado, es que se da la importancia de que identifiquen sus conocimientos sobre alimentación y que procuren que las fuentes donde se obtiene la información sean de confianza y reales. En el siguiente apartado se habla sobre el aprendizaje que adquirieron en su institución educativa y las redes sociales digitales.

### **3.3.4 Contraste entre la educación alimentaria y nutricional con la información de redes sociales digitales**

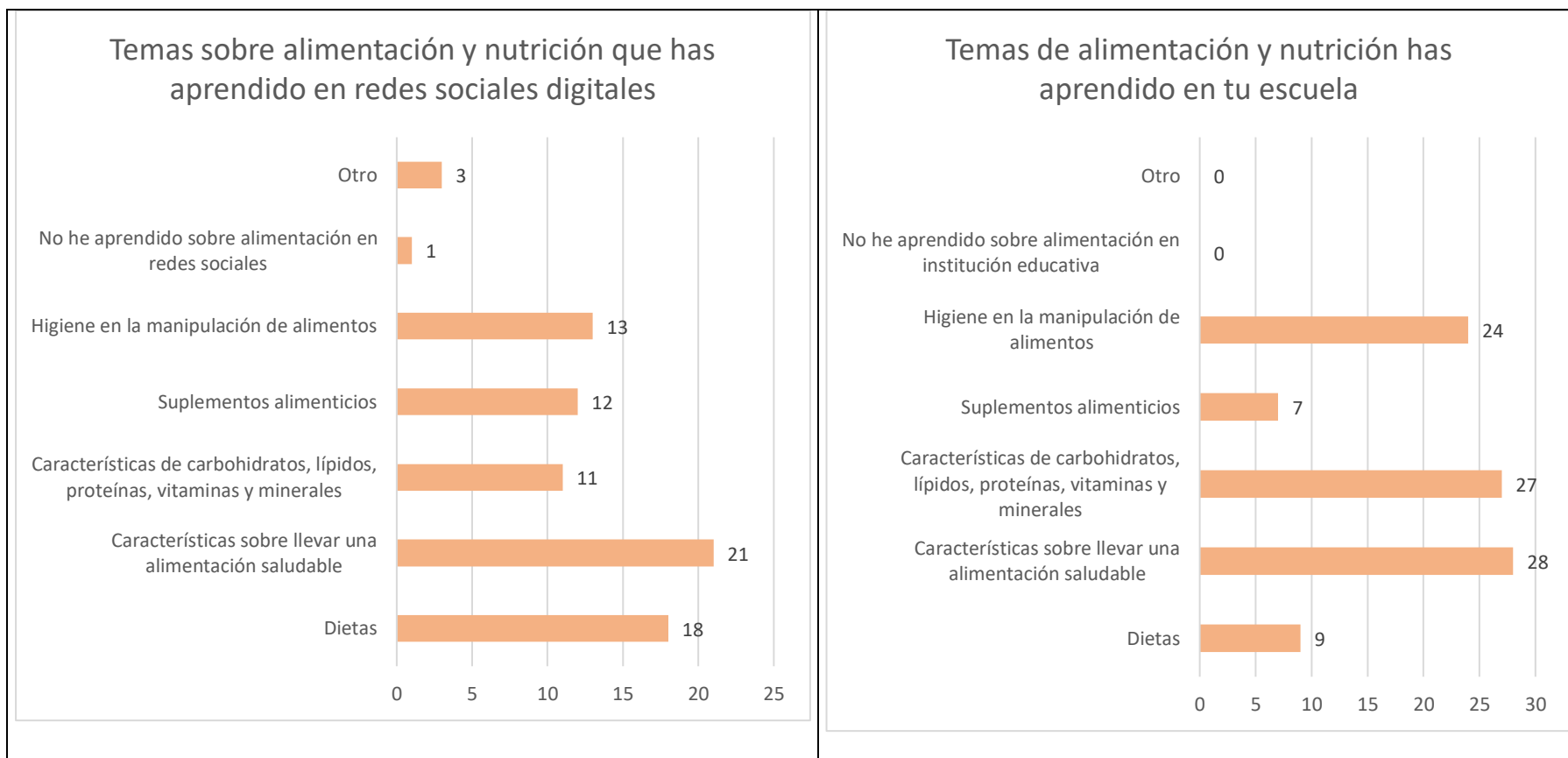
Dentro de este apartado se realiza una comparación entre lo que observan e imitan las y los adolescentes mediante redes sociales digitales, con los conocimientos que deberían haber adquirido dentro del módulo de nutrición en la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria. Resultó de interés descubrir que el 91% afirmó que en su institución educativa les hablaron sobre nutrición, el 6% no lo sabe

y el 3% lo negó, cabe resaltar que todas y todos los encuestados recibieron por igual los mismos contenidos.

Del mismo modo, el 91% considera que la información que se transmite en la escuela es real, mientras que el 9% lo niega, contrastando esta información de percepción sobre el contenido relacionado con alimentación que observan en redes sociales digitales, dónde el 85% refirió que solo en ocasiones es real, 12% cree en la veracidad de este contenido y sólo el 3% sugiere que no es real lo que se visualiza en estos medios digitales.

A continuación, se muestra el Gráfico 9, el cuál es una comparación entre lo que refirieron aprender las y los adolescentes en redes sociales digitales y en su institución educativa, de manera general se observa que adquirieron mayores conocimientos en la Preparatoria Villanueva, a excepción de un tema; dietas, lo interesante en esto, es la cantidad de información que se distribuye en redes sociales con referencia a seguir una “dieta” que favorezca a la pérdida de peso de manera rápida.

Gráfico 9. Comparación del aprendizaje sobre alimentación y nutrición a través de redes sociales digitales y la Preparatoria Villanueva

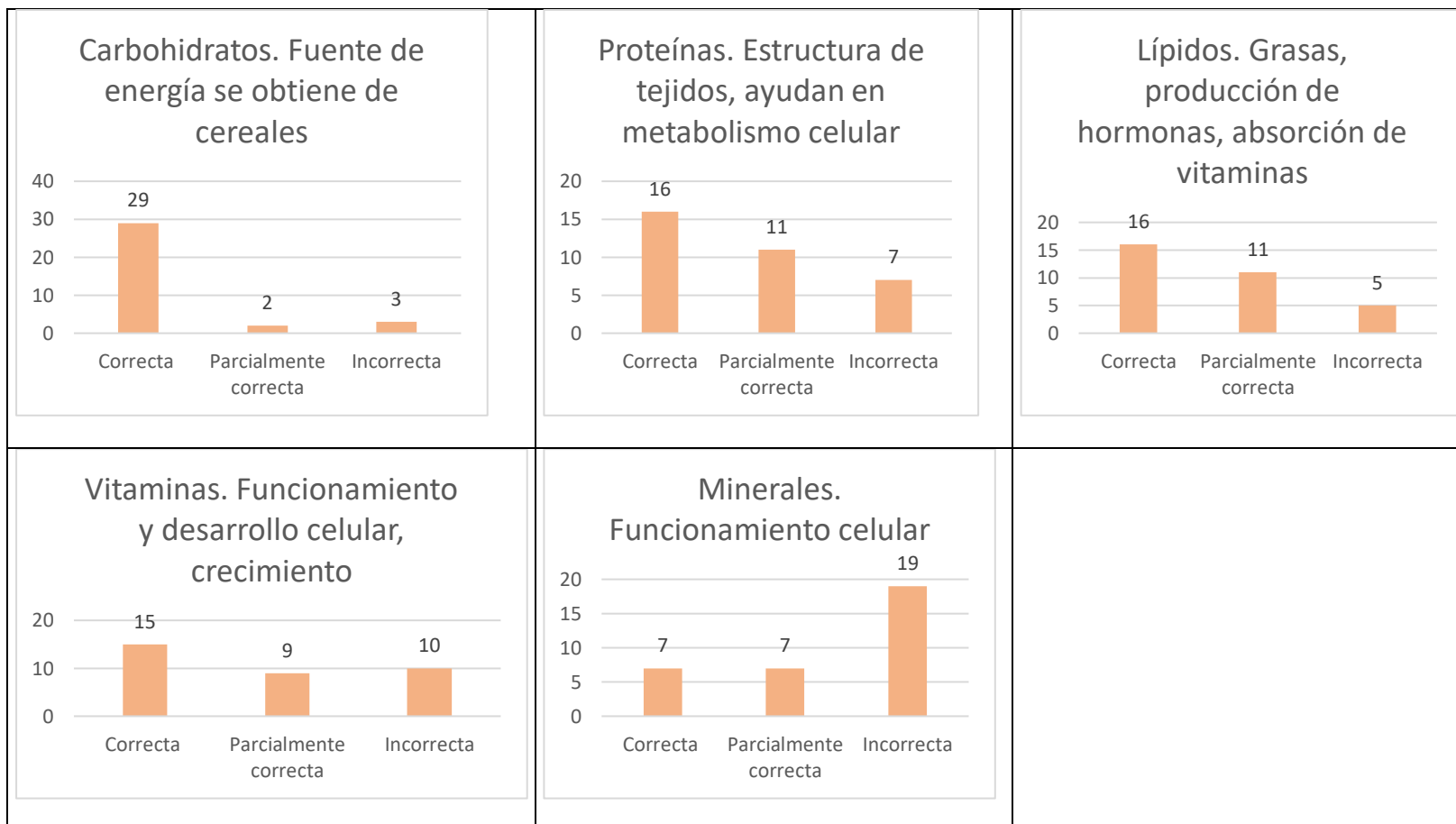


Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta

Sin embargo, para verificar que los conocimientos que refieren tener las y los adolescentes acerca de los conceptos básicos de la educación alimentaria y nutricional, mismos que se visualizan en el Gráfico 9, se les pidió a las y los adolescentes encuestados que respondieran lo que entienden al respecto sobre eso. A continuación, en la Tabla 18 se muestran varios Gráficos donde se hace una comparativa entre la cantidad de personas que respondieron asertiva y erróneamente a los conceptos solicitados.

En el encabezado de cada Gráfico se muestra el nombre del macro o micronutriente al que debieron responder, además de una respuesta corta relacionada a la idea principal que debieron tener con respecto a cada concepto, posteriormente, se indica cuántas personas respondieron de manera correcta, parcialmente correcta o incorrecta.

Tabla 18. Respuestas de las y los estudiantes sobre su conocimiento de macronutrientes y micronutrientes

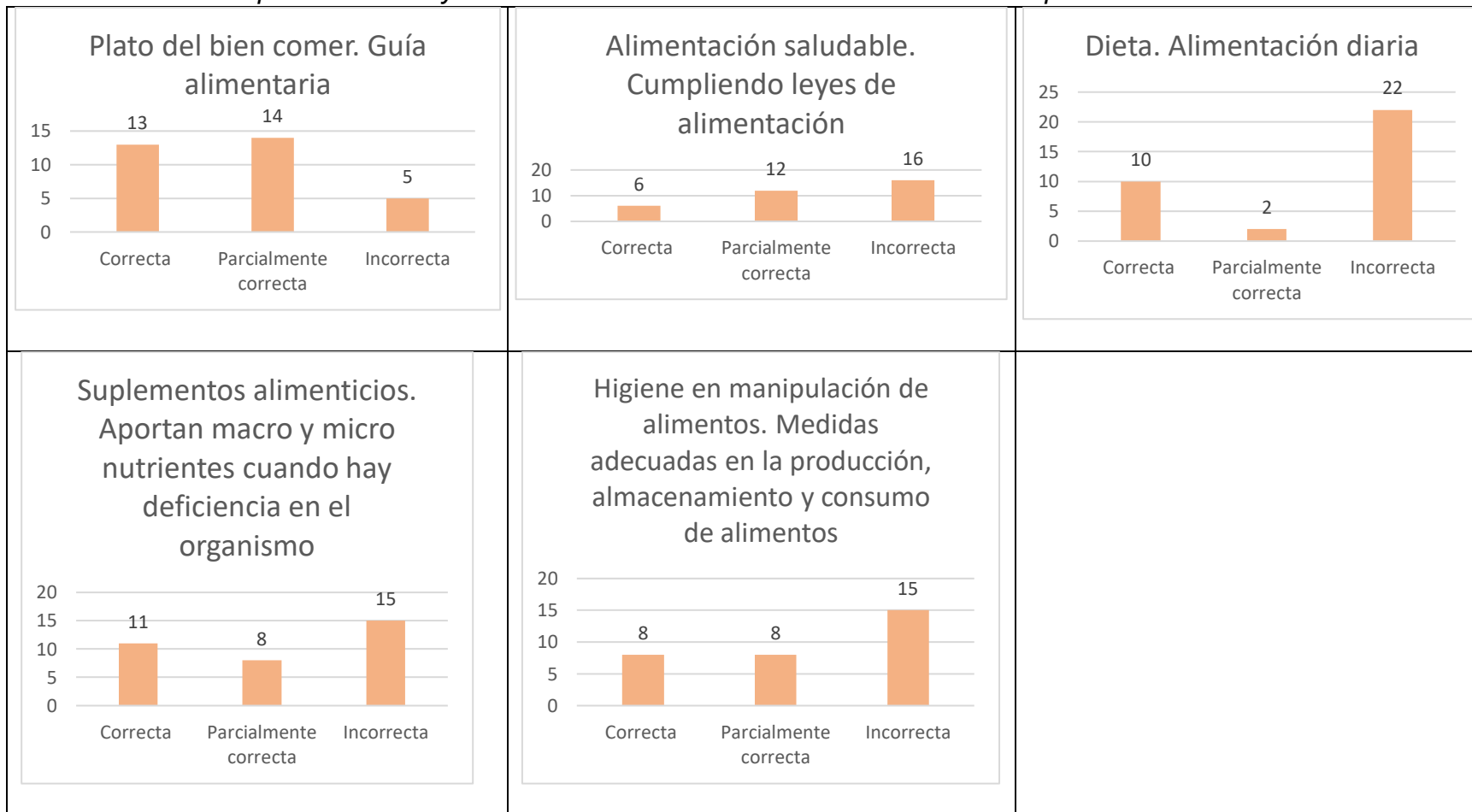


Fuente: elaboración propia a partir de datos de las encuestas

Gracias a las respuestas que se muestran en la Tabla anterior, se permitió dar una idea más clara de la forma en la que las y los adolescentes entienden lo que son los macro y micronutrientes; ya que si bien, casi la totalidad de ellas y ellos refirió conocer para qué sirven los carbohidratos y de donde se obtienen, con respecto a las proteínas y lípidos hubo mayor cantidad de respuestas incorrectas o parcialmente correctas. Y con respecto a las vitaminas y minerales se encontró un mayor número de respuestas que no eran las adecuadas, dando como resultado que realmente no cuentan con los conocimientos básicos de la educación alimentaria.

Así mismo, se les preguntó sobre lo que conocen sobre otros conceptos relacionados a la educación alimentaria, los cuales se observan en la Tabla 19.

Tabla 19. Respuestas de las y los estudiantes sobre su conocimiento en conceptos de educación alimentaria



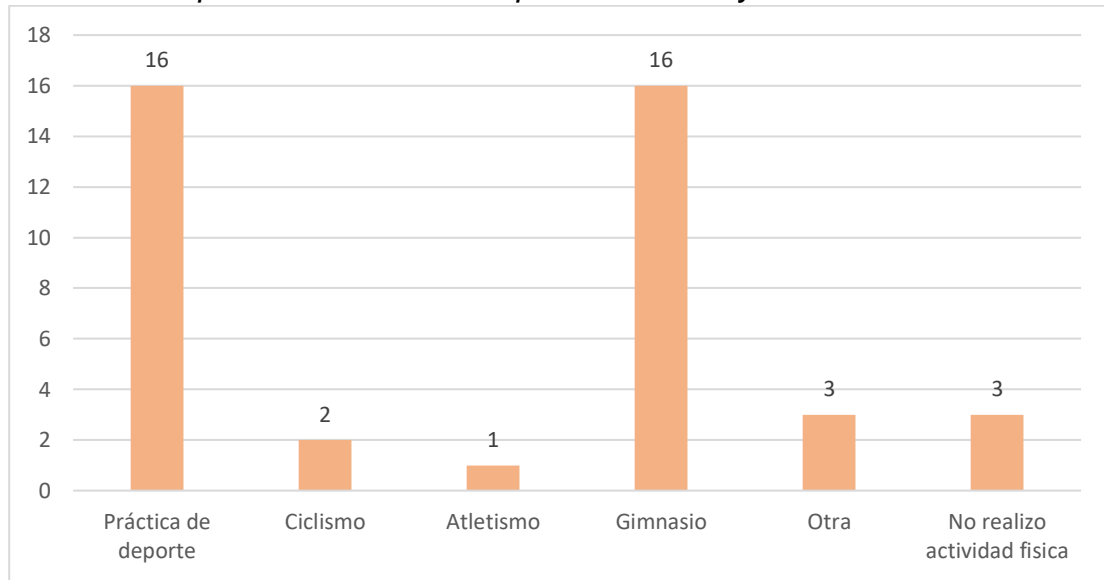
Fuente: elaboración propia a partir de datos de las encuestas

En la Tabla 19, se aprecia que de los temas que son esenciales para contar con educación alimentaria, las y los adolescentes encuestados escribieron definiciones que son incorrectas, esto quiere decir, que aparentemente no cuentan con los conocimientos suficientes para confirmar que tienen este tipo de educación, por ejemplo, en el concepto de “dieta”, la mayoría de las y los encuestados confundió el término, escribían que se refiere a un régimen específico para cuidar el peso, tratar una enfermedad, etc., sin embargo, tal y como se vio en sus clases de Nutrición, este concepto engloba cualquier tipo de alimentación que se lleva día con día, sea saludable o no.

La educación alimentaria y nutricional va de la mano de la actividad física, ya que el objetivo de ambas es la prevención de malnutrición y enfermedades crónicas no transmisibles. Con respecto a esto, el 89% de las y los encuestados afirmó realizar algún tipo de actividad física, en el Gráfico 10 se muestran los diferentes tipos de actividad física que practican las y los adolescentes encuestados, dónde tuvieron la opción de elegir más de una respuesta, con este Gráfico se demuestran dos cosas: la primera es que casi la mitad práctica algún deporte, tal cual como se menciona en la descripción de los sujetos de estudio al inicio de este Capítulo, y la segunda, que la misma cantidad de jóvenes asiste al gimnasio, teniendo relación con los resultados anteriores donde se menciona que la principal parte de su cuerpo que les gustaría cambiar es aumentando masa muscular, así mismo, las y los *influencers* que siguen son apasionados del gimnasio y tienen músculos prominentes.



*Gráfico 10. Tipo de actividad física que realizan las y los adolescentes*



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta

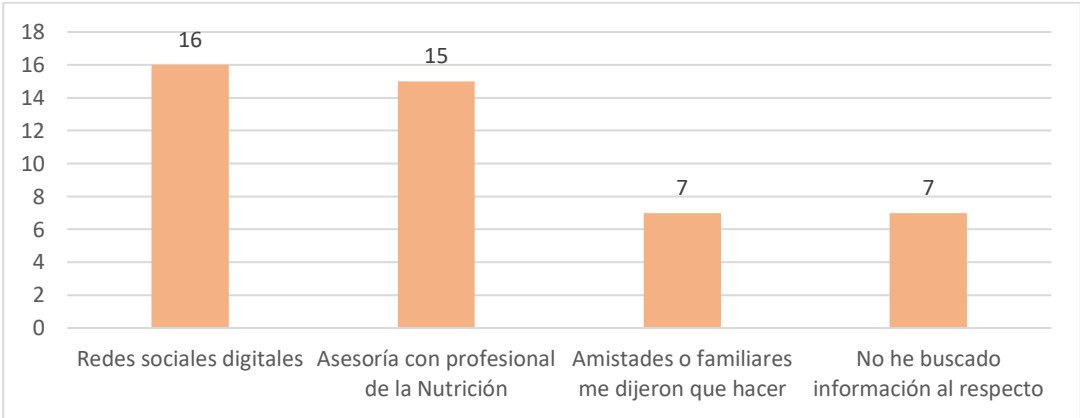
Con respecto a la frecuencia en que realizan estas actividades, el 35% afirmó dedicar de cuatro a cinco veces a la semana, el 32% la lleva a cabo de dos a tres veces por semana y el 15% de seis a siete veces por semana, siendo tiempo adecuado para lograr su objetivo personal. Como se mencionó anteriormente, para lograr cambios en la composición corporal, es importante realizar algún tipo de actividad física que genere un gasto de la energía que se obtiene a través de los alimentos, sobre todo, complementarla con alimentación saludable y adecuada a los gustos, intereses, ámbito socioeconómico, de cada persona. Es por ello que se les preguntó si han realizado cambios en su conducta alimentaria para lograr el aspecto físico deseado.

Los resultados arrojaron que el 76% de las y los encuestados afirmó haber realizado cambios en su conducta alimentaria para lograr el aspecto físico que deseaban; entre las tres primeras respuestas con mayor coincidencia fueron: dejar de comer alimentos ricos en grasa, comer muchos vegetales y consumir muy poca

cantidad de alimento, de estos, el 72% afirmó haber buscado información al momento de haber modificado su alimentación.

En el Gráfico 11, se muestra los medios en dónde las y los adolescentes buscaron información al realizar modificaciones en su conducta alimentaria, resulta interesante observar cómo casi por partes iguales las respuestas se dividieron entre buscar en redes sociales digitales y la asesoría con un nutriólogo o nutrióloga, sin embargo, se encontró mayor coincidencia el uso de los medios digitales.

*Gráfico 11. ¿Dónde buscaste información al realizar cambios en tu conducta alimentaria?*

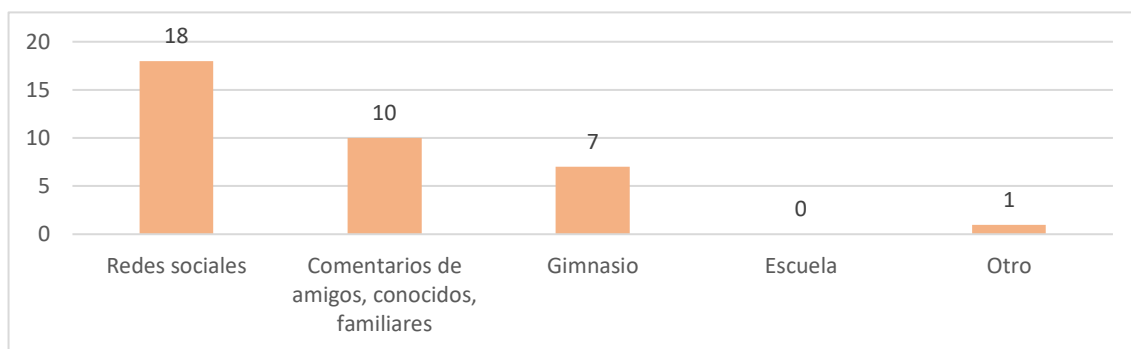


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Las y los adolescentes refirieron adquirir conocimientos sobre dietas en redes sociales digitales, es por eso que se hace la mención acerca de que sólo el 27% de las y los encuestados ha seguido alguna dieta que visualizó en estas plataformas digitales y el 38% ha seguido dietas que le ha realizado de manera personalizada un nutriólogo o nutrióloga, dando mayor fuerza a el hecho que es totalmente recomendable e ideal que se busque asesoría nutricional al momento de realizar cualquier cambio en la conducta alimentaria.

Entre las dietas que mayormente identifican son el ayuno intermitente y la dieta libre de gluten. En el Gráfico 12 se comprueba que la mayoría de las y los estudiantes las conocieron a través de las redes sociales digitales, por comentarios de amigas, amigos, conocidos o familiares y el gimnasio. Por lo tanto, la información puede que no sea totalmente objetiva. De la totalidad de encuestados, el 69% afirmó conocer a alguien que siguiera las dietas mencionadas, en primer lugar, se encontró a familiares, luego amigas, amigos y por último las y los *influencers*, otorgando gran peso a la información a través de las redes sociales que construyen, dentro de su propio entorno como en los medios digitales.

Gráfico 12. Lugares donde conociste dietas



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta

Durante este apartado se comprobó que las y los adolescentes no cuentan con los criterios adecuados que les permita consumir información certera a través de los medios digitales, sus conocimientos sobre educación alimentaria no están bien desarrollados y se dejan influenciar por personas que tienen un cuerpo musculoso y muchos seguidores sin tomar importancia que sean profesionales de la salud o de la nutrición, aunque mencionen que si les importa que la información provenga de personas preparadas académicamente, con las respuestas que brindaron y los perfiles que nombraron, se contrasta que no es así.

## CONCLUSIONES

Este estudio surgió debido a la carencia de educación alimentaria y nutricional que presenta la población mexicana, esto puede verse reflejado en los altos índices de malnutrición que desencadena enfermedades crónicas no transmisibles, entre las principales se encuentra diabetes, dislipidemia, enfermedades cardiovasculares. Se puede considerar que estas enfermedades son parte de una pandemia donde pocas veces se toman acciones para erradicarla.

Dentro de los planes y programas que se abordan en el sector educativo, vienen contenidos relacionados a la alimentación saludable y promoción de actividad física, sin embargo, falta profundizar en la enseñanza que se le pretende brindar al estudiantado, ya que se ven estos contenidos de forma superficial donde no se toma en cuenta que se logre un aprendizaje significativo, que contribuya a la formación de un hábito entre las y los jóvenes que están siendo educados.

Además de las deficiencias que en ocasiones presenta la enseñanza de la educación alimentaria dentro de las instituciones educativas, actualmente se enfrenta una nueva era, donde las niñas y los niños están creciendo a lado de dispositivos con acceso a internet, y entre tantas variedades que ofrecen estos aparatos, están logrando mantener contacto con personas que crean contenidos sobre un tema en particular, siendo así, que los dispositivos móviles pueden contribuir a generar conocimiento o desinformación, según el uso que se le brinde.

Dentro de la EMS, existe la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, donde se aborda un módulo que trata sobre el desarrollo de la educación alimentaria y nutricional entre las y los adolescentes que la cursan, la

finalidad es que ejerzan la promoción y cuidado de la salud, de este modo, ser selectivos con la información que se difunde a través de los medios digitales, teniendo un criterio propio que permita cuestionarse o indagar más sobre los temas que se comparten en las redes sociales.

Es por ello, que el objetivo general de esta investigación fue analizar el uso y consumo de las redes sociales digitales sobre el contenido que visualizan las y los estudiantes en temas de alimentación y nutrición, permitiendo tener elementos que contrasten en la educación alimentaria y nutricional que reciben en la preparatoria, evaluando si ello, les permite tener criterios sólidos para valorar la información y datos en internet, así como conocer la percepción sobre sí mismos basados en los estereotipos de belleza que se publican en estos medios web.

Por lo tanto, la totalidad de las y los encuestados tienen al menos una cuenta activa en redes sociales digitales, utilizándolas para obtener información, acercarse a sus amistades o familiares y es *Tik Tok* la que mayormente utilizan, pasando diariamente un promedio de dos a cinco horas visualizando el contenido en esta aplicación, así mismo, es donde principalmente siguen las publicaciones de las y los *influencers* alimenticios.

La educación alimentaria y nutricional, es un componente esencial dentro de la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, ya que la alimentación es un pilar básico para la prevención, tratamiento o control de las enfermedades tanto transmisibles como no transmisibles. Dentro de las transmisibles, se encuentran las infecciosas por el mal manejo en la obtención, producción, almacenamiento y manipulación de los alimentos. Dentro de las no transmisibles se

encuentran las derivadas por una deficiencia o exceso en la ingesta de macro y micronutrientes.

Por otra parte, los estereotipos de belleza se han manifestado como parte de la sociedad desde siglos atrás; donde se ha inculcado que las mujeres deben tener una figura estilizada que resalte su feminidad, los hombres un cuerpo musculoso que se vea varonil, todo esto, en torno a cómo deben verse y vestirse según su género. Esto trayendo consigo desórdenes emocionales en las y los jóvenes que sienten que no encajan dentro de estas percepciones de belleza impuesta por la sociedad y que los medios se encargan de publicitar, tanto en televisión, revistas y ahora, redes sociales digitales.

Una vez que se estableció el objetivo general; se establecieron tres específicos; el primero consistió en conocer el origen, características y funciones de las redes sociales como medios de información y publicidad en temas de alimentación y nutrición, además de profundizar en el tema de las y los *influencers* como personajes que suelen idealizarse, enfocando la atención a las y los que hablan de temas alimenticios.

Dentro de este apartado se describen las características de una red social, siendo la interacción directa entre individuos con objetivos o intereses en común, en cambio, una red social digital es esta misma interacción, pero llevada a cabo a través de dispositivos móviles con acceso al internet, tal es el caso de celulares, tabletas, entre otros, donde se pueden enviar mensajes, subir fotografías, vídeos e información de cualquier tipo.

Así mismo, se hace mención de las y los *influencers* y de la forma en que se dedican a publicitar alguna marca tanto de ropa como accesorios, suplementos,

entre otros, logrando persuadir a las personas de que adopten su estilo de vida, forma de pensar y dando énfasis a la mercadotecnia y fomentando aún más los estereotipos de belleza que están impuestos.

El segundo objetivo fue conocer los aspectos teóricos de la educación alimentaria y nutricional, así como las características, cambios durante la adolescencia y la vulnerabilidad que presentan ante las conductas de riesgo, en este caso, relacionados a la alteración de la conducta alimentaria. De este modo, se mencionaron los conceptos claves, de los que se debe tener conocimiento para el desarrollo de la educación alimentaria, y sobre todo para implementarla en cualquier escenario posible.

Con respecto a la adolescencia, se explicó en qué consisten cada uno de los cambios que surgen a partir de esta etapa, como ocurre el desarrollo de las características secundarias, influenciadas directamente por la segregación de hormonas sexuales, repercutiendo en el aspecto cognitivo y social, buscado mayor aceptación entre sus grupos de pares y que brinde una sensación de independencia y ayude a establecer su personalidad.

Y, por último, dentro del tercer objetivo, se identificó si la educación alimentaria que reciben las y los adolescentes en su formación preparatoria les permite tener criterios sólidos para valorar la información y datos que consumen en las redes sociales digitales y la publicidad que promocionan las y los *influencers* alimenticios. Dentro de este apartado se mostraron los resultados de las encuestas, con la finalidad de entender y responder a los objetivos, hipótesis y pregunta de investigación.

Se comprobó que las y los estudiantes no adquirieron educación alimentaria y nutricional que recibieron en su formación durante la preparatoria ya que no conocían los conceptos básicos de la nutrición, tales como lípidos, proteínas, vitaminas y minerales, dieta, suplementos alimenticios, entre otros. La mayoría tenía una idea muy vaga o errónea acerca de la fuente de obtención de los macro y micronutrientes o su función dentro del organismo. El término de dieta, lo confundieron con un régimen especializado y hubo quienes consideraban que los suplementos alimenticios son hechos para suplir los alimentos.

Se plantearon dos hipótesis; las cuales pudieron ser comprobadas. La primera consistió en que la educación alimentaria y nutricional que recibieron las y los adolescentes dentro de la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, no les brindó las herramientas adecuadas para tener criterios sólidos que discernan sobre el contenido alimenticio que visualizan en redes sociales.

Esta hipótesis se pudo comprobar debido a que a través de los resultados se apreció como las y los adolescentes sentían afinidad por perfiles de personas que no eran profesionistas de la nutrición y se dedicaban a compartir contenido relacionado a la alimentación, rutinas de gimnasio, así como *reels* presumiendo su aspecto físico, la información que comparten no es del todo objetiva ya que no cuentan con los estudios académicos pertinentes.

La segunda hipótesis; fue que las publicaciones sobre alimentación y nutrición que observan las y los adolescentes en redes sociales digitales, tienen influencia sobre la forma en la que perciben su aspecto físico, basado en los ideales de belleza impuestos por la sociedad. Esto fue comprobado ya que de acuerdo con las publicaciones que visualizaban las y los estudiantes, correspondían a perfiles de



personas con aumentada masa muscular y que asisten frecuentemente al gimnasio. Las y los adolescentes encuestados refirieron desear también el crecimiento de su musculatura, por lo tanto, ir al gimnasio fue de las actividades que obtuvo mayor popularidad entre las respuestas.

Por otro lado, la metodología del estudio permitió detectar cuál de las redes sociales digitales prefieren las y los jóvenes, así como la importancia que le atribuyen referente al tiempo que pasan en ellas, el uso que les brindan y el tipo de contenidos que aprecian en estos medios, así como la percepción sobre los estereotipos de belleza que se imponen en medios publicitarios.

Así mismo, se demostró que las y los adolescentes cuentan en su totalidad con una cuenta activa en redes sociales, y utilizan estos medios digitales para obtener información y mantenerse en contacto con sus amigos y amigas, dejando en claro la necesidad que se tienen de interrelacionarse con las y los demás, ya que diariamente navegan en estas plataformas y ocasionalmente revisan información sobre alimentación y nutrición.

Es por ello, que debe de informarse sobre los peligros que pueden presentarse al utilizar medios digitales con respecto al uso y consumo de la información, ya que así como se puede encontrar información que no es completamente real también se hace un mal manejo de lo que se está compartiendo a través de estos medios, ocasionando desinformación entre las y los usuarios, incluso afectando la percepción sobre sí mismo, alterándose debido a los estereotipos y sobre todo publicidad que se comparte en redes sociales digitales.

Entre los limitantes que se presentaron en la metodología fue que algunos de las y los encuestados no completaron ciertas preguntas o el apartado de datos

generales, donde se mencionaba sexo, talla o estatura, acortando un poco el cruce de variables para la interpretación de resultados, además de que el cuestionario se dividió en dos partes, por lo tanto, se presentó dificultad para vincular las respuestas de ambos cuestionarios de un mismo sujeto.

Una vez que se revisaron las respuestas de los cuestionarios, se notó que hacía falta incluir más interrogantes, por lo que se tuvo que reunir la información en dos ocasiones más para una mejor interpretación de los resultados. Las preguntas que se incluyeron posteriormente fueron las siguientes: nombre de los perfiles sobre alimentación que siguen, criterios para decir seguir estos perfiles, que entienden por carbohidratos, lípidos, proteínas, vitaminas, minerales, suplementos alimenticios, alimentación saludable, dieta, plato del bien comer.

Dentro de los resultados se pudo comprobar que la red social que más utilizan es *Tik Tok*, cabe resaltar que esta aplicación comenzó a ganar popularidad en los últimos años, teniendo una variedad de contenidos, desde entretenimiento hasta publicidad, cultura, educación, etc. Permitiendo la creación de videos cortos y empalmar alguna canción o incluso sonidos de otra grabación, facilitando las parodias y la versatilidad de contenidos.

En segundo lugar, se posicionó *Instagram*, consiste en subir fotografías y post informativos, tiene la opción de subir historias, son grabaciones cortas donde generalmente se muestra lo que están haciendo las personas en ese momento, por ejemplo, si están en un evento social, o se graban platicando sobre un tema en particular y permite la interacción con sus seguidores a través de una “caja”, herramienta digital donde se puede escribir una pregunta que será respondida por el líder de opinión, facilitando la interacción.

Como se mencionó anteriormente, el humano es un ser social que requiere de la interacción con otros individuos para su propio desarrollo o para solventar alguna necesidad como ir al doctor, comprar o adquirir algún bien o servicio, es por ello, que las redes sociales digitales empezaron a ser indispensables ya que a través de ellas se pueden satisfacer un sinnúmero de cosas imprescindibles como la compra de artículos, el conocer e investigar sobre un especialista o personas con oficios que ayuden a solucionar algún problema de cualquier índole; de salud, financieros, legales, así como también arreglar una puerta, una tubería, el automóvil, etc.

En relación con los resultados de las encuestas, se pudo demostrar que las y los adolescentes utilizan estos medios digitales principalmente para obtener información y acercarse a su grupo de pares, se comprobó como para ellos es más agradable adquirir conocimientos sobre algún tema de interés a través de lo que visualizan en estas plataformas, así como debido a las opciones para interactuar que presentan, es que se permite conocer a las personas de acuerdo con lo que publican de su vida personal, de gustos, intereses y el aspecto social.

Así como se puede visualizar contenido de diversos tipos en las redes sociales digitales, se puede encontrar información sobre alimentación y estilos de vida saludables, es por ello, que se les preguntó a las y los estudiantes sobre su interacción con publicaciones de esta índole, la mayoría aceptó seguir ocasionalmente este tipo de contenido en *Tik Tok* principalmente, refiriendo que es más atractivo aprender en estos medios digitales que en la escuela.

Cabe mencionar que varios profesionistas de la salud se apoyan de las redes sociales digitales para promover hábitos saludables y fomentar la prevención

primaria, es por ello que se considera que haciendo buen uso de estas plataformas pueden servir de utilidad para complementar los contenidos aprendidos o incluso informarse de un tema en específico, permiten tener un acercamiento con sus seguidores y a quienes se toman el tiempo de responder dudas acerca de la información que comparten, demostrando un acompañamiento a través de la distancia.

Sin embargo, no todas las personas que se dedican a compartir contenido alimentario o nutricional en redes sociales digitales tienen los conocimientos basados en una preparación académica, sino más bien comparten sus experiencias adquiridas de manera empírica, por lo tanto, en muchas ocasiones la información no es confiable. Por ejemplo, se suelen recomendar dietas que deben ser adecuadas a las necesidades propias de cada individuo, tomando en cuenta hábitos, enfermedades, disponibilidad de los alimentos, etc.

Las y los *influencers* se dedican a promocionar suplementos alimenticios ya sea que ellos mismos han producido o que trabajan para alguna marca, algunos de estos productos realmente no brindan los requerimientos nutricionales que prometen y que han sido evidenciados por profesionistas, tal es el caso de Bárbara de Regil que creó su proteína en polvo y fue el Nutriólogo y *youtuber* Aries Terron quién analizó a través del laboratorio su suplemento alimenticio y mencionó que este no contenía lo que prometía en la información nutrimental, ocasionado un problema entre la *influencer* y el *youtuber*.

Otro caso similar fue el de la *influencer* Yeri Mua, esta joven creó la “Yeri Fibra”, suplemento alimenticio que sirve para tratar los síntomas y complicaciones del estreñimiento, alegando que gracias a este producto pudo bajar de peso,

haciendo una invitación a que las personas que quisieran perder peso la consumieran, sin embargo, el médico internista y *youtuber* encontrado en sus redes sociales digitales como “Mr. Doctor” se encargó de desmentir esto, ya que la ingesta de este producto por sí solo no influye en la pérdida de peso, sino más bien en ayudar a eliminar las heces fecales que se encuentran en el intestino grueso, además este tipo de suplementos se debe de acompañar de una ingesta adecuada de agua para que favorezca al movimiento intestinal y no ocasione mayor perjuicio a la salud.

Se debe de tener cuidado con el tipo de información que se está consumiendo a través de las redes sociales digitales, no todo lo que se comparte en estos medios es confiable, las percepciones que tienen las y los *influencers* no siempre son las adecuadas para tomarlas como un ejemplo a seguir, en ocasiones sólo realizan este tipo de publicaciones con la finalidad de tener una remuneración económica, ya sea por la promoción de sus mismos productos o por ser pagados por alguna marca reconocida que quiera aumentar sus ventas a través de la influencia que tienen estos líderes de opinión.

Se encontró relación entre los perfiles que siguen las y los adolescentes y la percepción sobre su imagen corporal, las cuentas que siguen las y los encuestados, pertenecen a hombres y mujeres que se dedican a subir contenido presumiendo su aumentada masa muscular y aspectos relacionados con su entrenamiento en el gimnasio así como rutinas alimenticias, incluso hay quienes aprovechan para dedicarse a vender planes alimenticios, sin embargo, al investigar sobre su desarrollo profesional, se encontró que ninguna de estas figuras cuenta con una

formación afín a la alimentación, por lo tanto no están capacitados para dedicarse a eso.

De acuerdo con los resultados de las encuestas se encontró que las y los adolescentes buscaban aumentar su masa muscular, demostrando influencia directa de lo que revisan en redes sociales digitales, así mismo, la actividad física que mayormente realizan, aparte de actividades deportivas, son las rutinas en un gimnasio, donde la principal finalidad es precisamente la ganancia de masa muscular.

Este estudio sirve como referencia para poder seguir realizando investigaciones a nivel estatal y nacional acerca de las repercusiones que puede tener la publicidad sobre la percepción de la imagen corporal en las y los adolescentes, además de cómo se relaciona con los problemas de la conducta alimentaria o sobre la aparición de diversas enfermedades, al promover el conocimiento sobre estos temas, sirve como una forma de prevención, ya que una población educada es libre de tomar las decisiones que favorezcan su calidad de vida.

Dentro de la institución educativa; sirve como un diagnóstico que permite identificar las áreas de oportunidad dentro del plan de estudios la formación para el trabajo de Higiene y Salud Comunitaria, ya que se demostró que las y los estudiantes no cuentan con educación alimentaria, por lo tanto, tampoco con el criterio para elegir información científica o que sea compartida por profesionales de la salud, por el contrario, se fijan en que las personas que siguen tienen una figura estética que promueve los estereotipos de belleza y el contenido que comparten no siempre es objetivo.

Así mismo, se pudo observar cómo las y los adolescentes reconocen parcialmente las funciones principales de los macro y micronutrientes y su fuente de obtención. Es necesario crear estrategias de enseñanza-aprendizaje acerca de los temas de nutrición para concientizar a las y los estudiantes de la importancia de consumir alimentos que estén disponibles de acuerdo con su contexto, pero a su vez, saber elegir los que realmente aportan los nutrientes necesarios, sobre los que solo proporcionan “calorías vacías”, propiciando la ganancia de grasa corporal. Educarlos para que tengan la oportunidad de reconocer información real, de personas confiables, corroborando que el contenido que visualizan es certero y ser capaces de tener una opinión propia, basado en el conocimiento científico.

El desarrollo de esta investigación trajo varios logros personales, entre ellos, el despertar la pasión por la investigación y el hambre por conocer más sobre los temas de interés, como es la nutrición, las redes sociales y los cambios tan significativos que ocurren en la adolescencia, el profundizar sobre la raíz y solución de los problemas cambia la perspectiva sobre cómo visualizar aspectos de la vida diaria.

Dentro del desarrollo académico contribuyó a la presentación de este tema ante compañeras, compañeros y docentes fomentando la mejora del proyecto, así como la participación en un congreso organizado en España y publicación científica de un artículo, razón que es muy enriquecedora y abre las puertas a seguir la preparación profesional en estudios de posgrados, gracias a la ayuda del CONAHCYT a través de una beca, fomenta a penetrar en el mundo de la ciencia, adquisición de valores y promoción del conocimiento para lograr un bien común dentro de la sociedad.

## REFERENCIAS

- Abello, R. & Madariaga, C. (1999). Las redes sociales, ¿Para qué? *Revista Científica Uninorte*, Núm. 2-3, pp. 116-135.
- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. (2021). *Estrategia NAOS*. Gobierno de España: España.
- Allen, B. & Waterman, H. (2019) (2022, enero, 26). *Etapas de la adolescencia, Healthy Children.org*. Recuperado de [https://saludmentalparatodos.co/wp-content/uploads/2022/03/1.-Etapas-de-la-adolescencia-HealthyChildren.org .pdf](https://saludmentalparatodos.co/wp-content/uploads/2022/03/1.-Etapas-de-la-adolescencia-HealthyChildren.org.pdf) Fecha de consulta 07 de septiembre de 2022.
- Altisent, A. (2018). *Alimentación en adolescentes: Propuesta de educación sanitaria en Instagram*. (Tesis de Maestría). Belaguer, España: Universidad de Lleida.
- Amar, J. & Hernández, B. (2005). Autoconcepto y adolescentes embarazadas primigestas solteras, *Psicología desde el Caribe*, Núm. 15, pp. 1-17.
- American Dietetic Association (ADA). (1996). Position of the American Dietetic Association: nutrition education for the public. *J Amer Diet Assoc*, Vol. 96, Núm. 11, pp. 1183-1187.
- Argueso, S., Celayeta, A., De Vicente, J., Lindenberg, M., Sotelo, M. & Kosoriek, E. (2021). Dietas de moda en Instagram: un análisis con perspectiva de género. *Revista Nutrición Investiga*, Vol. 6, Núm. 2, pp. 545-546.
- Ascencio, C. (2011). *Elementos fundamentales en el cálculo de dietas*. México: Editorial El Manual Moderno.
- Asociación de Internet MX. (2021). *17º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021*. Recuperado de: <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/17%C2%B0%20Estudio%20sobre%20los%20Ha%CC%81bitos%20de%20los%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Me%CC%81xico%202021%20v16%20Publica.pdf>, Fecha de consulta 14 de febrero de 2022.
- Baile, J., González, A., Ramírez, C. & Suárez, P. (2011). Imagen corporal, hábitos alimentarios y hábitos de ejercicio físico en hombres usuarios de gimnasio y hombres universitarios no usuarios. *Revista de Psicología del Deporte*, Vol. 20, Núm. 2, pp. 353-366.
- Barrigueté, J., Vega, S., Radilla, C., Barquera, S., Hernández, L., Moreno, L., Vázquez, A., Murillo J. (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*, Vol. 23, Núm. 1, pp 39-46.

Bermejo, E. (2021). *Impacto de la red social Tik Tok: influencia como medio de comunicación desde el confinamiento por COVID-19* (Trabajo de fin de grado). Sevilla, España: Universidad de Sevilla.

Boletín Gobierno Corporativo. (2014). *Los orígenes de las redes sociales y los medios de comunicación*. Deloitte. Recuperado de: [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC\\_Boletin\\_invierno2014\\_tema2.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/Gobierno-Corporativo/GC_Boletin_invierno2014_tema2.pdf). Fecha de consulta: 01 de febrero de 2022.

Bueno, M. (2020). *Imaginarios sociales y hábitos de alimentación influenciados por redes sociales en adolescentes en edades entre 14 y 16 años* (Tesis de Licenciatura). Cartago, Colombia: Universidad Antonio Nariño.

Buitrago, K., Ulloa, D. & Vaca, E. (2016). *Estereotipos de belleza física en medios de comunicación en mujeres jóvenes, estudiantes universitarias en Villavicencio*. Villavicencio, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.

Buitrón, S. (2020). *Influencia de las redes sociales en las preferencias alimentarias de adolescentes entre 15-18 años de la Unidad Educativa "San Vicente de Paúl"*. (Tesis de Licenciatura). Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, Núm. 8, pp. 201-218.

Carbajal, Á. (2013). *Manual de Nutrición y Dietética*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

Castañeda, L. & Gutiérrez, I. (2010). *Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas*. En: L. Castañeda (primera edición). *Aprendizaje con redes sociales, tejidos educativos para los nuevos entornos*. Editorial MAD: España, pp. 17-39.

Causarano, L. (2022). *Neurociencias* (13). Recuperado de: <https://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/escolar/2022/05/10/neurociencias-13/> Fecha de consulta 10 de septiembre de 2022.

Comité Temático de Educación Alimentaria y Nutricional de la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y Nutricional. (2017). *Lineamiento Nacional de Educación Alimentaria y Nutricional*. Recuperado de:

[https://www.icbf.gov.co/system/files/lineamiento\\_nacional\\_de\\_educacion\\_alimentaria\\_y\\_nutricional\\_validacion\\_ctean.pdf](https://www.icbf.gov.co/system/files/lineamiento_nacional_de_educacion_alimentaria_y_nutricional_validacion_ctean.pdf) Fecha de consulta 20 de agosto de 2022.

Cook, R. & Cusack, S. (2009). *Estereotipos de género, Perspectivas legales transnacionales*. Recuperado de: [https://www.law.utoronto.ca/utfl\\_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf](https://www.law.utoronto.ca/utfl_file/count/documents/reprohealth/estereotipos-de-genero.pdf), Fecha de consulta 01 de marzo de 2022.

Corona, F. & Peralta, E. (2011). Prevención de conductas de riesgo, *Revista Médica Clínica Las Condes*, Vol. 22, Núm. 1, pp. 68-75.

Craig, G. & Bacum, D. (2009). *Desarrollo psicológico*. (9 ed.). México: Pearson Educación.

Diario Oficial de la Federación. (2008). Acuerdo número 444 por el que se establecen las competencias que constituyen el marco curricular común del Sistema Nacional de Bachillerato. Secretaría de Gobernación: México.

Diario Oficial de la Federación. (2013). Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2012, Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación: Secretaría de Salud. México.

Dirección General de Bachillerato (DGB). (2017, marzo, 03). *(DGB) Dirección General de Bachillerato*. Recuperado de <https://educacionmediasuperior.sep.gob.mx/es/sems/dgb> Fecha de consulta 02 de septiembre de 2022.

Dirección General de Bachillerato (DGB). (2018). Higiene y Salud Comunitaria Programa de estudios tercero, cuarto, quinto y sexto semestres: Subsecretaría de Educación Media Superior: México.

De Caro, D. (2013). El estudio del cerebro adolescente: contribuciones para la psicología del desarrollo, *V congreso internacional de Investigación y práctica profesional en psicología XX jornadas de investigación noveno encuentro de investigadores en psicología del MERCOSUR*. Facultad de Psicología: Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

De Ketele, J. (1984). *Observar para educar, observación y evaluación en la práctica educativa*. Madrid, España: Editorial Visor.

De la Cruz, E. (2015). La educación alimentaria y nutricional en el contexto de la educación inicial. *Paradigma*, Vol. 36, Núm. 1, pp. 161-183.

- Fernández, A. (2017). *Estudio del origen de la figura del influencer y análisis de su poder de influencia en base a sus comunidades*. (Tesis de Licenciatura). Barcelona, España: Facultad de Comunicación, Universidad Pompeu Fabra.
- Fiscman, D. (2018). *Influencers como creadores de identidad/ Mini colección para mujeres pre-adolescentes inspirada en los líderes de opinión*. (Tesis de Licenciatura). Argentina: Universidad de Palermo.
- Flores, M. & Gebran, K. (2017). Efectividad del uso de redes sociales en el cambio del consumo de carbohidratos y grasas en la dieta de estudiantes universitarios. *Revista Proyección, Jornadas Investigación, Tecnología y Sociedad*, pp. 94-102.
- Gaete, V. (2015). Desarrollo psicosocial del adolescente, *Revista Chilena de Pediatría*, Vol. 86, Núm. 6, pp. 436-443.
- Gallego, S. (2016). *Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)*. (Tesis de Licenciatura). Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- García, R. (2017). *Seguridad Informática y el Malware*. Universidad Piloto de Colombia. Recuperado de <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/2641/00004128.pdf?sequence=1#:~:text=Resumen%3A%20la%20seguridad%20inform%C3%A1tica%20busca,beneficio%20propio%2C%20que%20tiene%20com> Fecha de consulta 26 de agosto de 2022.
- Gobierno de México. (mayo 2023). El ícono de las guías alimentarias 2023. Recuperado de: <https://www.gob.mx/promosalud/documentos/plato-del-bien-comer-334477?state=published> . Fecha de consulta: 06 de septiembre de 2023.
- Granados, G. (2020). *Influencers impulsores del hábito de una alimentación saludable entre los jóvenes en Lima Metropolitana. Análisis de caso Yovana Mendoza y Sascha Fitness*. (Tesis para grado de Bachiller). Lima, Perú: Facultad de Humanidades.
- Grupo de Educación Nutricional y de Sensibilización del Consumidor de la FAO. (2013). *La importancia de la Educación Nutricional*. Recuperado de: <https://www.fao.org/ag/humannutrition/31778-0a72b16a566125bf1e8c3445cc0000147.pdf> Fecha de consulta 20, de agosto de 2022.
- Güemes, M., Ceñal, M. & Hidalgo, M. (2017). Desarrollo durante la adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales, *Pediatría Integral*, Vol. XXI, Núm. 4, pp. 233-244.

- Hidalgo, M. & Ceñal, M. (2014). Hablemos de... Adolescencia. Aspectos físicos, psicológicos y sociales, *Anales de Pediatría Continuada*, Vol. 12, Núm. 1, pp. 42-46.
- Hidrobo, A. & Sánchez, E. (2018). *Influencia de las redes sociales y sitios web en los hábitos alimentarios de los adolescentes entre 15-17 años del Colegio Fiscal Guayllabamba-Pichincha-Ecuador, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Hunot, C., Vizmanos, B., Vázquez, E. & Celis, A. (2008). Definición conceptual de las alteraciones de la conducta alimentaria. *Revista Salud Pública y Nutrición*, Vol. 9, Núm. 1.
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social networks: a new diffusion tool. *Revista Reflexiones*, Vol. 91, Núm. 2, pp. 121-128.
- Iglesias, J. (2013). Desarrollo del adolescente: aspectos físicos, psicológicos y sociales, *Pediatría Integral*, Vol. XVII, Núm. 2, pp. 88-93.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Estadísticas a propósito del día mundial contra la obesidad (12 de noviembre)*. Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/EAP\\_Obesidad20.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/EAP_Obesidad20.pdf), Fecha de consulta 08 de marzo de 2023.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Instituto Federal de Telecomunicaciones & Secretaría de Telecomunicaciones y Transportes. (2020). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2020.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf), Fecha de consulta 14 de febrero de 2022.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Panorama Sociodemográfico de México, Zacatecas*. Recuperado de: [https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/702825198053.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198053.pdf), Fecha de consulta 21 de febrero de 2023.
- Instituto Nacional de Salud Pública. (2018). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT)*. Secretaría de Salud & Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI): México.
- Ireton, C. (2012). Ingesta: energía. En Mahan, L., Escott, S. & Raymond, J. (Ed. 13), *Krause Dietoterapia*, pp. 19-31. España: Elsevier.

- Islas, C. & Carranza, M. (2011). Uso de las redes sociales como estrategia de aprendizaje. ¿Transformación educativa?, *Apertura*, Vol. 3, Núm. 2.
- Lagua, R. & Claudio, V. (2004). *Diccionario de nutrición y dietoterapia* (5 ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Latham, M. (2002). *Nutrición humana en el mundo en desarrollo*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- Leiva, J. (2009). *Redes sociales, situación y tendencias en relación a la Información y la Documentación*. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/14429/1/redessocialesj-leiva2009-100323070707-phpapp02.pdf>, Fecha de consulta 14 de febrero de 2022.
- Lemos, M., Longato, M., Masci, C. & Mendoza, D. (2016). *El uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional*. (Tesis de Licenciatura). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- López, M. (2020). Analizando “El Plato del Bien Comer”, *Revista de Nutrición Clínica y Metabolismo*, Vol. 4, Núm. 1, pp. 103-109.
- López, V. (2015). Los alimentos y su clasificación, *Revista Conexión de Hospitalidad y Gastronomía*. Recuperado de [http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG\\_12\\_Art\\_3.pdf](http://aliatuniversidades.com.mx/conexxion/wp-content/uploads/2016/09/CHyG_12_Art_3.pdf) Fecha de consulta 09 de septiembre de 2022.
- Macedo, G., Bernal, M., López, P., Hunot, C., Vizmanos, B. & Roville, F. (2008). Hábitos alimentarios en adolescentes de la Zona Urbana de Guadalajara, México, *Antropo*, 16, pp. 29-41.
- Madrigales, C. (2012). *Autoconcepto en adolescentes de 14 a 18 años (estudio realizado en Funda Niñas Mazatenango)*. (Tesis de Licenciatura). Quetzaltenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Mafla, A. (2008). Adolescencia: cambios bio-psicosociales y salud oral, *Colombia Médica*, Vol. 39, Núm. 1, pp. 41-57.
- Malgor & Valsecia. *Hormonas sexuales masculinas*. Recuperado de [https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/cap27\\_masc.pdf](https://med.unne.edu.ar/sitio/multimedia/imagenes/ckfinder/files/files/cap27_masc.pdf) Fecha de consulta 03 de septiembre de 2022.
- Martín, L. (2018). *El valor de los influencers de alimentación saludable en Instagram*. (Tesis de Grado). Segovia, España: Universidad de Valladolid.

- Martínez, M. (2020). *El efecto que ejercen las redes sociales en los hábitos de consumo alimentario: España VS. EE. UU.* (Tesis de Licenciatura). Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Martínez, M. (2022). *La promoción de la alimentación saludable a través de las redes sociales.* (Tesis de Grado). Cartagena, España: Universidad Politécnica de Cartagena.
- Molina, T. (2009). Desarrollo puberal normal. Pubertad precoz. *Revista Pediátrica Atención Primaria*, Vol. 11.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, Núm. 20, pp. 165-193.
- Mejía, D. (2018). *Representaciones sociales sobre ideales de belleza en redes sociales y su relación con el autoconcepto físico: estudio de caso con jóvenes universitarias de la ciudad de Medellín.* (Tesis de Licenciatura). Medellín, Colombia: Universidad EAFIT.
- Míguez, L. (2019). *Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable.* (Tesis de Licenciatura). Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Montoya, S. (2017). *Las redes sociales virtuales y su influencia en los hábitos saludables de alimentación y ejercicio, en los jóvenes universitarios en la ciudad de Cali.* (Tesis de Licenciatura). Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana Cali.
- Monsalve, M. (2008). Análisis de redes sociales: un tutorial. *Bits de Ciencia*, Núm. 2, pp. 1-6.
- Muñoz, A. (2014). *La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI.* (Trabajo de fin de grado). Barcelona, España: Universitat Internacional de Catalunya.
- Olivares, M. & Chávez, E. (2019). Uso de las redes sociales como estrategia de promoción de alimentación saludable en adolescentes. *Revista Cubana de Informática Médica*, Vol. 11, Núm. 1, pp. 113-124.
- Oliver, M. (2017). *Efectos adversos del uso de la suplementación dietética por parte de los deportistas.* (Tesis de Grado). Palma, España: Universidad de las Islas Baleares.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2021). *Educación alimentaria y nutricional*: FAO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) & Ministerio de Educación de la Nación (República Argentina) (2009). *Educación Alimentaria y Nutricional Libro para el docente 2*. Argentina.

- Ortega, G. (2018). *Manipulación higiénica de los alimentos*. Recuperado de: <https://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/escolar/manipulacion-higienica-de-los-alimentos-1735264.html>. Fecha de consulta 26 de febrero de 2023.
- Pardo, V. (2004). La importancia de las vitaminas en la nutrición de personas que realizan actividad físico deportiva. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, Vol. 4, Núm. 16, pp. 233-242.
- Pineda, S. & Aliño, M. (1999). El concepto de adolescencia. En Ministerio de Salud Pública, Cuba. *Manual de prácticas clínicas para la atención integral a la salud de la adolescencia*. La Habana, Cuba: MINSAP.
- Pérez, A., Palacios, B., Castro, A. & Flores, I. (2014). *Sistema Mexicano de Alimentos Equivalentes (SMAE)*. (Ed. 4). México: Impresos Trece.
- Pérez, M. (2012). Los micronutrientes, *Salus Revista de la Facultad de Ciencias de la Salud*, Vol. 16, Núm. 2, pp. 5-6.
- Pomerantz, A., Blachman, R., Vital, S., Berebichez, R., Aguilar, J. & Lara, D. (2016). Consumo de suplemento proteico y su posible asociación con daño renal en atletas mexicanos de alto rendimiento, *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, Vol. 54, Núm. 1, pp. 42-47
- Pujol, F. (2018). Redes sociales y aprendizaje. *Revista de Estudios de Juventud*, Núm. 119, Recuperado de: [http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/2.-\\_redes\\_sociales\\_y\\_aprendizaje.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/41/publicaciones/2.-_redes_sociales_y_aprendizaje.pdf) Fecha de consulta: 24 de agosto de 2022.
- Quiroz, N. (2020). *TikTok* La aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, pp. 1-9.
- Ramírez, J., Castro, D., Lerma, C., Yela, F. & Escobar, F. (2020). Consecuencias de la pandemia de la COVID-19 en la salud mental asociadas al aislamiento social. *Colombian Journal of Anesthesiology*, Vol. 48, Núm. 4, pp.1-8.
- Rosabal E., Romero, N., Gaquín, K., Hernández, R. (2015). Conductas de riesgo en los adolescentes, *Revista Cubana de Medicina Militar*, Vol. 44, Núm. 2, pp. 218-229.
- Salazar, Z. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez, *Reflexiones*, Vol. 87, Núm. 2, pp. 67-80.

- Sánchez, A. (2019). *Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes: etiología y actuación enfermera*. Madrid, España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Secretaría de Educación Pública. (SEP). *Clic para docentes, Educación Media Superior*. Recuperado de: [http://www.sep.gob.mx/es/sep1/media\\_superior](http://www.sep.gob.mx/es/sep1/media_superior). Fecha de consulta: 11 de febrero de 2023
- Secretaría de Educación Pública. (SEP). *Marco Curricular Común, EMS 2022, Proyecto de transformación de la Educación Media Superior, La Nueva Escuela Mexicana*. Recuperado de: <https://educacionmediasuperior.sep.gob.mx/work/models/sems/Resource/13516/1/images/MarcoCurricularComunEMS2022.pdf>. Fecha de consulta: 12 de febrero de 2023
- Secretaría de Educación Pública. (2017). *Planes de estudio de referencia del marco curricular común de la Educación Media Superior*. (1 ed.). México.
- Serrano, J. (2013). Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad. *Historia y comunicación social*, Vol. 18, Núm. Esp. Nov., pp. 353-364.
- Silva, I. & Mejía, O. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía, *Revista Electrónica Educare*, Vol. 19, Núm. 1, pp. 241-256.
- Simons, H. (2011). *El estudio de caso: teoría y práctica*. Madrid, España: Ediciones Morata, S. L.
- Stake, R. (1999). *Investigación con estudio de caso*. (2 ed). Madrid, España: Ediciones Morata, S. L.
- Suárez, W. & Sánchez, A. (2018). Índice de masa corporal: ventajas y desventajas de su uso en la obesidad. Relación con la fuerza y la actividad física, *Nutrición clínica en medicina*, Vol. XII, Núm. 3, pp. 128-139
- Subsecretaría de Educación Media Superior. (2020). *Revisión del Marco Curricular Común de Educación Media Superior*. Recuperado de: <http://revisi%C3%B3n-del-Marco-Curricular-SEMS-2020.pdf>. Fecha de consulta 15 de febrero de 2023
- Temperini, M. & Macedo, M. (2015). La problemática de los perfiles falsos en Facebook y su relación con el Cibercrimen. *Simposio Argentino de Informática y Derecho (SID 2015)*, pp. 185-198.



- Tirapu, J. García, A., Luna, P., Verdejo, A. Ríos, M. (2012). *Corteza prefrontal, funciones ejecutivas y regulación de la conducta*. Recuperado de: <https://autismodiario.com/wp-content/uploads/2013/12/Neuropsicolog%C3%ADa-de-la-corteza-prefrontal-y-las-funciones-ejecutivas-y-Conducta.pdf> Fecha de consulta 15 de septiembre de 2022
- Vargas, M. (2013). Trastornos de la Conducta Alimentaria, *Revista médica de Costa Rica y Centroamerica LXX*, Núm. 607, pp. 475-482.
- Vázquez, J. (2020). *Las noticias falsas (fake news), la desinformación y la infodemia durante la pandemia de la COVID-19*. Recuperado de: <https://revistas.anahuac.mx/sintaxis/article/view/540/392>, Fecha de consulta 10 de septiembre del 2021.

## ANEXOS

### Anexo A. Solicitud de permiso a la Preparatoria Villanueva



Oficio Núm. 96/R/MEDPD

**M.C.D ELVIA SORAYA CORVERA MÁRQUEZ**

*Directora de la preparatoria Villanueva*

**PRESENTE**


Por este medio, le solicito de la manera más atenta, permita el acceso a la institución que Usted dignamente preside, a la Lic. Dulce Olivia Dávila Piñón, alumna de tercer semestre de la Maestría en Educación y Desarrollo Profesional Docente (MEDPD) de la Unidad Académica de Docencia Superior, con número de matrícula 31120297, quien está desarrollando la investigación titulada "Redes sociales digitales y su influencia en la educación alimentaria y nutricional en adolescentes preparatorianos".

En ese sentido, la citada alumna requiere realizar diversas actividades, como aplicaciones de encuestas y entrevistas con el alumnado y el profesorado, todo lo antes mencionado con el objetivo de documentar y desarrollar su investigación.

Cualquier inquietud sobre lo arriba expuesto estoy a sus órdenes y, sin otro particular, le saludo cordialmente.

Atentamente:

Zacatecas, Zac., 28 de octubre del 2022.

  
**Dra. Beatriz Mariel García Sandoval**  
*Responsable de la Maestría en Educación y*  
*Desarrollo Profesional Docente*

 MAESTRÍA EN EDUCACIÓN  
Y DESARROLLO PROFESIONAL DOCENTE

c.c.p. Archivo.

  
RECIBI 3 Nov 2022  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
ESCUELA PREPARATORIA  
PREPARATORIA VILLANUEVA  
CLAVE DE BARRIO  
VILLANUEVA, ZACATECAS

## Anexo B. Carta de autorización

Villanueva, Zacatecas a 15 de noviembre de 2022

### CARTA DE AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, yo Elvia Soraya Corvera Márquez, directora de la Preparatoria Villanueva, ubicada en calle Purísima #23, Villanueva, Zacatecas, autorizo a la Licenciada en Nutrición Dulce Olivia Dávila Piñón, para desarrollar la investigación titulada "Educación alimentaria y criterios de las y los adolescentes preparatorianos en el uso y consumo de información nutricional a través de redes sociales digitales. Estudio de caso "Preparatoria Villanueva".

La autorizada podrá reunir información relacionada al contexto del plantel, así como la aplicación de encuestas a las y los alumnos que se encuentran cursando la Formación para el Trabajo de Higiene y Salud Comunitaria IV, mismos datos que son indispensables para lograr los resultados de su trabajo de investigación.



Atentamente

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
ESCUELA PREPARATORIA  
PREPARATORIA VILLANUEVA  
CLAVE: 02BND002E  
VILLANUEVA, ZACATECAS

M.C.D. Elvia Soraya Corvera Márquez





Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo

Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días

Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en redes sociales

Descuido a mis amigos (as) o familiares por estar conectado (a) a las redes sociales

Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales

13. ¿Consultas contenido relacionado con la alimentación en redes sociales?  
a. Si b. No
14. ¿Con qué frecuencia consultas este tipo de contenido?  
a. Varias veces al día d. Ocasionalmente  
b. Diario e. Nunca  
c. Semanalmente
15. ¿En qué tipo de red sociales consultas este tipo de contenido con más frecuencia?  
a. Facebook d. Tik Tok  
b. Instagram e. Twitter  
c. Spotify f. YouTube
16. ¿Cuántos perfiles que publiquen contenido relacionado con alimentación sigues en redes sociales?  
a. Ninguno d. Entre 5-10  
b. Entre 1-2 e. Más de 10  
c. Entre 2-5
17. ¿En algún momento has tenido un problema relacionado con la salud o alimentación que lo hayas resuelto con información en redes sociales?  
a. Si b. No
18. ¿Sobre qué temas relacionados a la alimentación has aprendido gracias a redes sociales? (puedes elegir más de una opción)  
a. Dietas  
b. Características sobre llevar una alimentación saludable  
c. Características de carbohidratos, lípidos, proteínas, vitaminas y minerales  
d. Suplementos alimenticios  
e. Higiene en la manipulación de alimentos  
f. No he aprendido nada sobre alimentación en redes sociales  
g. Otro \_\_\_\_\_
19. ¿Sobre qué temas relacionados a la alimentación has aprendido en tu institución educativa? (puedes elegir más de una opción)  
a. Dietas

- b. Características sobre llevar una alimentación saludable
  - c. Características de carbohidratos, lípidos, proteínas, vitaminas y minerales
  - d. Suplementos alimenticios
  - e. Higiene en la manipulación de alimentos
  - f. No he aprendido nada sobre alimentación en redes sociales
  - g. Otro \_\_\_\_\_
20. Del 1 al 10 (siendo 1 nada y 10 totalmente) ¿En qué medida crees que afecten las redes sociales en tu conducta alimentaria?
- 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
21. Del 1 al 10 (siendo 1 nada y 10 totalmente) ¿En qué medida crees que la información que se comparte en redes sociales es real?
- 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
22. Del 1 al 10 (siendo 1 nada y 10 totalmente) ¿Qué tanto influye lo que observas en redes sociales (publicidad, alimentación, moda) en la percepción sobre ti mismo (a)?
- 1    2    3    4    5    6    7    8    9    10
23. ¿Te has sentido mal emocionalmente por algo que observaste en redes sociales, relacionado a la alimentación, imagen corporal, publicidad y/o estereotipos de belleza, etc.?
- a. Si
  - b. No
24. ¿Consideras que han aumentado las redes sociales tus conocimientos sobre alimentación?
- a. Si
  - b. No
25. ¿Consideras que el contenido relacionado con la alimentación en redes sociales es veraz?
- a. Si
  - b. No
  - c. En ocasiones
26. En caso de responder afirmativamente, menciona ¿Por qué?
- a. Las personas que publican información son profesionales de la salud o alimentación
  - b. Todo lo que se publica en redes sociales es real
  - c. Por qué corroboro la información investigando
  - d. Otro \_\_\_\_\_
27. En caso de responder negativamente, menciona ¿Por qué?
- a. Las personas que publican la información no son profesionales de la salud o alimentación
  - b. No todo lo que está en redes sociales es real
  - c. Solo creo en lo que puedo corroborar investigando
  - d. Otro \_\_\_\_\_
28. ¿Sigues profesionales de la salud en redes sociales? (médicos, enfermeras (os), nutriólogas (os), etc.)







FOLIO \_\_\_\_\_

*Anexo D. Encuesta sobre redes sociales digitales, conducta alimentaria y percepción de la imagen corporal en adolescentes parte II*

Objetivo: Las siguientes preguntas están enfocadas en conocer los hábitos, conductas y percepciones de las y los adolescentes en cuanto al tiempo que dedican a redes sociales, las que mayormente utilizan, así como los perfiles que frecuentan, los alimentos que consumen y cómo repercute todo ello en su imagen corporal y conducta alimentaria. Para la elaboración del presente cuestionario, se basó en los instrumentos realizados en las investigaciones de los siguientes autores: Bueno (2020), Martínez (2020), Altisent, (2018), Mejía (2018), Lemos, Longato, Masci & Mendoza, (2016).

Los datos tienen fines de investigación, por ello, se omite el nombre de la persona, la cual aceptó de manera voluntaria realizar la presente encuesta.

**\*Acepto de manera voluntaria contestar esta encuesta según mis percepciones, teniendo claro que los datos que aquí se manifiestan son totalmente anónimos.**

- a. Si b. No

INSTRUCCIONES: Lee con atención y por favor responde lo que se te pide

I. Conducta alimentaria e imagen corporal

1. Del 1 al 10 (siendo 1 nada y 10 totalmente) ¿Cuánto te interesa cuidar tu alimentación?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Habitualmente, ¿Cuáles tiempos de comida realizas al día? (Marca con X más de una opción según corresponda)

- a. Desayuno d. Merienda  
b. Media mañana (recreo) e. Cena  
c. Comida

3. ¿Realizas actividad física?

- a. Si b. No

4. ¿Qué tipo de actividad física realizas?

- a. Practica de algún deporte d. Gimnasio  
b. Ciclismo e. Otro \_\_\_\_\_  
c. Atletismo f. No realizo actividad física

5. ¿Con qué frecuencia lo realizas?
- a. Una vez a la semana  
b. De dos a tres veces por semana  
c. De cuatro a cinco veces por semana  
d. seis a siete veces por semana  
e. No realizo actividad física
6. ¿Por qué realizas actividad física?
- a. Perder peso  
b. Ganar musculo  
c. Prevenir enfermedades  
d. Mejorar mi condición física  
e. Está de moda  
f. Otro \_\_\_\_\_
7. En las redes sociales que utilizas, ¿De qué manera se muestran o informan sobre los ideales de belleza aplicados en la composición corporal?
- a. Cuerpos delgados  
b. Cuerpos curvilíneos  
c. Cuerpos con arreglos estéticos (aumento de senos, glúteos, liposucción, etc.)  
d. Otro \_\_\_\_\_
8. Según los ideales de belleza que observas en redes sociales, ¿te sientes cómoda (o) con la forma de tu cuerpo?
- a. Sí  
b. No
9. ¿Porqué?
- a. Siento que mi cuerpo es más ancho de lo que quisiera  
b. Siento que mi cuerpo es más delgado de lo que quisiera  
c. Siento que mi cuerpo es tal cual como quiero y me gusta  
d. Otro \_\_\_\_\_
10. ¿Te gustaría cambiar una parte de tu cuerpo para encajar en los ideales de belleza que observas en redes sociales?
- a. Si  
b. No
11. ¿Qué parte de tu cuerpo te gustaría cambiar? (puedes elegir más de una respuesta)
- a. Disminuir la circunferencia abdominal  
b. Aumentar el tamaño de mis senos  
c. Disminuir el tamaño de mis senos  
d. Aumentar el tamaño de mis glúteos  
e. Disminuir el tamaño de mis glúteos  
f. Aumentar masa muscular  
g. Otro \_\_\_\_\_
12. ¿Has realizado algún cambio en tu conducta alimentaria para lograr el aspecto físico que deseas?
- a. Si  
b. No
13. ¿Qué cambios en la conducta alimentaria has realizado? (puedes elegir más de una respuesta)
- a. Dejar de comer alimentos ricos en grasa  
b. Dejar de comer alimentos que sé ó creo tienen carbohidratos  
c. Comer muchos vegetales, ejemplo, verduras y frutas  
d. Comer muy poca cantidad de alimento

- e. Consumir suplementos alimenticios
  - f. No he realizado cambios en la conducta alimentaria
  - g. Otro \_\_\_\_\_
14. Cuándo decidiste realizar cambios en la conducta alimentaria, ¿Buscaste información al respecto?
- a. Si
  - b. No
  - c. No he realizado cambios
15. ¿En dónde buscaste información? (puedes elegir más de una respuesta)
- a. Redes sociales digitales
  - b. Asesoría con un nutriólogo o personal de salud
  - c. Un amigo, familiar o conocido me dijo que hacer
  - d. No he buscado información al respecto
16. ¿En tu institución educativa te han hablado sobre alimentación y/o nutrición?
- a. Si
  - b. No
  - c. No lo sé
17. ¿Crees que la información sobre nutrición, que se te da en tu institución educativa, es real?
- a. Si
  - b. No
18. De la información que recibes en la escuela, ¿te permite reconocer lo que significan los siguientes conceptos? (puedes seleccionar más de una respuesta)
- a. Plato del bien comer
  - b. Carbohidratos, lípidos y proteínas
  - c. Vitaminas y minerales
  - d. Clasificación de los alimentos por grupos
  - e. Enfermedades por malnutrición (desnutrición, sobrepeso y obesidad)
  - f. Trastornos de la conducta alimentaria
  - g. Manejo higiénico de los alimentos
19. De la información que has recibido sobre nutrición en la institución educativa ¿Has modificado alguna conducta?
- a. Si
  - b. No
20. ¿Cuál? (Puedes elegir más de una respuesta)
- a. Consumir alimentos de todos los grupos para tener un mejor estado de salud
  - b. Dejar de consumir alimentos que considero me pueden enfermar
  - c. Cuidar mi peso
  - d. Tener más higiene al tocar mis alimentos
  - e. Otro: \_\_\_\_\_
21. ¿Has seguido alguna dieta que obtuviste mediante redes sociales?
- a. Si
  - b. No

22. ¿Has seguido alguna dieta que obtuviste mediante la consulta con un (a) nutriólogo (a)?
- a. Si b. No
23. ¿Cuál? Descríbela
24. ¿Cuáles de las siguientes dietas conoces?
- a. Dieta libre de gluten d. Dieta cetogenica  
b. Dieta hiperproteica e. Otra \_\_\_\_\_  
c. Ayuno intermitente
25. ¿Dónde conociste estas dietas?
- a. Redes sociales d. Gimnasio  
b. Comentarios de amigos, conocidos, familiares f.  
Otro \_\_\_\_\_  
c. Escuela
26. ¿Conoces a alguien que lleve a cabo este tipo de dietas?
- a. Si b. No
27. ¿Quién?
- a. Amigos d. Influencers  
b. Familiares e. Otros  
c. Pareja
28. ¿Consumirías algún suplemento alimenticio o alimento en general solo porque un influencer lo promociona?
- a. Si b. No c. Ya lo he comprado
29. ¿Consideras que las redes sociales son una herramienta que contribuyen al aprendizaje sobre temas de alimentación?
- a. Si b. No
30. ¿Te aseguras de que la información que ves en redes sociales relacionadas a la alimentación y/o salud provenga de profesionistas?
- a. Si b. No

*Anexo E. Uso de redes sociales digitales por adolescentes*

	Siempre	Casi siempre	A veces	Rara vez	Nunca
1. Siento gran necesidad de permanecer conectado en redes sociales digitales	1	11	15	6	2
2. Apenas despierto y me conecto a redes sociales digitales	11	9	10	5	0
3. Me desespero cuando estoy desconectado de redes sociales digitales	2	3	10	13	7
4. Cuando entro a redes sociales digitales pierdo el sentido del tiempo	7	8	13	5	1
5. Puedo desconectarme de redes sociales digitales por varios días	3	6	6	13	6
6. Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que pasa en redes sociales digitales	1	2	8	11	13
7. Descuido a mis amigos y familiares por estar conectado en redes sociales digitales	1	5	5	12	12
8. En clases me conecto con disimulo a redes sociales digitales	9	7	13	5	1

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta

Anexo F. Criterios de las y los adolescentes para seguir un influencer alimenticio

<b>E1M</b>	<i>“Me gusta su contenido, aunque no lo empleo”</i>
<b>E2M</b>	<i>“Que tenga buen cuerpo, que su contenido sea entretenido”</i>
<b>E3M</b>	<i>“Si son profesionistas, que demuestren saber mucho”</i>
<b>E4M</b>	<i>“Que tenga buen cuerpo, buena alimentación”</i>
<b>E5M</b>	<i>“Si son profesionistas, que tengan muchos seguidores, que tenga buen cuerpo, que demuestre saber mucho”</i>
<b>E6S/D</b>	<i>“Son profesionales, la mayoría tiene buen cuerpo y saben entrenar y la mayoría tiene muchos seguidores”</i>
<b>E7M</b>	<i>“Si son profesionistas, que demuestren saber”</i>
<b>E8H</b>	<i>“Son profesionistas”</i>
<b>E9S/D</b>	<i>“Son profesionistas, por sus recetas saludables”</i>
<b>E10H</b>	<i>“Que tengan buen cuerpo, que demuestren saber mucho”</i>
<b>E11M</b>	<i>“Que tengan muchos seguidores, que tengan buen cuerpo, que demuestren saber mucho”</i>
<b>E12S/D</b>	<i>“Para saber de ellos, por los seguidores y cuerpo, los alimentos que suben, los ejercicios que hacen”</i>
<b>E13M</b>	<i>“Que tengan buen cuerpo”</i>
<b>E14M</b>	<i>“Que demuestren saber mucho, que la alimentación sea buena”</i>
<b>E15M</b>	<i>“Son profesionistas, que demuestren saber mucho”</i>
<b>E16M</b>	<i>“Son profesionistas en el medio, que tengan buen cuerpo, que demuestre saber mucho, que también tengan contenido relacionado”</i>

<b>E17S/D</b>	<i>“Que tengan reconocimiento de alguna profesión o curso, una carrera, que muestren su progreso y el progreso de sus clientes, que muestren todos los procesos de ejercicio y alimentación”</i>
<b>E18S/D</b>	<i>“Si son profesionistas, por sus recetas”</i>
<b>E19H</b>	<i>“Demuestra saber mucho y tiene seguidores”</i>
<b>E20H</b>	<i>“Que su información sea comprobable, que tenga buen cuerpo”</i>
<b>E21M</b>	<i>“Si son profesionistas, que demuestren saber mucho”</i>
<b>E22M</b>	<i>“Que sean profesionistas”</i>
<b>E23H</b>	<i>“Si tuviera que seguir a alguien me fijaría en los comentarios, para saber lo que la gente crítica sobre él y compararía su contenido con algo de confianza”</i>
<b>E24M</b>	<i>“Que demuestre saber mucho”</i>
<b>E25M</b>	<i>“Si son profesionistas, que tengan buen cuerpo, que demuestre saber mucho”</i>
<b>E26M</b>	<i>“Que me gusten sus vídeos, recetas fáciles”</i>
<b>E27S/D</b>	<i>“Su forma física, premios, disciplina y compitan, número de seguidores”</i>
<b>E28M</b>	<i>“Que se vea su buen desempeño en la comida”</i>
<b>E29H</b>	<i>“Tienen recetas fáciles, están chidos los vídeos, algunos son mexicanos”</i>
<b>E30M</b>	<i>“Profesionales y que sepan lo que hacen”</i>

Fuente: elaboración propia a partir de datos de la encuesta