

Influencia de las redes sociales en la salud alimentaria de los jóvenes de 18 a 30 años

The influence of social media on the nutritional health of young people aged 18 to 30

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17361097>

AUTORES: Danny Ronald Estrada Rodríguez^{1*}
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
destradar@utb.edu.ec
Evelyn Lozano Navarrete²
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
elozano@utb.edu.ec
Geovani Remache Troya³
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
gremache@utb.edu.ec
Fernando José Vásquez Coloma⁴
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador
fjvasquezc@fcs.utb.edu.ec

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: destradar@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 15 / 04 / 2025

Fecha de aceptación: 17 / 06 / 2025

RESUMEN

Durante las últimas décadas los sistemas alimentarios han experimentado transformaciones profundas donde cada día se promueven las dietas que incluyen alimentos ultraprocesados. Esta transición ha desencadenado una crisis de salud pública, especialmente entre los jóvenes. El objetivo de esta investigación fue analizar cómo la exposición a los contenidos en redes sociales influye en la salud alimentaria de los jóvenes. Se empleó una revisión integrativa bajo la metodología Whittemore y Knalf, lo que permitió integrar estudios cuantitativos, cualitativos y teóricos. Los resultados evidenciaron una asociación



significativa entre la exposición a redes sociales y variables como la impulsividad cognitiva, restricción alimentaria, índice de masa corporal y riesgo de trastornos alimentarios. Mientras algunos estudios cuantificaron efectos negativos, otros identificaron narrativas y procesos psicológicos subyacentes, lo que representa una relación compleja entre la exposición a las plataformas digitales y la salud alimentaria, resaltando la necesidad de una comprensión crítica e interdisciplinaria de esta problemática.

Palabras Clave: *Conducta alimentaria, Estado nutricional, Jóvenes, Redes sociales, Salud alimentaria.*

ABSTRACT

Over the past few decades, food systems have undergone profound transformations, with diets increasingly centered around ultra-processed foods. This shift has triggered a public health crisis, particularly among young people. The aim of this research was to analyze how exposure to content on social media influences youth dietary health. An integrative review was conducted using the Whittemore and Knafl methodology, which allowed for the inclusion of quantitative, qualitative, and theoretical studies. The findings revealed a significant association between social media exposure and variables such as cognitive impulsivity, dietary restraint, body mass index, and the risk of eating disorders. While some studies quantified negative effects, others identified underlying narratives and psychological processes, highlighting a complex relationship between digital platform exposure and dietary health. These results underscore the need for a critical and interdisciplinary understanding of this issue.

Keywords: *Eating behavior, Eating health, Nutritional state, Social Networks, Young adults.*

INTRODUCCIÓN

La transformación de los sistemas alimentarios globales durante las últimas décadas ha desencadenado una crisis de salud pública sin precedentes. Existe una transición de las dietas nutricionales hacia dietas más “occidentales” dominadas por productos ultraprocesados. Este fenómeno, vinculado al desarrollo económico, la urbanización acelerada y la globalización de los mercados alimentarios, ha influido no solo en lo que consumen las personas, sino además en cómo y sus motivos (Popkin, 2017). Organismos como la Organización Panamericana de la Salud, han informado sobre los efectos nocivos de alimentos ultraprocesados ya que exceden los niveles diarios sugeridos de azúcar, grasa saturada, grasa total, o sodio (OPS, 2019).

Los malos hábitos alimentarios, definidos como el consumo recurrente de productos con baja densidad nutricional y alto contenido calórico, se han vinculado estrechamente con alteraciones metabólicas, procesos inflamatorios sistémicos y un mayor riesgo de mortalidad prematura (Srouf y otros, 2019). Además, la evidencia científica señala que estos patrones dietéticos no solo afectan la salud física, sino también la cognitiva y emocional, exacerbando trastornos como la depresión y la ansiedad (Lassale y otros, 2018). Sin embargo, los esfuerzos y promociones de educación nutricional no son suficientes frente a la conveniencia, la accesibilidad y el bajo costo de alimentos ultraprocesados que expanden su consumo, especialmente en poblaciones socioeconómicamente vulnerables (Vázquez y otros, 2021).

La preocupación se agudiza debido a que millones de niños y niñas cada vez están consumiendo más productos ultraprocesados, quienes se han convertido en consumidores frecuentes de alimentos ultraprocesados, influenciados no solo por el entorno físico y familiar, sino también por factores socioculturales como los medios de comunicación y las redes sociales. Plataformas digitales como Instagram, YouTube y TikTok han evolucionado hasta convertirse en poderosos entornos de socialización alimentaria, donde las decisiones de consumo están moldeadas por narrativas visuales, emocionales y aspiracionales, muchas veces (Morales & Romero , 2024). El contenido mostrado en estas plataformas, genera influencia en algunos aspectos, como en los hábitos alimenticios, transformando la alimentación en una experiencia impregnada de elementos emocionales y significativos. Mediante el uso de narrativas gastronómicas que exponen la procedencia, costumbres y particularidades de los alimentos, se genera una conexión afectiva entre el producto y quien lo consume. Esta relación emocional no solo mejora la apreciación del sabor, sino que también incrementa la inclinación a integrar

dichos alimentos en el régimen alimenticio diario; al compartir relatos que evocan sentimientos de orgullo o añoranza, favorecemos que el destinatario desarrolle conductas alimentarias más reflexivas y enfocadas al bienestar integral. Los elementos visuales —imágenes detalladas, secuencias audiovisuales— funcionan como activadores sensoriales que intensifican el anhelo de degustar lo que se visualiza. El factor social, manifestado a través de experiencias compartidas por personalidades influyentes o expertos culinarios reconocidos, incorpora un nivel adicional de persuasión. Cuando un seguidor se identifica con ese "ideal aspiracional", las sugerencias dejan de interpretarse como simples promociones y se transforman en invitaciones personalizadas para reproducir comportamientos saludables. Este mecanismo de confirmación social posee un considerable potencial para aumentar la receptividad hacia regímenes alimenticios científicamente respaldados, siempre que los promotores prioricen la exactitud científica sobre los beneficios comerciales (Lope, 2023, pág. 6).

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Diversos estudios han evidenciado que el consumo habitual de alimentos ultraprocesados está estrechamente vinculado con el aumento de la incidencia de enfermedades crónicas no transmisibles, tales como obesidad, diabetes mellitus tipo 2, enfermedades cardiovasculares, hipertensión arterial, dislipidemias, síndrome metabólico y ciertos tipos de cáncer. El estudio NutriNet-Santé demostró una asociación directa entre el consumo de estos productos y un incremento del 14% en el riesgo de mortalidad por todas las causas por cada aumento del 10% en su proporción dentro de la dieta (Srouf y otros, 2019). Agregado a esto, a nivel mundial uno de cada tres usuarios de internet son niños y niñas debido al progresivo avance en cuanto al acceso a nuevas tecnologías. La proyección de los anuncios publicitarios en entornos virtuales posee un alcance extraordinario, capaz de sobrepasar fronteras nacionales sin restricciones significativas. Esta confluencia de circunstancias permite que las corporaciones establezcan vínculos progresivamente más cercanos con su clientela actual y potencial, mediante la captación de información proveniente de diversos dispositivos tecnológicos, lo que facilita la elaboración de caracterizaciones personalizadas de cada consumidor. En este escenario, niños, niñas y adolescentes se encuentran particularmente expuestos debido a su limitada capacidad para reconocer la naturaleza persuasiva que subyace en numerosas estrategias promocionales empleadas sistemáticamente por el sector de productos alimenticios, situación que simultáneamente vulnera sus derechos fundamentales a recibir

nutrición apropiada, gozar de bienestar físico y acceder a información veraz y adecuada para su desarrollo integral (Fretes y otros, 2023).

Algunos estudios, como el de Valencia (2023), han encontrado altas frecuencias de uso de las redes sociales, con un promedio de uso mayor a tres horas diarias en adolescentes, revelando una influencia de las redes sociales en sus conductas, ya que un 51,5% manifestó que sí aplicaba a su vida diaria lo visto en las redes sociales. De similar manera, en otro estudio a jóvenes se encontró que el 69% modificaron ciertos hábitos por el contenido consumido en las redes sociales, en este caso particularmente mejoraron los hábitos alimenticios ya que en su mayoría (58%) seguían a nutricionistas o entrenadores deportivos (Lomas, 2021). Sin embargo, este hallazgo también revela una importante contradicción en el campo: mientras que buena parte de la evidencia alerta sobre los riesgos del marketing digital de productos no saludables, algunos adolescentes pueden beneficiarse de contenidos propositivos en redes, dependiendo de las cuentas que siguen y de su nivel de alfabetización mediática. Esto pone en evidencia un vacío relevante en la literatura actual: la mayoría de los estudios se enfocan en los efectos del consumo alimentario o en la exposición mediática de forma aislada, pero pocos han abordado de manera integrada cómo los mecanismos de comunicación persuasiva, especialmente en plataformas digitales, influyen en la configuración de los hábitos alimentarios de los adolescentes. La falta de investigaciones interseccionales que articulen factores comunicacionales, psicológicos y nutricionales limita la comprensión profunda del problema y obstaculiza el diseño de intervenciones eficaces con enfoque preventivo

Formulación de la Pregunta:

¿De qué manera influye la exposición al contenido mostrado en las redes sociales en los comportamientos alimentarios de los jóvenes?

Objetivo General:

Analizar la influencia de la exposición del contenido mostrado en las redes sociales en los comportamientos alimentarios juveniles.

METODOLOGÍA

La presente investigación adopta la metodología de revisión integrativa, conforme a las directrices establecidas por Whittemore y Knafl (2005), con el propósito de examinar de manera exhaustiva y crítica la influencia de las plataformas digitales y los medios de comunicación en los hábitos alimentarios de los adolescentes. Esta metodología es particularmente adecuada para abordar fenómenos complejos y multifacéticos, permitiendo la inclusión y síntesis de estudios

con enfoques metodológicos diversos, tanto cuantitativos como cualitativos, así como fuentes teóricas y empíricas. Así, como Dhollande et al. (2021) subrayan que una revisión integrativa debe seguir una estructura rigurosa que contemple las siguientes fases: formulación clara del problema de investigación, búsqueda exhaustiva y sistemática de la literatura relevante, evaluación crítica de los estudios seleccionados, extracción y análisis de datos, y finalmente, la síntesis e interpretación de los hallazgos. Por su parte, Kutcher y LeBaron (2022) destacan que una revisión integrativa es particularmente apropiada cuando el objeto de estudio implica una alta variabilidad de enfoques teóricos y metodológicos, como sucede con las investigaciones sobre comunicación digital, marketing persuasivo, adolescencia y alimentación.

El proceso de revisión integrativa se estructura en cinco etapas, según lo propuesto por Whitemore y Knafl y reforzado por los autores citados:

1. **Formulación del problema:** delimitación clara de la pregunta de investigación.
2. **Búsqueda sistemática de la literatura:** identificación y selección rigurosa de estudios relevantes mediante criterios de inclusión y exclusión bien definidos.
3. **Evaluación crítica de la calidad de los estudios:** valoración de la validez interna, relevancia y consistencia metodológica.
4. **Análisis y síntesis de datos:** integración de los hallazgos mediante métodos de codificación temática o análisis de contenido.
5. **Presentación de resultados:** exposición clara, estructurada y crítica de los hallazgos, con énfasis en áreas de consenso, tensiones y vacíos.

Tabla 1 Criterios de Selección

Criterio	Inclusión	Exclusión
Fecha de Publicación	Solo se incluyeron estudios publicados a partir de 2020.	Artículos publicados antes de 2020.
Idioma	Se seleccionaron artículos escritos en español e inglés.	Artículos en idiomas distintos al español o inglés.
Temática Específica	Estudios cuantitativos y cualitativos que abordan el impacto de las redes sociales y medios de comunicación en la salud alimentaria de jóvenes	Libros o estudios que profundicen en temas adyacentes como marketing o enfermedades conductuales
Población Específica	Jóvenes entre 18 a 30 años	Estudios que consideren niños o adultos
Tipo de Estudio	Se incluyeron 6 estudios cuantitativos y 4 estudios cualitativos	Artículos preliminares, resúmenes, o estudios con metodología deficiente.

Proceso de Selección

Para la selección de los estudios considerados en el presente estudio se realizó dos fases, siendo la primer una búsqueda exhaustiva con las palabras claves determinadas, permitiendo identificar 104 artículos relacionados con la temática general. En la segunda fase, se realizó una revisión minuciosa donde se eliminaron los estudios duplicados, no relacionados con el tema, así como los estudios que no se centren en la población objetivo, resultando 6 estudios cuantitativos y 4 estudios cualitativos.

- **Fuentes consultadas:** PubMed, Scielo, Dialnet, ScienceDirect, MDPI.
- **Palabras Clave:** Redes sociales, Conducta alimentaria, Salud alimentaria, Jóvenes, Estado nutricional, Social Networks, Eating Behavior, Eating health, Young adults, Nutritional state.
- **Artículos Seleccionados:** En la búsqueda inicial se recopilaron 84 artículos distribuidos en los diferentes indexadores, de los cuales se realizó una revisión minuciosa, quedando 4 artículos de Dialnet, 3 artículos de Scielo, 1 artículo de PubMed y 2 Artículos de MDPI.

Tabla 2 Identificación de estudios de bases de datos

Identificación de estudios de bases de datos		
Identificación	Resultados encontrados en las bases (n = 104) Dialnet: 34, Scielo: 23, PubMed: 17, MDPI: 24, Otros: 6.	Artículos eliminados por no aportar al estudio (n = 53)
Examinados	Aplicación de criterios de exclusión (n = 51)	Artículos eliminados por ser duplicados (n = 13) Artículos excluidos por no tener texto completo (n = 20)
	Artículos evaluados a texto completo (n=18)	Artículos excluidos tras la evaluación a texto completo (n = 8)
Incluidos	Artículos incluidos (n =10)	Cuantitativos (n = 6), Cualitativos (n = 4).

RESULTADOS

La inclusión de investigaciones cuantitativas facilitó el abordaje de datos específicos, patrones estadísticos entre las diferentes dimensiones como la exposición al contenido mostrado en las redes sociales, los niveles de impulsividad cognitiva, la presencia de restricción alimentaria, el índice de masa corporal y la propensión a desarrollar trastornos de la conducta alimentaria. Dichas investigaciones permitieron identificar asociaciones y estimar la magnitud de los efectos, proporcionando una base empírica sólida para la comprobación de la hipótesis. En paralelo, los estudios cualitativos aportaron una comprensión más profunda de las percepciones, significados y construcciones sociales que los jóvenes elaboran con respecto a la alimentación, la imagen corporal y el entorno digital. En este sentido, se pueden identificar las diferentes dinámicas de interacción interpersonales y factores psicosociales, que pueden no ser tan perceptibles como la pérdida o aumento de peso, pero sin duda son parte de la gran problemática de la salud alimentaria de los jóvenes.

Una vez seleccionados los artículos, se realizó un análisis detallado que permitió identificar algunas dimensiones de la salud alimentaria en los jóvenes como la conducta alimentaria, los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), percepción corporal, de la cual pueden desencadenar en enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT). Así mismo, se identificó dimensiones de las redes sociales, como el nivel de uso, regulación emocional, percepción, etc. Estas dimensiones no se presentan de forma aislada, sino que se mantienen en interacción., moduladas por variables contextuales como el género, nivel educativo, motivación por la actividad física, o el nivel de internalización de los ideales estéticos.

Tabla 3 Matriz de artículos incluidos

Autor	Título	Año	Tipo de estudio	Enfoque metodológico	Público objetivo	Aporte principal	Hallazgo principal	Dimensiones abordadas	Enlace
Filippone, L.	The relationships between social media exposure, food craving, cognitive impulsivity and cognitive restraint	2022	Cuantitativo	Transversal analítico	Adultos jóvenes (universitarios)	Relaciona el uso de redes con impulsividad y restricción cognitiva alimentaria	La exposición a redes se asocia con mayor impulso alimentario y menor autocontrol	Impulsividad, craving, control cognitivo, conducta alimentaria	https://doi.org/10.1186/s40337-022-00698-4
Rosado Álvarez, M. M	Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil	2023	Cuantitativo	Descriptivo correlacional	Jóvenes entre 18-30 años que asisten a gimnasios (Guayaquil)	Muestra cómo las redes sociales influyen en las decisiones alimentarias de usuarios de gimnasio	91,8 % usa redes; 62,1 % sigue dietas; >80 % replican recetas, pero presentan déficit en lácteos, frutas y vegetales	Conducta alimentaria, percepción estética, nivel de uso	https://doi.org/10.12873/424Ryaguachi
Ojeda-Martín, Á.	Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes	2021	Cuantitativo	Correlacional	Adolescentes y jóvenes (España)	Relaciona el tiempo y tipo de uso de redes con el riesgo de desarrollar TCA	Cada hora adicional en redes aumenta significativamente la probabilidad de bulimia, anorexia u ortorexia	Trastornos de conducta alimentaria, uso excesivo, imagen corporal	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8108021
Aktaş Şule	The relationship between social media use, eating attitude and body mass index among nutrition and dietetic female students	2021	Cuantitativo	Correlacional	Mujeres estudiantes de nutrición y dietética	Estudia la relación entre actitudes alimentarias, IMC y uso de redes	El uso de redes se asocia con actitudes restrictivas y distorsión corporal	Actitudes alimentarias, IMC, percepción corporal	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7848513
Tazeoglu Aybala	El efecto de ver videos sobre comida en las redes sociales y el aumento del apetito y el consumo de alimentos.	2023	Cuantitativo	Experimental	Adultos jóvenes universitarios	Evalúa cómo los estímulos visuales sobre comida en redes influyen en el apetito	78,2 % ve videos; 70,5 % aumento de apetito; 66 % consumo inmediato; $r(\text{IMC, uso redes})=0,485$; $r(\text{IMC, tiempo video})=0,691$	Conducta alimentaria inducida, antojo visual, exposición mediática	https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8537592
Friedman, V. J.	The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study	2022	Cualitativo	Análisis de conversaciones en línea (web-based)	Jóvenes adultos usuarios activos de redes	Analiza cómo los mensajes persuasivos influyen en cambios de hábitos alimentarios	Contenido persuasivo puede inducir tanto mejora en hábitos como ansiedad o presión social alrededor de la imagen corporal	Conducta alimentaria, presión social, persuasión, percepción de salud	https://www.jmir.org/2022/5/e28063/
Barbarias Olatz	Dependencia emocional y su relación con el apego y regulación emocional, en el abuso de drogas, alcohol, redes sociales y trastornos de la	2023	Cualitativo	Estudio de caso (tesis doctoral)	Personas con dependencia emocional y TCA	Relaciona la dependencia emocional y regulación deficiente con el abuso de redes y TCA	Mayor dependencia emocional favorece el uso compulsivo de redes y TCA	Dependencia emocional, TCA, regulación emocional, uso problemático	http://hdl.handle.net/20.500.14454/1280

	conducta alimentaria								
Aparicio Martínez, P.	Influencia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y las redes sociales en la salud de los jóvenes	2020	Cualitativo	Investigación documental	Jóvenes en general (15-30 años)	Sistematiza cómo las redes afectan múltiples aspectos de la salud juvenil	Redes impactan salud mental, sueño y hábitos alimentarios en jóvenes con baja autoestima	Salud integral, autoestima, hábitos digitales, percepción de salud	http://hdl.handle.net/10396/19222
Dopico Cantarero, C.	Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable	2021	Cuantitativo	Revisión teórica	Adolescentes y adultos jóvenes	Analiza los mensajes contradictorios sobre alimentación en redes sociales	Influencers pueden promover hábitos saludables o reforzar estereotipos dañinos	Percepción social, alimentación saludable, influencia mediática	http://hdl.handle.net/11531/56422
Charo Sádaba	Redes sociales, adolescencia y trastornos de la conducta alimentaria: la necesidad de una mirada comprehensiva	2024	Cualitativo	Ensayo académico / análisis documental	Adolescentes y jóvenes vulnerables a TCA	Integra múltiples perspectivas éticas y sociales sobre redes y TCA	Urge regulación ética de contenidos en redes por su influencia en adolescentes	Ética digital, trastornos alimentarios, adolescencia, prevención	https://doi.org/10.23938/ASSN.1075

DISCUSIÓN

La evidencia reunida a través de los diez estudios seleccionados revela que el vínculo entre las redes sociales y la salud alimentaria de los jóvenes se sitúa en un punto de tensión constante: mientras unas investigaciones demuestran con cifras la magnitud de sus efectos adversos, otras exploran las narrativas y procesos psicológicos que los sostienen, dejando al descubierto una realidad compleja y, a la vez, contradictoria. De acuerdo con el estudio de Filippone (2022) evidencia que la continua visualización de contenido relacionado con alimentos tiene como consecuencia la aparición de conductas adictivas e incluso la pérdida del control sobre estas. Esta alteración se manifiesta en una mayor frecuencia de episodios de antojos incontrolables, cuya intensidad correlaciona directamente con el tiempo de uso de plataformas sociales digitales.

Por otra parte, la investigación desarrollada por Rosado Álvarez y colaboradores (2022) aplicada sobre la población joven que asiste a gimnasios en Guayaquil: aunque un 91,8% de estos individuos utiliza asiduamente redes sociales y un 62,1% sigue perfiles dedicados a regímenes alimenticios, más del 80% expresa su deseo de replicar preparaciones culinarias que

observan en entornos digitales. No obstante, paradójicamente, estos mismos sujetos presentan deficiencias en el consumo de grupos alimentarios esenciales como productos lácteos, frutas y vegetales. En este sentido, Ojeda-Martín encontró en su investigación cuantitativa, una relación significativa entre el uso de las redes sociales y el riesgo de padecer trastornos de la conducta alimentaria (TCA); aunque no todos los jóvenes expuestos desarrollan estas conductas, la asociación sugiere que cada hora dedicada a estas plataformas intensifica la probabilidad de condiciones como bulimia, anorexia u ortorexia. En cambio, Artaç (2021) evidenció que el 35,7% de las estudiantes universitarias de nutrición y dietética presentaban riesgo de trastornos de la conducta alimentaria (TCA), con una media de puntaje EAT-40 de $20,8 \pm 14,3$, valor superior al reportado en estudios previos en población similar. Se identificó una relación significativa entre mayor frecuencia de uso de redes sociales y mayor riesgo de TCA, aunque no se halló asociación estadísticamente significativa entre el uso de redes y el índice de masa corporal (IMC).

El estudio realizado por Tazeoğlu (2022), que analizó a 1160 estudiantes universitarios, encontró una prevalencia muy considerable del uso de redes sociales con un 98,5% en mujeres y 94,1% en hombres. El 78,2% de los estudiantes veían videos de comida, con marcadas diferencias por sexo. Mientras los hombres los veían videos por más tiempo, las mujeres pasaban más tiempo en las redes sociales. Ver estos videos se asoció con un incremento del apetito en un 70,5% de los participantes y con el consumo inmediato de alimentos en más del 66% de los casos, especialmente en los varones que se mostraban con mayor susceptibilidad conductual al estímulo visual. No obstante, las mujeres manifestaron más remordimiento por la ingesta calórica innecesaria. Además, se encontró una relación significativa entre el IMC y el tiempo dedicado en las redes sociales ($r=0,485$) como el tiempo dedicado a ver videos de comida ($r=0,691$).

En cambio, desde el aspecto psicológico analizado en el estudio de Babarias (2023), se evidencia que el uso y abuso de redes sociales se asocia significativamente con la dependencia emocional y ciertos estilos de apego, particularmente los inseguros, como el ansioso y el evitativo. Esto se traduce en un patrón conductual impulsivo, ya que la carencia de vínculos afectivos seguros durante la infancia incrementa la predisposición al uso disfuncional de plataformas digitales. Además, se identificó que tanto la dependencia emocional como la regulación emocional desempeñan un rol predictivo en la sintomatología de los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), lo que sugiere que el uso excesivo de las redes sociales puede ser

un factor indirecto de riesgo en la salud alimentaria desde esta perspectiva. Por su parte, el estudio realizado por Aparicio (2019, pág. 71), reveló que las redes sociales constituyen un factor de riesgo relevante en el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria (TCA), según la percepción de especialistas en salud mental, quienes asignaron puntuaciones promedio de 4.4/5 a la publicidad y 4.2/5 a las redes sociales como influencias negativas. Mientras para los hombres la importancia de la figura corporal es mantener una figura atlética, las mujeres aspiran a una delgadez extrema influenciada por los estereotipos publicitarios, lo que se asocia con una mayor exposición y sensibilidad al contenido de redes sociales. En mujeres, se observó una correlación significativa entre el grado de satisfacción corporal, la frecuencia de conexión a redes y la percepción del impacto publicitario, relación ausente en hombres. Aunque ambos géneros priorizan el ejercicio físico y la alimentación saludable como mecanismos de cambio corporal, las mujeres reportan una disposición notablemente mayor hacia procedimientos quirúrgicos (24.83% vs. 0.54% en hombres). Estos hallazgos destacan que, si bien la prevalencia de prácticas insanas es baja en población universitaria, las redes sociales continúan desempeñando un rol crítico en la configuración de percepciones corporales, especialmente entre las mujeres, lo que exige estrategias educativas diferenciadas para mitigar su impacto sobre la salud alimentaria.

Además, se ha evidenciado que el seguimiento a *influencers* de alimentación saludable en redes sociales está significativamente asociado con diversos factores que promueven conductas alimentarias positivas. En primer lugar, se identificó que quienes siguen a estos perfiles presentan una mayor motivación intrínseca para adoptar hábitos saludables ($M = 21.7$) frente a quienes no lo hacen ($M = 18.6$; $p < .001$), además de registrar niveles superiores de autorregulación ($M = 18.6$ vs. 17.1 ; $p < .05$), autoeficacia ($M = 27.9$ vs. 23.4 ; $p < .001$) y conocimiento nutricional ($M = 3.11$ vs. 2.68 ; $p = .035$). De igual modo, se constató que estos individuos tienen un estilo de vida más saludable ($M = 9.30$ vs. 8.45 ; $p = .002$) y tienden a realizar elecciones alimentarias más saludables ($M = 1.50$ vs. 1.02 ; $p < .001$). No obstante, se observó que seguir a *influencers* no influye de forma significativa en la oportunidad percibida para optar por opciones saludables en contextos sociales o fuera del hogar ($p = 0.326$), lo cual puede atribuirse a factores como la presión social o la toma de decisiones impulsiva en entornos externos. Estos resultados corroboran la literatura que indica que la influencia digital puede reforzar la conciencia, el conocimiento, la autorregulación y la autoeficacia en torno a la

nutrición, aunque su impacto se ve limitado en escenarios donde predominan factores sociales o contextuales adversos (Dopico, 2022).

El estudio cualitativo de Sabadá (2024), analizó cómo las redes sociales, especialmente plataformas visuales como Instagram y TikTok, reforzaron ideales corporales normativos a través de algoritmos personalizados y la figura de influencers, generando exposición constante a contenidos que promovían cuerpos delgados y musculosos como estándares deseables. El estudio concluyó que esta exposición afectó negativamente la percepción corporal y los hábitos alimentarios de los adolescentes, en especial aquellos con uso problemático de redes y las mujeres jóvenes. Si bien se reconoció una asociación significativa entre el uso de redes sociales y la presencia de TCA, Sabada et al. señalaron que la evidencia empírica aún es limitada y no permite establecer una relación causal definitiva, lo que motivó a recomendar investigaciones más amplias, con enfoques longitudinales y transculturales. También se propuso replantear las estrategias de promoción de salud, criticando los enfoques centrados en el peso por su impacto adverso en el bienestar psicológico.

CONCLUSIONES

La influencia de las redes sociales sobre los comportamientos alimentarios juveniles es un fenómeno multidimensional y complejo, cuyos efectos varían según el contexto individual y social de los usuarios. En general, la exposición continua a contenidos relacionados con alimentos en plataformas digitales se asoció a patrones conductuales problemáticos, como el aumento de antojos incontrolables y el consumo impulsivo de alimentos, lo que en muchos casos favoreció la aparición de trastornos de la conducta alimentaria (TCA) como la bulimia y la anorexia. Sin embargo, estos efectos no fueron uniformes, y el riesgo de desarrollar tales trastornos dependió en gran medida de la cantidad de tiempo dedicado a las redes sociales y de la vulnerabilidad psicológica del usuario, destacándose la relación entre el uso excesivo de estas plataformas y la predisposición a trastornos emocionales, como la dependencia afectiva.

Los estudios revisados también subrayan la importancia de los procesos psicológicos subyacentes a este fenómeno, como la dependencia emocional y los trastornos de apego. Esta asociación es particularmente evidente en mujeres jóvenes, quienes, se encuentran más expuestas a los ideales de cuerpo normativos promovidos por influencers y celebridades en plataformas como Instagram y TikTok. De este modo, la constante exposición a estos contenidos puede contribuir significativamente a la insatisfacción corporal y la presión por

cumplir con estándares de belleza irreales, lo que incrementa la probabilidad de desarrollar TCA.

Sin embargo, en contraste con los efectos negativos observados, algunos estudios sugieren que el seguimiento de perfiles relacionados con hábitos alimentarios saludables puede tener efectos positivos en los comportamientos alimentarios de los jóvenes; aquellos que siguen a *influencers* en el ámbito de la nutrición muestran mayores niveles de conocimiento nutricional, autorregulación y autoeficacia, lo que podría favorecer la adopción de hábitos alimentarios más saludables. No obstante, este impacto parece ser más limitado en entornos sociales y contextuales en los que factores como la presión de grupo o la toma de decisiones impulsiva predominan, lo que pone en evidencia que la influencia de las redes sociales no es un factor aislado y debe ser considerada dentro de un marco más amplio de influencias sociales y psicológicas. El impacto de las redes sociales depende de las características personales y psicológicas de los usuarios, así como del contexto social en el que estos se desarrollan. Si bien las redes sociales tienen el potencial de promover la adopción de hábitos alimentarios saludables a través de contenidos educativos y la exposición a influencers positivos, también constituyen un riesgo significativo al reforzar ideales corporales inalcanzables y fomentar conductas alimentarias disfuncionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aktaş, Ş., Kargin, D., & Güneş, F. E. (2021). The relationship between social media use, eating attitude and body mass index among nutrition and dietetic female students. *Revista española de nutrición humana y dietética*, 25(1), 78-86. doi:10.14306/renhyd.25.1.1094
- Aparicio, P. (2019). Influence of the new information and communication technologies and social networks in the health of young people. *Universidad Córdoba*. Recuperado el 29 de 4 de 2025, de <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/19222>
- Barbarias, O. (2023). Dependencia emocional y su relación con el apego y regulación emocional, en el abuso de drogas, alcohol, redes sociales y trastornos de la conducta alimentaria. *Universidad de Deusto*. Recuperado el 29 de 4 de 2025, de <http://hdl.handle.net/20.500.14454/1280>
- Dhollande, S., Taylor, A., Meyer, S., & Scott, M. (2021). Conducting integrative reviews: a guide for novice nursing researchers. *J Res Nurs*, 26(5), 427-438. doi:10.1177/1744987121997907

- Dopico, C. (2022). *Influencia De Las Redes Sociales En La Alimentación Saludable*. Recuperado el 29 de 4 de 2025, de Universidad Comillas: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/507554/retrieve>
- Filippone, L., Shankland, R., & Hallez, Q. (2022). The relationships between social media exposure, food craving, cognitive impulsivity and cognitive restraint. *Journal of Eating Disorders*, 10(184). doi:10.1186/s40337-022-00698-4
- Fretes, G., León, K., Véliz, P., & Sibille, R. (2023). Marketing digital de alimentos y bebidas no saludables dirigido a niños, niñas y adolescentes en América Latina y el Caribe. *UNICEF*. Recuperado el 29 de 4 de 2025, de <https://www.unicef.org/lac/media/42151/file/Documento-politica-marketing-digital-esp%20.pdf>
- Friedman, V., Wright, C., Molenaar, A., McCaffrey, T., Brennan, L., & Lim, M. (2022). The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *J Med Internet Res*, 24(5). doi:10.2196/28063
- Kutcher, A., & LeBaron, V. (2022). A simple guide for completing an integrative review using an example article. *Journal of Professional Nursing*, 40, 13-19. doi:10.1016/j.profnurs.2022.02.004
- Lassale, C., Batty, G., Baghdadli, A., Jacka, F., Sánchez-Villega, A., Kivimäki, M., & Akbaraly, T. (2018). Healthy dietary indices and risk of depressive outcomes: a systematic review and meta-analysis of observational studies. *Mol Psychiatry*, 24(7), 1094. doi:10.1038/s41380-018-0237-8
- Lomas, L. (2021). *Influencia de las redes sociales en los hábitos alimentarios de adultos jóvenes que asisten al gimnasio LOMAS GYM de la ciudad de Riobamba*. Recuperado el 29 de 4 de 2025, de Universidad Católica Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16918/1/T-UCSG-PRE-MED-NUTRI-456.pdf>
- Lope, A. (2023). Comunicación persuasiva en alimentación. *Alimentación y Comunicació*(8). Recuperado el 27 de 4 de 2025, de https://agricultura.gencat.cat/web/.content/de_departament/de10_publicacions_dar/de10_b03_alimentacio-comunicacio/documents/fitxers-binariis/08-AyC-es.pdf
- Morales, M., & Romero, M. (2024). Participación de las nuevas audiencias digitales para una comunicación digital en salud en León, Guanajuato, México. *e-Revista Multidisciplinaria del Saber*, 2. doi:10.61286/e-rms.v2i.49

- Ojeda-Martín, Á., López-Morales, M. d., Jáuregui-Lobera, I., & Herrero-Martín, G. (2023). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of Negative and No Positive Results*, 6(10). doi:10.19230/jonnpr.4322
- OPS. (2019). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones normativas*. Recuperado el 24 de 4 de 2025, de Organización Panamericana de la Salud: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/51523/9789275320327_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Popkin, B. (2017). Relationship between shifts in food system dynamics and acceleration of the global nutrition transition. *Nutrition Reviews*, 75(2), 73-82. doi:10.1093/nutrit/nuw064
- Rosado, M., Yaguachi, R., Lomas, L., Villota, W., & Poveda, C. (2022). Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil. *Nutr Clín Diet Hosp*, 42(4), 66-72. doi:10.12873/424Ryaguachi
- Sádaba, C. (2024). Social media, adolescence and eating disorders: the need for a comprehensive perspective. *An Sist Sanit Navar*, 47(1). doi:10.23938/Assn.1075
- Srour, B., Fezeu, L., Kesse-Guyot, E., Allès, B., Méjean, C., Andrianasolo, R., . . . Touvier, M. (2019). Ultra-processed food intake and risk of cardiovascular disease: prospective cohort study (NutriNet-Santé). *BMJ*. doi:10.1136/bmj.11451
- Tazeoglu, A., & Kuyulu, F. (2022). El efecto de ver videos sobre comida en las redes sociales y el aumento del apetito y el consumo de alimentos. *Nutrición clínica y dietética hospitalaria*, 42(2), 73-79. doi:10.12873/422tazeoglu
- Valencia, J. (2023). Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes durante covid-19 del colegio Guillermo Enrique Billingham, Barranca 2022. *Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión*. Recuperado el 29 de 4 de 2025, de <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/7637>
- Vázquez, C., Escalante, A., Huerta, J., & Villarreal, M. (2021). Efectos de la frecuencia de consumo de alimentos ultraprocesados y su asociación con los indicadores del estado nutricional de una población económicamente activa en México. *Revista chilena de nutrición*, 48(6). doi:http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182021000600852