

# 4. Influencia de la educación nutricional a través de Instagram en la alimentación de un grupo de adultos de Argentina\*

Antonella Florencia Caverzan y Verónica Mariel Heinze

## Resumen

### Introducción

Las redes sociales son el principal medio de comunicación hoy en día. Investigaciones realizadas en diversos países verificaron que su uso se ha convertido en un medio eficaz para educar sobre alimentación saludable. En el presente estudio, se analiza la influencia de Instagram en los hábitos alimentarios de las personas mayores de 18 años de la población argentina durante el año 2021.

### Metodología

El estudio de diseño descriptivo retrospectivo transversal fue realizado en Argentina durante los meses de agosto y septiembre del año 2021. Se seleccionaron diez cuentas de licenciados en nutrición en Instagram por muestreo no probabilístico por conveniencia y a sus seguidores por disponibilidad, a los cuales se les envió una encuesta que permitía recoger los datos necesarios. Se obtuvieron 274 participantes. La información recogida fue cargada en el paquete estadístico SPSS. Las principales variables analizadas fueron: estado nutricional; hábitos alimentarios; conocimiento nutricional de los seguidores y el origen de ese conocimiento; nivel de interacción con el contenido publicado; frecuencia con la que visualiza la cuenta nutricional, y la intención de realizar las recetas publicadas.

### Resultados

El 79,2% de los participantes es de sexo femenino. El 71,2% demostró tener hábitos nutricionales de calidad regular. Además, se halló una relación estadísticamente significativa al relacionar el origen del conocimiento nutricional, brindado a través de estudios, con el grado de conocimiento, y también al evaluar los hábitos alimentarios junto con la intención de hacer las recetas publicadas.

### Conclusiones

Se corroboró con una de las cuentas analizadas que hay cierta influencia de Instagram en los hábitos alimentarios de sus seguidores y que las recetas publicadas son una herramienta eficaz para lograrlo.

### Palabras claves

Redes sociales — Instagram — Hábitos — Alimentación

## Introducción

La educación alimentaria y nutricional (en adelante EAN) está formada por estrategias educativas destinadas a guiar a las personas hacia un estilo de vida saludable. Además, interviene en aquellos factores vinculados a las conductas alimentarias como, por ejemplo, el contexto

familiar y educativo, entre otros (1-4). También contribuye a que las preparaciones elegidas estén de acuerdo con las costumbres, favorece la obtención de alimentos de buena calidad nutricional a precios accesibles, etc. (2,5-7).

\* No existe situación de conflicto de intereses.

Los nutrientes brindan energía para mantener las funciones vitales del organismo y contribuir en la formación y renovación de tejidos; esto se logra mediante la incorporación de frutas y verduras, al elegir alimentos proteicos con bajo contenido en grasas, disminuir el consumo de grasas saturadas, etc. Esta información debe ser brindada a la población para mejorar sus hábitos alimentarios (8,9).

Los datos de la segunda *Encuesta nacional de nutrición y salud* (ENNyS2) reflejan una alimentación muy alejada a la recomendada por las “Guías alimentarias para la población argentina” (GAPA). Las personas consumen en exceso alimentos ultra-procesados (7,10,11), cuatro de cada diez incorporan la cantidad de lácteos recomendada y solo uno de cada tres consume al menos una fruta y verdura por día. Para trabajar en la alimentación de cada persona, un buen comienzo sería enfocarse en la educación inicial, antes de que adquieran hábitos perjudiciales (3,12,13).

La cuarta *Encuesta nacional de factores de riesgo* (ENFR), realizada en año 2018, demostró que el 66% de las personas encuestadas tenía exceso de peso y más de un cuarto de los adultos eran obesos. Muchas presentaron hipertensión arterial, colesterol alto, glucemia aumentada y bajo nivel de actividad física. La ingesta de frutas y verduras se mantuvo inadecuada y se identificaron progresos en cuanto a la disminución de la sal agregada y tabaco (14,15). Estos factores modificables aumentan el riesgo de contraer enfermedades crónicas no transmisibles (en adelante ECNT), responsables del 71% de las muertes en el mundo (6,16).

Conocer la alimentación de la población permite a los profesionales educar sobre temas alimentarios enfocados en aquellas áreas en donde se necesiten mejorar los hábitos (6). Desde el año 2020, debido a la pandemia generada por el Covid-19, la EAN aumentó su implementación a través de las redes sociales (7,11,17), las cuales también incrementaron su uso a nivel mundial en un 53% (18).

En Argentina, datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), elaborados en el año 2019, informaron que el 91,9% de la población

entre 13 y 29 años utilizaba internet (19). En cuanto a redes sociales, en enero del año 2020, el 76% de las personas entre 16 y 64 años utilizaron Instagram en Argentina (20). Y para enero del año 2021, los usuarios en todas las redes alcanzaron el 79% de la población (21).

Además, Instagram ha quedado en quinto lugar a nivel mundial por su cantidad de usuarios. Esto es debido, en parte, a la practicidad con la cual se pueden intercambiar diferentes contenidos (22). Así permite ampliar el marco de acción de la EAN de un modo más original (23-25).

En un estudio realizado sobre mujeres nutricionistas en Instagram, se observó que esta educación les permite a los licenciados relacionarse de una manera más íntima con sus seguidores, lo que fomenta la cercanía y la confianza. Aun con todos los beneficios brindados por las redes sociales al realizar EAN, no se está aprovechando todo su potencial (26,27).

Muchos aprendizajes se pueden generar mediante los recursos innovadores de Instagram, como, por ejemplo: fomentar un vínculo positivo con la alimentación, facilitar la interpretación del etiquetado nutricional, brindar recetas saludables, etc. (28,29).

Las redes sociales forman parte de la vida cotidiana y deberían considerarse una herramienta más para la EAN y utilizarse para crear espacios virtuales saludables (30-32).

Además, las acciones educativas en las redes sociales podrían contribuir con la prevención de las ECNT relacionadas con el estilo de vida. Los beneficios que estas acciones conllevan son la reducción en los gastos sanitarios, el destino de esos recursos económicos a otras áreas de la salud y una mejor calidad de vida de las personas. También fomentan el fortalecimiento de la soberanía alimentaria al promover el consumo de alimentos naturales y menos procesados (16,29).

El problema de esta investigación es el siguiente: ¿de qué manera influye la educación nutricional brindada por licenciados en nutrición a través de

la red social Instagram en los hábitos alimentarios de las personas mayores de 18 años de la población argentina durante el año 2021?

El objetivo general fue evaluar la influencia generada por licenciados en nutrición mediante la educación nutricional realizada a través de la red social Instagram en un grupo de adultos argentinos durante el año 2021. Para poder realizar esto, los objetivos específicos fueron: examinar los hábitos alimentarios de los participantes; identificar el nivel de interacción con los mensajes publicados; determinar la frecuencia con la que visualizaban

la cuenta, y relacionar el origen del conocimiento con el grado de conocimiento nutricional de las personas. Además, describir los hábitos alimentarios según la edad, sexo y estado nutricional de los participantes; evaluar la relación del nivel de interacción con el contenido publicado y los hábitos alimentarios de las personas; analizar la asociación de los hábitos alimentarios con la intención de hacer las recetas, y relacionar cada una de las cuentas nutricionales con los hábitos alimentarios de los seguidores.

## Metodología

El estudio de diseño descriptivo retrospectivo transversal fue realizado en Argentina durante los meses de agosto y septiembre del año 2021.

La selección de las cuentas fue por muestreo no probabilístico por conveniencia y se incluyeron en la muestra personas escogidas por disponibilidad, de ambos sexos, mayores de 18 años y seguidores de las cuentas.

El presente proyecto se llevó a cabo mediante la búsqueda de cuentas en Instagram dirigidas por licenciados en nutrición residentes en Argentina. De las 45 cuentas evaluadas, se seleccionaron diez que cumplieron con todos los criterios de inclusión.

Los criterios de inclusión de las cuentas estudiadas fueron los siguientes: que pertenecieran a licenciados en nutrición que habiten en territorio argentino y que tuvieran un mínimo de 500 seguidores. Además, se observó que estos profesionales publicaran cada semana mensajes relacionados con la nutrición en general, utilizaran diferentes modos de publicación (imágenes, videos, charlas en vivo, etc.) y que interactuaran con las personas (mediante encuestas en historias, pedidos de opinión, fotos publicadas sobre recetas realizadas por los seguidores, etc.).

Los criterios de inclusión de los seguidores fueron los siguientes: que habitaran en territorio argentino, mayores de 18 años, seguidores de la cuenta estudiada, que tuvieran intención de leer

y aprender lo publicado en la cuenta de nutrición y accedieran a participar del estudio mediante la aceptación del consentimiento informado ubicado en la primera sección del cuestionario.

Las variables estudiadas fueron el sexo, la edad, los hábitos alimentarios, el nivel de interacción con el contenido publicado y la frecuencia con la que se visualiza la cuenta. Además, se evaluó el conocimiento nutricional de los seguidores y el origen de ese conocimiento, el estado nutricional y la intención de realizar las recetas publicadas.

A continuación, se presenta la operacionalización de las variables más relevantes del estudio.

1. Hábitos alimentarios: acciones cotidianas que definen la forma de selección, preparación y consumo de alimentos. La variable fue evaluada mediante las preguntas de opción múltiple 21 a 28 del cuestionario. De las cinco opciones de respuestas, dos se consideraron correctas y se les adjudicó el valor de un punto a cada una, mientras que las tres restantes fueron consideradas incorrectas y valieron 0. Luego, en la suma total de esta sección del cuestionario, a mayor puntaje, más saludables fueron los hábitos alimentarios de las personas; y a menor puntaje, menos saludable sus hábitos alimentarios. El punto de corte para determinar buenos a los hábitos alimentarios fue el puntaje de 7 a 8; de 3 a 6 se consideró regular y de 0 a 2, malo.

2. Interacción con las publicaciones: frecuencia de participación que tuvieron los seguidores en las actividades virtuales propuestas por los profesionales. Esta variable se midió a través de las preguntas 10 a 13 del cuestionario.
3. Frecuencia de visualización de la cuenta: tiempo que pasó el seguidor en la página del licenciado en nutrición según lo que refirió el participante. Esta variable fue evaluada a través de la pregunta 9 del cuestionario.
4. Origen de la información nutricional: se refiere al medio por el cual obtuvo el conocimiento nutricional la persona (redes sociales, familia, estudios, encuentro nutricional con un profesional, etc.), según lo indicó el participante. Esta variable fue evaluada mediante las preguntas 7 y 8 del cuestionario.
5. Grado de conocimiento nutricional: toda información que manifestó la persona respecto a temas nutricionales. Esta variable fue evaluada mediante las preguntas de opción múltiple 14 a 20 del cuestionario. De las cinco opciones de respuestas, dos se consideraron correctas y se les adjudicó el valor de un punto a cada una, mientras que las tres restantes fueron incorrectas y valieron 0. Luego, en la suma total de esta sección del cuestionario, a mayor puntaje, mayor el conocimiento nutricional de los participantes; y a menor puntaje, menor conocimiento nutricional. Para el grado de conocimiento nutricional, el puntaje 6 a 7 se clasificó como bueno, de 3 a 5 se consideró regular y de 0 a 2, malo.
6. Estado nutricional según el índice de masa corporal (en adelante IMC): se obtuvo a partir de los datos de peso (kilogramos) y altura (metros) autorreferidos por el participante. Esta variable fue evaluada mediante las preguntas 4 y 5 del cuestionario. Luego se calculó el IMC para clasificarlo, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), en bajo peso, normopeso, sobrepeso u obesidad.
7. Intención de realizar las recetas: el propósito que tuvo el seguidor de llevar a cabo la receta publicada, que pudo estar seguida o no de tal acción.  
  
Las respuestas sobre frecuencia de visualización de la cuenta, interacción con las publicaciones e intención de realizar las recetas fueron autorreferidas por el participante como nada, poco, bastante o mucho.  
  
Las variables grado de conocimiento nutricional y hábitos alimentarios fueron evaluadas basándose en las GAPA.  
  
El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario *online* elaborado en Google Forms con 28 preguntas. Se utilizó una versión adaptada y reducida de la encuesta realizada en un estudio en España (23). Antes de su implementación, se realizó una prueba piloto con 10 personas para evaluar su eficacia, y luego se hicieron los ajustes necesarios. Además, fue enviado un mensaje a los propietarios de las cuentas informando lo que se planeaba realizar y pidiendo su autorización para contactar a sus seguidores en el proyecto. Las encuestas fueron enviadas en diferentes días debido al límite que Instagram presenta para enviar mensajes.  
  
El presente estudio, así como el consentimiento informado, fueron aprobados por el Comité de Ética en Investigación de la Universidad Adventista del Plata (UAP) mediante la Resolución 11/21.  
  
Los datos fueron cargados y analizados con el paquete estadístico SPSS para Windows versión 23.0. El análisis univariado incluyó el cálculo de frecuencias y porcentajes para las variables cualitativas, y media y desviación estándar para las variables cuantitativas. Para el análisis bivariado, se realizó la prueba chi-cuadrado de Pearson, prueba exacta de Fisher y ANOVA, con un nivel de confianza del 95%.

## Resultados

La encuesta fue contestada por 301 participantes, seguidores de las diez cuentas seleccionadas, pero se eliminaron 27 por no cumplir con los criterios de inclusión. La muestra final quedó conformada por 274 personas.

Los participantes tuvieron un promedio de edad de 27,45 (+8,79), con un rango entre 18 y 65 años. Se obtuvo una mayor participación de mujeres que de hombres con un 79,2% (n = 217).

El 71,2% (n = 195) mostró tener hábitos alimentarios regulares, el 25,2% (n = 69), malos y el 3,6% (n = 10), buenos. El 47,4% (n = 130) tuvo poco nivel de interacción con los mensajes publicados y el 33,2% (n = 91) tuvo una frecuencia de visualización de la cuenta de una o dos veces por semana.

Se encontró una asociación significativa ( $p = <0,001$ ) entre el origen del conocimiento nutricional, brindado a través de estudios, con el grado de conocimiento (ver tabla 4.1).

No se halló relación entre los hábitos alimentarios con la edad, el sexo, el IMC según categorías

de la OMS y el nivel de interacción con la cuenta de los participantes (ver tablas 4.2 y 4.3). Para analizar los hábitos alimentarios con la edad de los participantes, se utilizó la prueba ANOVA.

Al evaluar la intención de hacer las recetas publicadas junto con los hábitos alimentarios, se obtuvo una asociación significativa ( $p = 0,040$ ), ya que la mayoría de los participantes practicaban una alimentación de calidad regular y gran parte de los que obtuvieron esa clasificación en su alimentación tuvieron una intención aumentada de realizar las recetas publicadas (ver tabla 4.4).

En cuanto a las cuentas estudiadas, solamente una de ellas demostró ser efectiva en influenciar los hábitos alimentarios de sus seguidores, ya que se encontró una relación estadísticamente significativa ( $p = 0,001$ ).

Finalmente, al examinar la influencia generada por licenciados en nutrición mediante la educación nutricional realizada a través de Instagram, se halló cierta influencia en los hábitos alimentarios de sus seguidores.

Tabla 4.1. Origen y nivel de conocimiento nutricional de los encuestados

		Nivel del conocimiento nutricional						<i>p</i>
		Escaso		Moderado		Bueno		
		n	%	n	%	n	%	
<b>Origen del conocimiento nutricional</b>	Redes sociales	1	0,37	29	10,74	178	65,92	0,489
	Familia	0	0	8	2,93	35	12,82	0,612
	Estudios	1	0,36	3	1,09	92	33,69	<0,001 <sup>a</sup>
	Consulta nutricional	1	0,36	14	5,14	101	37,13	0,562
	No recuerda	0	0	1	0,36	4	1,46	0,928

Prueba chi-cuadrado de Pearson.

<sup>a</sup> La relación es significativa en el nivel .05 (bilateral).

Tabla 4.2. Hábitos alimentarios, sexo e IMC según la OMS

		Hábitos alimentarios						<i>p</i>
		Escaso		Moderado		Bueno		
		n	%	n	%	n	%	
<b>Sexo</b>	Masculino	13	4,74	42	15,32	2	0,72	,892 <sup>a</sup>
	Femenino	56	20,43	153	55,83	8	2,91	
<b>IMC</b>	Bajo peso	5	1,82	6	2,18	0	0	
	Normopeso	36	13,13	121	44,16	8	2,91	,053 <sup>b</sup>
	Sobrepeso	12	4,37	48	17,51	1	0,36	
Obesidad	16	5,83	20	7,29	1	0,36		

<sup>a</sup>y<sup>b</sup> Prueba chi-cuadrado de Pearson.

Tabla 4.3. Hábitos alimentarios e interacción con la cuenta

		Interacción con la cuenta									
		Mucho		Bastante		Poco		Nada		No recuerda	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Hábitos alimentarios</b>	Bueno	1	0,37	2	0,72	7	2,55	0	0	0	0
	Regular	11	4,01	36	13,13	90	32,84	53	19,34	5	1,82
	Malo	2	0,72	10	3,64	33	12,04	22	8,02	2	0,72

Prueba chi-cuadrado de Pearson.

*p* = .601.

Tabla 4.4. Hábitos alimentarios e intención de realizar las recetas

		Intención de realizar recetas									
		Mucho		Bastante		Poco		Nada		No sé	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
<b>Hábitos alimentarios</b>	Bueno	4	1,45	5	1,82	1	0,36	0	0	0	0
	Regular	67	24,45	91	33,21	35	12,77	2	0,72	0	0
	Malo	12	4,37	41	14,96	12	4,37	4	1,45	0	0

Prueba exacta de Fisher.

*p* = .040. La relación es significativa en el nivel .05 (bilateral)

## Discusión

De manera similar a lo publicado por otras investigaciones (33), se observó que la mayoría de los seguidores de cuentas nutricionales practicaron una alimentación de calidad regular. Además, tuvieron bajo nivel de interacción y visualización de la cuenta.

También se halló que los seguidores que presentaron mayor conocimiento nutricional fueron los que lo obtuvieron por medio de estudios.

Por otra parte, la cuenta analizada con la mayor cantidad de encuestados (y mayor cantidad de respuestas en este trabajo) reveló resultados positivos en cuanto a los hábitos alimentarios de sus seguidores, así como los de Cordero, Gutiérrez y Y´urico en sus respectivos estudios (17,25,27). Los trabajos mencionados corroboraron la influencia de las redes sociales sobre los hábitos alimentarios de las personas, en cambio, los resultados obtenidos en este estudio no son suficientes para confirmar esta influencia.

Además, los resultados demostraron que las recetas logran influir en la alimentación de los seguidores (27,29).

En comparación con varios estudios en los que se evalúa la EAN a través de redes sociales (23,24), esta investigación analizó más cuentas, el tiempo fue reducido, el tamaño de la muestra fue relativamente escaso (por el bajo nivel de respuestas obtenidas) y solo se centró en la plataforma de Instagram (30).

Por otro lado, no se investigó si los seguidores eran estudiantes o licenciados en nutrición, información que podría haber resultado útil al evaluar el conocimiento nutricional. Por ello, sería importante para futuras investigaciones incluir a seguidores de un número menor de cuentas, extender el periodo de recolección de datos y tener en cuenta la limitación que Instagram presenta al enviar más de veinte mensajes consecutivos, debido a su seguridad anti-*spam*. También sería bueno incorporar al cuestionario un apartado que permita conocer si los seguidores son estudiantes o profesionales del área de la nutrición. Finalmente, se recomienda evaluar la calidad nutricional de las recetas publicadas, ya que no todas son completamente saludables.

## Conclusiones

Para concluir, este estudio refleja cierta influencia de Instagram en la alimentación de los seguidores, al menos en una de las cuentas analizadas. Es preciso recordar que los hábitos alimentarios están determinados por múltiples factores, por lo que sería incorrecto adjudicar la influencia exclusivamente a las redes sociales.

Además, se corroboró que las recetas publicadas forman parte de la influencia en los hábitos alimentarios de calidad regular.

Es necesario continuar con la investigación sobre la EAN ejercida en los medios de comunicación que están en constante desarrollo e innovación. Sin lugar a duda, las redes sociales son y seguirán siendo muy utilizadas en todo el mundo, por esta razón debemos aprovecharlas para educar y concientizar a la población.

Por último, sería bueno incorporar alguna estrategia que logre llamar la atención de los encuestados como, por ejemplo, la entrega de algún material con el fin de lograr una mayor participación.

Antonella Florencia Caverzan  
Estudiante de la Licenciatura en Nutrición  
Facultad de Ciencias de la Salud  
Universidad Adventista del Plata  
Entre Ríos, Argentina  
florencia.caverzan@uap.edu.ar

Verónica Mariel Heinze  
Docente de la Licenciatura en Nutrición  
Facultad de Ciencias de la Salud  
Universidad Adventista del Plata  
Entre Ríos, Argentina  
veronica.heinze@uap.edu.ar

Recibido: 4/2/2022  
Aceptado: 24/2/2022

## Bibliografía

1. González Carabali YM. La educación alimentaria y nutricional (EAN) como herramienta para la adopción de hábitos y estilos de vida saludables en la población adulta [tesis de grado]. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana; 2020 [acceso el 19 abril de 2021]. 27 pp. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10554/52057>
2. Aparici EZ. Educación alimentaria: salud y cohesión social [Internet]. Salud Colect. 2017 [acceso el 14 de julio de 2021];13(2):295-306. Disponible en: <https://doi.org/10.18294/sc.2017.1191>
3. De La Cruz Sánchez EE. La educación alimentaria y nutricional en el contexto de la educación inicial [Internet]. Revista del Centro de Investigaciones Educativas Paradigma. 2015 [acceso el 14 de julio de 2021];36(1):161-183. Disponible en: [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1011-22512015000100009](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512015000100009)
4. Organización Panamericana de la Salud. Promoción de la Salud OPS-OMS [Internet]. Acceso el 14 de julio de 2021. Disponible en: <https://www.paho.org/es/temas/promocion-salud>
5. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Educación alimentaria y nutricional [Internet]. Acceso el 15 de marzo de 2021. Disponible en: <http://www.fao.org/nutrition/educacion-nutricional/es/>.
6. Trevor S GR. Vencer a las enfermedades no transmisibles con equidad: seamos serios [Internet]. Glob Health Promot. 2018 [acceso el 14 de julio de 2021];25(3):98-101. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30246626/>.
7. Marti A, Calvo C, Martínez A. Consumo de alimentos ultraprocesados y obesidad: una revisión sistemática [Internet]. Nutr Hosp. 2021 [acceso el 14 de julio 2021];38(1):177-185. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.20960/nh.03151>.
8. Royo Bordonada MA (coord.). Nutrición en Salud Pública [Internet]. Madrid: Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III; 2017 [acceso el 14 de julio de 2021]; 356 pp. Disponible en: <http://gesdoc.isciii.es/gesdoccontroller?action=download&id=11/01/2018-5fc6605fd4>. Pp. 24, 69.
9. Erem SY. Cómo lograr una vida saludable [Internet]. An Venez Nutr. 2014 [acceso el 16 de marzo de 2021];27(1):129-142. Disponible en: [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-07522014000100018](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-07522014000100018)
10. Talens Oliag P. Alimentos ultraprocesados: impacto sobre las enfermedades crónicas no transmisibles [Internet]. Nutr Hosp. 2021 [acceso el 14 de julio de 2021];38(1):3-4. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.20960/nh.03536>
11. Thibault F, Bernard S, Sellem L, Kesse-Guyot E, Allès B, Méjean C, et al. Consumption of ultra-processed foods and cancer risk: Results from NutriNet-Santé prospective cohort [Internet]. BMJ. 2018;360:k322. Disponible en: <https://doi.org/10.1136/bmj.k322>.
12. Ministerio de Salud de la Nación. El 41,1 por ciento de los chicos y adolescentes tiene sobrepeso y obesidad en la Argentina [Internet]. Argentina.gob.ar; 2019 [actualizado el 2 de octubre de 2019; acceso el 14 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-411-por-ciento-de-los-chicos-y-adolescentes-tiene-sobrepeso-y-obesidad-en-la-argentina>.

13. Rodrigo-Cano S, Soriano JM, Aldas-Manzano J. Valoración de la efectividad de la educación alimentaria en niños preescolares, padres y educadores [Internet]. *Rev Esp Nutr Hum Diet*. 2016 [acceso el 14 de julio de 2021];20(1):32-39. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.14306/renhyd.20.1.182>
14. Folgarait A. Nueva radiografía de los factores de riesgo en la Argentina [Internet]. Sociedad Argentina de Cardiología. 2019 [actualizado el 19 de abril de 2019; acceso el 14 de julio de 2021]. Disponible en: <https://www.sac.org.ar/actualidad/nueva-radiografia-de-los-factores-de-riesgo-en-la-argentina/>.
15. Ministerio de Salud y Desarrollo Social. 4ta. Encuesta nacional de factores de riesgo 2019 – Principales resultados [Internet]. Secretaria de Gobierno de Salud; 2018 [acceso el 9 de abril de 2021]; 22 p. Disponible en: [https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-01/4ta-encuesta-nacional-factores-riesgo\\_2019\\_principales-resultados.pdf](https://bancos.salud.gob.ar/sites/default/files/2020-01/4ta-encuesta-nacional-factores-riesgo_2019_principales-resultados.pdf)
16. Organización Mundial de la Salud. Enfermedades no transmisibles [Internet]; 2021 [actualizado el 14 de julio de 2021; acceso el 14 de julio de 2021]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>
17. Cordero RA. Las redes sociales en la educación médica y en la promoción de la salud [Internet]. *Gac Med Mex*. 2019 [actualizado el 3 de mayo de 2021; acceso el 3 de mayo de 2021];155:573-575. Disponible en: <https://doi.org/10.24875/GMM.19005561>
18. Kemp S. Tracking internet adoption using social media data [Internet]. DataReportal – Global Digital Insights; 2020 [actualizado el 15 de marzo de 2021; acceso el 15 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/tracking-ict-trends-using-social-media-data>
19. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación [Internet]. Encuesta Permanente de Hogares. Cuarto trimestre de 2019; 2019 [acceso el 24 de abril de 2021]; 16 p. Disponible en: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informes-de-prensa/mautic\\_05\\_20A36AF16B31.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informes-de-prensa/mautic_05_20A36AF16B31.pdf).
20. Kemp S. Digital 2020: Argentina [Internet]. DataReportal; 2020 [actualizado el 17 de febrero de 2020; acceso el 15 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-argentina>
21. Kemp S. Digital 2021: Argentina [Internet]. DataReportal; 2021 [actualizado el 10 de febrero de 2021; acceso el 15 de marzo de 2021]. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-argentina>
22. Roldán RA. Cómo se representa la salud alimentaria en Instagram a través de profesionales de la nutrición que promueven hábitos saludables [tesis de grado]. CABA: Fundación Universidad Argentina de la Empresa UADE; 2020 [actualizado 2020; acceso el 5 de abril de 2021]; 99 p. Disponible en: <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/12509>
23. Míguez Fernández L. Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable [tesis de grado]. Madrid (España): Universidad Pontificia Comillas; 2019 [actualizado 2019; acceso el 5 de abril de 2021]; 53 p. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11531/27875>
24. Marauri Castillo I, Rodríguez González MM, Armentia Vizuete I, Marín Murillo F. Estrategia exitosa de información sobre alimentación dirigida a “millennials”: el caso de Carlos Ríos en Instagram [Internet]. *Revista Mediterránea de Comunicación*. 2021 [acceso el 5 de mayo de 2021];12(1):263. Disponible en: <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000001>

25. Gutiérrez Sánchez A. La comunicación en alimentación y salud: una responsabilidad social [Internet]. *Rev Esp Comun Salud*. 2016 [acceso el 5 de mayo de 2021];7(supl.1):1-173. Disponible en: [https://www.fen.org.es/storage/app/media/Suplemento%20RECS%202016\\_1\\_Reunion%20Expertos%20Bilbao\\_2015.pdf](https://www.fen.org.es/storage/app/media/Suplemento%20RECS%202016_1_Reunion%20Expertos%20Bilbao_2015.pdf)
26. Deltell Cerdá G. Mujeres nutricionistas en Instagram: un análisis crítico de la profesión [tesis de grado]. España: Universidad de Alicante; 2019 [actualizado 2019; acceso el 5 de abril de 2021]; 27 p. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10045/94147>
27. Yurico G, Granados S. Influencers impulsores del hábito de una alimentación saludable entre los jóvenes en Lima Metropolitana. Análisis de caso Yovana mendoza y Sascha fitness [tesis de grado]. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola; 2020 [actualizado 2020; acceso el 5 de mayo de 2021]; 15 p. Disponible en: <http://repositorio.usil.edu.pe/items/93b21b51-8b17-4d09-b918-da1676bb9b52>
28. Quirós Villegas D, Estévez Martínez I, Perales García A, Urrialde R. Evolución de la información y comunicación nutricional en los alimentos y bebidas en los últimos 50 años [Internet]. *Nutr Hosp*. 2017 [acceso el 19 de abril de 2021];34(supl.4):19-25. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.20960/nh.1566>
29. Muñoz-Dávila C. La educación alimentaria nutricional como apoyo a la adopción de hábitos alimentarios saludables [Internet]. *Salud i Ciencia*; 2017 [actualizado el 14 de julio de 2021; acceso el 14 de julio de 2021];22(5):467-469. Disponible en: <https://www.siicsalud.com/dato/sic/225/151810.pdf>
30. Michelle M Chau, Burgermaster M, Mamykina L. The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults – A systematic review [Internet]. *Int J Med Inform*. 2018 [actualizado el 15 de marzo de 2021; acceso el 15 de marzo de 2021];120:77-91. Disponible en: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6983924/>.
31. Carrion C, Arroyo Moliner L, Castell C, Puigdomènech E, Gómez SF, Domingo L, et al. Utilización del teléfono móvil para el fomento de hábitos saludables en adolescentes: Estudio con grupos focales [Internet]. *Rev Esp Salud Publica*. 2016 [acceso el 13 de abril de 2021];90. Disponible en: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1135-57272016000100422](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1135-57272016000100422)
32. Cervantes Hernández R, Chaparro-Medina PM. Transformaciones en los hábitos de comunicación y sociabilidad a través del incremento del uso de redes sociodigitales en tiempos de pandemia [Internet]. *Ámbitos*. 2021 [acceso el 5 de mayo de 2021];(52):37-51. Disponible en: <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.03>
33. Martínez Gayá MI. El efecto que ejercen las redes sociales en los hábitos de consumo alimentario: España vs. EE. UU [tesis de grado]; 2020 [actualizado 2020; acceso el 12 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11531/37344>