



**Universidad
de La Laguna**

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado de Periodismo

**Correlación entre la difusión de contenidos de
tipo nutricional en Instagram y el aumento de
casos de TCA**

Alumna: Saada Yamila Joudieh Benitez

Tutor: Lara Carrascosa Puertas

Curso académico 2022-2023

Resumen

Con la llegada de las redes sociales, el acceso a información de todo tipo ha facilitado el desarrollo de Trastornos Mentales. A esta situación se suma un aumento del consumo de Internet en la población más joven, como consecuencia de la situación de pandemia provocada por el Covid-19. Las salas de profesionales sanitarios han sido sustituidas por perfiles en redes sociales, dedicados a difundir información sobre deporte, moda o alimentación, con la capacidad de influenciar a miles de personas. Los *influencers* dedicados a la difusión de contenidos de tipo nutricional han repercutido en el aumento de casos de TCA, con mayor incidencia en mujeres de entre 15-30 años. El canon de belleza arraigado a la sociedad, así como el pensamiento gordofóbico y pesocentrista, también han ayudado al desarrollo de obsesiones y patologías asociadas a la alimentación. La presente investigación realiza un análisis de la correlación entre la difusión de contenidos de carácter nutricional en la red social Instagram y el aumento de casos de TCA en la población, con mayor foco en el desarrollo de la ortorexia nerviosa (OR). Asimismo, es importante conocer el tipo de información que se difunde en Internet. Por ello, se analizará el papel de los *influencers* en este hecho, así como la opinión de profesionales sanitarios. La falta de regulación de los contenidos que se difunden en la red, así como de los creadores de contenido en redes sociales, afectan en gran medida a que siga aumentando el porcentaje de jóvenes que padecen un Trastorno de la Conducta Alimentaria.

Palabras clave: redes sociales, TCA, ortorexia nerviosa, *influencers*, Instagram

Abstract

With the arrival of social media, access to information of all kinds has facilitated the development of mental disorders. This situation is compounded by an increase in internet usage among the younger population as a result of the Covid-19 pandemic. The rooms of healthcare professionals have been replaced by profiles on social media dedicated to spreading information about sports, fashion, or food, with the ability to influence thousands of people. Influencers dedicated to disseminating nutritional content have had an impact on the increase of cases of eating disorders, with a higher incidence in women between the ages of 15-30. The beauty canon rooted in society, as well as fatphobic and weight-centric thinking, have also contributed to the development of obsessions and pathologies associated with food. This research analyzes the correlation between the dissemination of nutritional content on the Instagram social network and the increase in cases of eating disorders in the population, with a focus on the development of orthorexia nervosa (ON). Additionally, it is important to know the type of information that is disseminated on the internet. Therefore, the role of influencers in this fact will be analyzed, as well as the opinion of healthcare professionals. The lack of regulation of the content that is disseminated on the network, as well as of the content creators on social media, greatly affects the percentage of young people who continue to suffer from an eating disorder

Keywords: social media, eating disorders, orthorexia nervosa, *influencers*, Instagram.

ÍNDICE

1. Introducción	6
2. Justificación del interés del tema	8
3. Antecedentes	10
4. Estado de la cuestión.....	13
5. Marco Teórico.....	15
5.1 Conceptualización del término Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA) y Ortorexia Nerviosa (ON).....	15
5.3 Carlos Ríos y el movimiento Realfooding	18
5.4 Antonio Rodríguez y la aplicación @sinazucar.org	18
6. Objetivos y preguntas de investigación.....	20
7. Metodología	23
8. Resultados	26
8.1 Análisis de contenidos de los perfiles de @carlosriosq y @sinazucar.org	26
8.2 Entrevistas en profundidad	40
8.3 Cuestionario ORTO-15.....	51
9. Discusión.....	54
10. Conclusiones	57
11. Bibliografía.....	60
Anexos.....	65

Mamá, a ti por darme las alas para volar,
por inculcarme el don de la curiosidad,
por hacerme ver que todo esfuerzo vale la pena,
todos mis logros son gracias a ti.

Y a ti, por nunca dudar de mí,
por sujetarme la mano durante estos años.
Esto también es gracias a ti.

1. Introducción

La revolución digital y la llegada de la Web 2.0, supuso un cambio en los cimientos del mundo en la red tal y como se conocía. Era imprescindible que la red dejase de ser un mero elemento de comunicación, de transmisión de conocimiento, para pasar a ser un canal de interacción entre los elementos que la forman, es decir, cliente y conocimiento (Rodríguez Martínez, 2009). Desde entonces, la transmisión de ideas y las relaciones entre personas de diversas partes del mundo es más fácil que nunca, hasta tal punto que no existe un límite de conexión. Así surge la denominada “comunidad virtual”, tal y como la describe David Rodríguez en su estudio *Web 2.0, accesibilidad y la brecha digital* (2009): “Una congregación de un número determinado de usuarios con una serie de intereses comunes y que se organizan bajo una serie de normas” (Rodríguez Martínez, 2009).

Internet, por tanto, pasa a ser un gran distribuidor de datos, donde millones de usuarios navegan entre diversas plataformas (redes sociales, wikis, *blogs*, entre otros) en busca de información afín a sus intereses. En definitiva, la red se convierte en un proveedor de educación informal. La llegada de Internet a cada hogar y, sobre todo, la aparición de las redes sociales, ha derivado en una reducción del consumo y de la influencia de los medios de comunicación tradicionales, como la televisión o las revistas, y ha revolucionado la estructura de los agentes socializadores primarios, debido a las características que poseen: las redes sociales abren las puertas a una información casi infinita y a una conexión constante con otras personas, desde una gran cantidad de dispositivos, en cualquier lugar y a cualquier hora (Villar del Saz Bedmar & Baile Ayensa, 2023).

La aparición de las redes sociales supone una revolución a la hora de entablar relaciones en la red. Se da paso a la creación de cuentas personales que, en la mayoría de los casos, originan la idealización de la vida de las personas, sin saber a ciencia cierta si la información que se ofrece es verídica o falsa. La aparición de las redes sociales nos sitúa en un nuevo escenario, donde los medios de comunicación de masas y el marketing han cambiado y se han adaptado a los nuevos tiempos, perpetuando estereotipos e ideales de belleza inalcanzables y teniendo incluso un alcance mayor, sobre todo entre las adolescentes, que pueden llegar a ver su imagen corporal alterada (Villar del Saz Bedmar & Baile Ayensa, 2023).

La sobreexposición de los adolescentes a las redes sociales puede ser un factor clave a la hora de desarrollar trastornos mentales, tales como: depresión, ansiedad o trastornos en la conducta alimentaria. Entre los factores que intervienen en el desarrollo de estos últimos se localizan los factores sociales. Dentro de estos se encuentra el modelo de belleza imperante, es decir, un modelo que ensalza una delgadez excesiva. La difusión de los cánones de belleza en las redes sociales ha venido acompañado de un incremento muy notable de la incidencia de casos de TCA (Sabater, 2018). El consumo de este tipo de contenidos en las redes sociales, por parte de los jóvenes, hace que se vea afectado su desarrollo de la personalidad, debido a la muestra de estilos de vida irreales que ven la necesidad de alcanzar.

En la actualidad, Instagram es una de las diez redes sociales más usadas en el mundo, con más de 1.270 millones de usuarios activos en el último año, siendo cerca del 33% de la audiencia personas entre 25 y 34 años de edad (Statista, 2022). Esta red social es de fácil acceso y disponibilidad, y cubre todos los espacios donde el adolescente interactúa, característica que le resulta atractiva, debido a la gran capacidad de persuasión y convencimiento, donde, además, la información que requieren es de fácil acceso. Estas redes, por tanto, se convierten en vehículos eficaces para transmitir y adoptar determinados estereotipos (Sabater, 2018). Las redes sociales, por ende, pueden ejercer influencia sobre hábitos o conductas, sobre todo de aquellos jóvenes más vulnerables. Este grupo en concreto, personas con mayor facilidad de manipulación, ve a los usuarios con mayor repercusión en la red como modelos a seguir, por ello, construir un mismo estilo de vida es imprescindible para lograr su misma identidad social.

Los riesgos de padecer un TCA a partir de un mal uso de las redes sociales son cada día más altos, por ello la relevancia de los estudios que tratan de explicar la relación entre ambas variables. Sin embargo, existe aún incertidumbre por saber cómo regular los contenidos que se muestran en las redes sociales, así como las cuentas que promueven información informal sobre nutrición y estilos de vida saludable. Por ello, la idea desde la que parte este estudio es investigar sobre el comportamiento de dos cuentas *fitness* en Instagram y su repercusión en el aumento de casos de TCA, en concreto, la Ortorexia Nerviosa.

2. Justificación del interés del tema

Este trabajo de fin de grado pretende analizar el impacto que genera el mensaje de tipo nutricional difundido en la red social Instagram entre la población joven, así como el posterior desarrollo de un TCA en correlación con el consumo de esta información. Este estudio se centrará, en concreto, en el análisis de la Ortorexia Nerviosa, trastorno el cual se genera a partir de una obsesión por la comida saludable y no por perder peso, como puede ser la bulimia o anorexia nerviosa.

Según un informe realizado por la Agencia de Calidad de Internet (IQUA) y la asociación contra la Anorexia y Bulimia (ACAB), entre los años 2006 y 2010 las webs con contenidos que hacen apología de los TCA habían crecido un 470% (Rica, 2018). Con la llegada de las redes sociales, la información sobre nutrición que se reflejaba en los foros y *blogs* se trasladó a las redes sociales.

En 2022 el 94,5% de la población española de 16 a 74 años usó internet en los últimos meses, y el 87,1% se conectó diariamente a la red (INE, 2022). En cuanto al uso de Instagram, el 51% de sus millones de usuarios accede a diario y un 35% más de una vez al día. Además, el 68% de los perfiles son mujeres, y para el 32% de la población adolescente es su red social más importante (Instituto Centta, s.f). Vivimos una nueva era digital, donde nuestro desarrollo personal y social deriva de la información que consumimos diariamente en Internet. Por ello, existe la necesidad de una regulación de los contenidos que navegan en la red y que son de fácil acceso para toda la comunidad, incluida aquella parte de la población más vulnerable y con mayor capacidad de manipulación.

Según la ONU, “en 2019, una de cada ocho personas en el mundo (lo que equivale a 970 millones de personas) padecían un trastorno mental” (Trastornos mentales - WHO) . En ese mismo año, 14 millones de personas padecían trastornos alimentarios (World Health Organization: WHO, 2022). Según datos de la Fundación Fita, se estima que en los próximos 12 años se incremente en un 15% los casos de TCA en España (Barrio, 2022). Un artículo publicado por la agencia EFE:Salud indica que “un 90% de las personas con trastornos de la conducta alimentaria son mujeres jóvenes y su enfermedad implica que tengan de 10 a 12 veces más riesgo de morir que una mujer saludable” (Barrio, 2022). La adolescencia es la etapa donde más vulnerables e influenciados somos, también la edad en la que más se utiliza internet.

Algunos de los estudios centrados en la Ortorexia Nerviosa declaran correcta la hipótesis de que las redes sociales, en concreto Instagram, influye en la aparición de este trastorno, mencionando como factor clave el impacto negativo de Instagram en nuestra salud mental (Pinilla, 2021). La OMS expone que la Ortorexia Nerviosa (ON) afecta al 28% de la población, principalmente a mujeres y adolescentes.

Cabe señalar que son pocos los estudios que han realizado una correlación entre el uso de Instagram y el aumento de la Ortorexia Nerviosa. Entre las más destacables se encuentra la investigación realizada por Pixie Turner y Carmen Levre, la cual dio como resultado que un mayor uso de Instagram generaba una mayor tendencia a desarrollar la ON, siendo la prevalencia entre la población estudiada del 49% (Turner & Lefevre, 2017).

Por ello, el motivo de estudiar los contenidos que se difunden en la red social Instagram y el impacto que puede generar en la población joven, con tendencia a padecer un trastorno alimentario, cobra aún mayor relevancia. La finalidad de este trabajo es buscar una solución o un método que regule los contenidos en la red, para así intentar evitar un continuado aumento en los casos de TCA.

3. Antecedentes

La información relativa a las patologías alimentarias se introdujo en España a mediados de los años 90 (Jiménez Morales, 2012). Los cánones de belleza han ido evolucionando con el paso del tiempo. Desde la Edad Media, donde la mujer debía de acogerse a los cánones de belleza establecidos, para así evitar ser repudiada por los hombres, hasta ahora, donde la apología a la delgadez se abre camino entre nosotros, de una manera cada vez más vertiginosa.

Así lo describe Alicia Parrado en su artículo *La ética de la obesidad y la delgadez en el discurso médico en la posmodernidad* (2007):

“La canonización del cuerpo delgado ha ocurrido paralelamente a una transferencia de valores morales entre las virtudes clásicas, ahora con la “buena salud”, y por otra parte, el pecado con la glotonería y la pereza, asociados a la obesidad; ya no castigado con el infierno, sino con el bullying, el aislamiento social y la enfermedad”.

En este contexto, es importante considerar la mirada pesocentrista de la sociedad actual, donde, de manera tajante, se toman las medidas corporales de las personas como factor imprescindible de clasificación y jerarquización social, creando prejuicios y estereotipos que vulneran sus derechos como ciudadanos, provocando un posterior desarrollo de problemas en la salud física y mental de las personas (Hanumantha Rao, 2009).

La sociedad española empezó a familiarizarse con enfermedades como la anorexia y la bulimia nerviosa de la mano de titulares sensacionalistas, que pusieron en manos de la opinión pública trastornos que, en aquel momento, eran prácticamente desconocidos (Jiménez Morales, 2012). Con la llegada de la Web 2.0, diez años más tarde, Internet comenzó a ser un difusor a gran escala de los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA). Los primeros sitios web donde se manifestaron estos trastornos fueron los *blogs*, muchos de ellos camuflados con el seudónimo de “Ana y Mía”, donde se hacía elogio a este tipo de enfermedad, mostrando la extrema delgadez como un requisito indispensable para poder integrarse dentro de la sociedad, cumpliendo así con estereotipos inalcanzables de belleza.

En el año 2004, la ONG Protégeles, junto al Defensor del Menor, interpuso una demanda contra la existencia de este foro, donde, además de hacer apología sobre los Trastornos de la Conducta

Alimentaria (TCA), se promovían diferentes *tips*, tal y como los propios usuarios los denominaban, para poder conseguir los objetivos corporales que buscaban. A partir de esta denuncia se consiguió cerrar casi 30 de las páginas existentes en español, pese a ello, no existía garantía alguna de poder evitar la aparición de otras webs con las mismas características. Un estudio llevado a cabo por ambas entidades expuso que entre las usuarias se encontraban adolescentes de entre 14 y 17 años, donde el 10% eran menores de 14 años, incluyendo a jóvenes de 12 años de edad. En cuanto a la manifestación de algún tipo de TCA, el 70% no tenía aún ningún trastorno desarrollado y un 23% estaba en fase de desarrollo.

Tras la clausura de este modelo de páginas web, la promoción de los TCA en la red ha continuado su camino, pero ahora dentro de las redes sociales. El usuario que busca este tipo de contenido mantiene las mismas características que en los *blogs*: prevalece el sexo femenino ante el sexo masculino y las edades con mayor incidencia siguen siendo entre los 16-24 años de edad.

En este contexto, cabe destacar un informe llevado a cabo por Centre for Mental Health, (2018), sobre los aspectos positivos y negativos de las redes sociales en los adolescentes. Según detalla el estudio, alrededor del 5% de los adolescentes que consumen contenido en la red sufre una “adicción” a las mismas, incluso más potente que a los cigarrillos o el alcohol (Centre for Mental Health, 2018). En correlación con esta información, pese a que este estudio lo denomine como “adicción a la red”, cabe señalar que no existe como concepto una “adicción” a Internet, sino una dependencia a diversos problemas de conducta, derivados del acceso a la diversidad de contenidos que provee la red (Sánchez, 2013).

Por otro lado, el informe revela que los jóvenes más introvertidos o con una autoestima más baja suelen sufrir más los efectos negativos de las redes sociales. En ese marco, diferentes expertos ven oportuno educar a la población más vulnerable, siguiendo diversas técnicas que les permita consolidar patrones correctos de comportamiento alimentario. Según Gros (2005), no hay que educar a los niños limitando su acceso a Internet, simplemente se les debe enseñar un uso adecuado y crítico sobre el mismo (Gros, 2005). En este contexto, cabe destacar que existen estudios que confirman la necesidad de poner en marcha herramientas preventivas que potencien los efectos positivos de las redes frente a los negativos. Pese a ello, todavía existe falta de regulación de los contenidos dentro de las propias plataformas.

Según la Royal Society for Public Health (Health, s.f), la peor red social para el bienestar mental de los jóvenes es Instagram. Además, se ha llegado a confirmar que a mayor tiempo de uso de esta aplicación, mayor tendencia a padecer un TCA. Uno de los factores más peligrosos de este tipo de plataformas es la ausencia de identidad del usuario, la nula necesidad de mostrar su físico conlleva a una libertad total en el intercambio de información.

Las imágenes, a menudo poco realistas, que se ofrecen en las redes sociales, pueden provocar que las personas jóvenes tengan sentimientos de pérdida de autoconciencia, baja autoestima y realicen una búsqueda del perfeccionismo que puede manifestarse como trastornos (Basterra & Cabrera, 2021). Así mismo, el contenido de tipo nutricional, que involucra a la salud y el aspecto físico, puede ser engañoso, induciendo sentimientos negativos en el consumidor con relación a su cuerpo (Carrotte et al., 2015).

Los medios de comunicación quedan, por tanto, en un segundo plano. Los jóvenes toman como referencia la información difundida por las redes sociales, sin tener en cuenta la procedencia de esta. La facilidad de transmisión de datos en Internet, junto a la preocupación de los jóvenes por integrarse en la sociedad, hace que un uso excesivo o inadecuado de las redes derive a este tipo de trastornos. Tal y como señala Mercedes Borja en un artículo publicado en el periódico *20 Minutos* titulado *Las redes sociales y su papel en el aumento de casos de Trastornos de la Conducta Alimentaria*:

“El universo de los ‘influencers’ es inmenso, y a veces es difícil discernir entre las cuentas que fomentan un estilo de vida sano de las que ayudan a fomentar TCA. Así, muchas veces, aunque la intención de un influencer del fitness no sea, ni mucho menos, fomentar conductas peligrosas entre los jóvenes, terminan atrayendo a jóvenes en riesgo de padecer TCA”.

Es por ello por lo que el peligro no recae únicamente en mostrar un físico “perfecto”, acorde a los estereotipos marcados por la sociedad. Muchas de las publicaciones que navegan por la red muestran consejos nutricionales, incluso indicaciones para superar el hambre y así poder adelgazar, y es ahí donde se esconde el problema.

4. Estado de la cuestión

Con el transcurso de los años, han sido diversos los motivos que han hecho que las redes sociales tengan mayor relevancia en el día a día de los ciudadanos. Con la llegada de la pandemia del Covid-19, en el año 2020, las estadísticas de uso de las redes sociales se dispararon. Durante este año, el porcentaje de usuarios de las redes sociales ascendía a un 86%, el valor más alto registrado desde 2017 (Statista, 2022). El teletrabajo y la educación online ha hecho que nuestra conexión a los teléfonos móviles y ordenadores aumente también exponencialmente. Los usuarios pasaron en 2020 1 hora y 19 minutos de media en redes sociales, frente a los 55 minutos del año anterior (Ojeda-Martín et al., 2021).

Aunque su uso sea, en un principio, meramente profesional, el tiempo dedicado al ocio dentro de la red puede llegar a ser peligroso y derivar en cambios en nuestro estilo de vida. Instagram forma parte del día a día de más del 80% de los jóvenes en España. Así lo precisa un estudio realizado por Personality Media (2021), donde se detalla que sólo el 14% de los usuarios de 16 a 45 años dice no tener cuenta en esta red social. Por otro lado, el estudio expone que de las mujeres de 16 a 25 años encuestadas, el 25% de ellas sigue a más de 800 cuentas, siendo la mayoría de *influencers*.

Sin embargo, la llegada de la pandemia no solo dejó avances en la era tecnológica, también motivó cambios en los hábitos saludables, tanto en la alimentación como en el ejercicio físico. El aumento anteriormente señalado en el uso de las redes sociales, junto al efecto por la cuarentena provocada por el coronavirus, provocó un incremento del 20% en los casos de TCA ya existentes. En un artículo publicado por el diario *La Nueva España*, donde se entrevistó a la psicóloga Georgina del Valle, se detalla que “las redes sociales son la ventana a relaciones con el mundo exterior, lo que ha aumentado la exposición de perfiles que promueven el deporte, la alimentación sana y la evitación de productos ultraprocesados” (Sardiña, 2022)

Los *influencers*, por tanto, juegan un papel fundamental en la proliferación de ideales de belleza y difusión de fenómenos que suscitan a la delgadez y la perfección del cuerpo, ya que, tras ganarse la confianza de sus seguidores, comparten contenido sobre sus dietas y ejercicios, mostrando, a su vez, que la apariencia física es un pilar fundamental para su felicidad (Ojeda, et al., 2021).

Según diferentes estudios, casi el 40% de la población joven en España acude primero a un *influencer* que a un especialista en nutrición para abordar dudas sobre salud y alimentación. Las fuentes de información no profesionales son uno de los grandes motivos del desarrollo de trastornos mentales. La falta de regulación de las mismas, según profesionales sanitarios, hace que exista un aumento en los trastornos de alimentación, derivados de “la constante competencia, comparativa, perfeccionismo y obsesión que en redes sociales se promueve muchas veces”, así lo detalla la nutricionista Victoria Lazada en su artículo titulado *Nutricionista influenciando a los más jóvenes*.

5. Marco Teórico

5.1 Conceptualización del término Trastorno de la Conducta Alimentaria (TCA) y Ortorexia Nerviosa (ON)

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), los TCA representan el problema de salud más importante de la humanidad, ya no solo por el número de personas afectadas, sino también por el porcentaje de muertes ocasionadas por los mismos (OMS, 2020). Los TCA, conceptualmente, son enfermedades que tienen como características principales un comportamiento distorsionado de la alimentación y una extrema preocupación por la autoimagen y el peso corporal (Vargas, 2013).

Entre los trastornos más destacados se encuentran la anorexia nerviosa y la bulimia. La cuarta edición del Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales define la anorexia nerviosa como un trastorno en el que la persona se niega a mantener un peso mínimo dentro de la normalidad, tiene un miedo intenso a ganar peso y una significativa mala interpretación de su estado físico. Por su parte, detalla que la bulimia se desarrolla a partir de episodios recurrentes de atracones, en los cuales se ingiere una cantidad de alimento en un corto espacio de tiempo (American Psychiatric Association et al., 2000). En ambos casos, prima la necesidad imperante de reducir su peso de manera rápida y eficaz.

En los últimos tiempos ha aparecido un nuevo término ligado a los TCA, denominado como “ortorexia nerviosa”, donde, al contrario de los dos trastornos mencionados anteriormente, las personas que padecen una ON muestran más preocupación por la calidad de la comida que por la cantidad de ingesta. La ortorexia nerviosa fue descrita por primera vez por el médico Stave Bratman, en la revista *Yoga Journal* (1997). Este trastorno se caracteriza por la obsesión de llevar alimentación que el paciente considera saludable y que, por el contrario, limita la variedad de alimentos que ingiere. Estos pacientes buscan, por ende, alimentos que consideran “puros”, por lo que se produce una distorsión de una dieta saludable (Martín, 2021).

En la actualidad, la ON no se encuentra reconocida como trastorno en el DSM-IV ni en el CIE-10 (Clasificación Internacional de Enfermedades), debido a la carencia de suficientes estudios sobre la misma.

5.2 Auge de la información nutricional en las redes sociales e *influencers* de la alimentación

Según lo define Néstor Fernández (2013) en su estudio:

“Una red social es una estructura compuesta por un conjunto de actores, individuos u organizaciones, que están vinculados por lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes”.

Cada vez somos más los usuarios que podemos acceder a Internet de forma inmediata, así lo detalla el último informe de la Secretaría General de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), donde se agrega que, en la actualidad, el 66% de la población mundial total está interconectada. Además, especifica que: “los jóvenes de 15 a 24 años de edad son el motor de la conectividad: en el mundo, el 75% de ellos tiene actualmente la capacidad de utilizar Internet” (Unión Internacional de Telecomunicaciones, 2022). Somos, en definitiva, actores de lo digital: así lo describe José Carlos Ruíz en su libro *Filosofía ante el desánimo*, donde realiza un análisis crítico sobre los comportamientos sociales. En el mismo declara que:

“Desde bien pequeños son capaces de mirar hacia la cámara y realizar el registro interpretativo que más les conviene, de exponer el perfil más adecuado, de encontrar la frase perfecta..., se presentan en el escenario digital como personas seguras de sí mismas (...) A medida que pasan más horas cultivando esta realidad virtual van asimilando códigos y, llegado el momento, integran el avatar como una segunda piel, pudiendo llegar al extremo de subordinar su vida presencial a una extensión de su perfil virtual” (Ruíz, 2021, p.94).

Las últimas generaciones, como bien declara Carlos Ruíz, han crecido en un mundo donde la tecnología ha sido siempre la primera opción en cuanto a búsqueda de información, ya sea de carácter social, privado o escolar. En 2010 se creó Instagram, una red social que permite comunicarse a través de fotos y videos de corta duración. El *boom* de este método para transmitir información, dejando a un lado el clásico mensaje de texto, hizo que esta *app* fuera más allá de la esfera social.

El ámbito sanitario entró en las redes sociales llevando a cabo diferentes fines: desde educación en salud a la población hasta el intercambio de conocimientos entre profesionales sanitarios (Lemos, Longato, Masci, 2016). Con ello, las consultas nutricionales fueron reemplazadas por perfiles en redes sociales que tratan información relacionada con la alimentación. Sin embargo, la comunicación en materia de salud dentro de las redes sociales, para actuar correctamente, debe tener en cuenta los distintos perfiles de usuarios: profesionales y no profesionales (Lemos MB, Longato MC, Masci C, 2016). Es imprescindible una correcta comunicación, basada en datos empíricos y respaldados por profesionales, para no crear confusión ni contradecir las actitudes y creencias de los oyentes.

Las redes sociales, por tanto, se han convertido en un nuevo lugar para intervenir en la vida de las personas, generar conciencia e influir en las decisiones que toman en cuanto a sus hábitos alimentarios (Lemos, Longato, Masci, 2016). A esta influencia se suma un aumento de la conciencia de la ciudadanía sobre la importancia de llevar un estilo de vida saludable, basado en una buena alimentación y un mínimo de ejercicio físico diario. Esto, en parte, se debe a las redes sociales, la información sanitaria que navega entre las mismas y al papel que los denominados *influencers* de alimentación desempeñan en ellas (Reguilón, 2021).

La RAE define a los *influencers* como aquella “voz que hace referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales”. Los *influencers*, en consecuencia, trabajan produciendo y distribuyendo contenidos propios y comerciales a través de sus perfiles en redes sociales, dirigidos a un público en concreto. Siguiendo la línea de las prácticas de estos *influencers*, la mayoría de las veces los consejos que dan no tienen en cuenta las singularidades propias de cada uno de sus seguidores, así como los objetivos de cada uno de ellos, por lo que la orientación de profesionales acreditados en el campo de la alimentación es imprescindible con el fin de evitar potenciales daños colaterales (Martínez, 2020).

La pantalla es, en definitiva, un instrumento de virtualización tan enérgico que transforma lo real en hiperreal (Ruíz, 2021). El problema llega cuando, como individuos, no conseguimos tener esa vida “perfecta” que reflejan los creadores de contenido y comienzan las obsesiones, deseando que esa imagen que construimos con tanto empeño en Internet se transforme en real. Sin embargo, las grandes controversias se presentan cuando, tal y como lo explica Jose Carlos

Ruíz (2021, p. 105), “olvidamos que el dispositivo es un simulacro y nos enfrentamos a la realidad del espejo”.

5.3 Carlos Ríos y el movimiento Realfooding

Un estudio realizado por IAB Spain y Nielsen detalla que, tan solo en España, la plataforma de Instagram cuenta con casi 1 millón de *influencers* (IAB Spain, 2022). Entre ellos podemos encontrar creadores de contenido de todo tipo, inclusive de alimentación. En esta línea encontramos al *influencer* Carlos Ríos. En la actualidad cuenta con 1,6 millones de seguidores en su cuenta personal, creada en el año 2016, y 1,7 millones en su cuenta @realfooding, dedicada a la promoción de un estilo de vida saludable. En 2019 su cuenta personal fue galardonada como uno de los cinco perfiles más influyentes de la gastronomía en España, según la revista *Forbes*.

Carlos Ríos define el *realfooding* como un “estilo de vida basado en comer comida real y evitar los ultraprocesados” (Reguilón, 2021). El *influencer* busca, a través del uso de las redes sociales, que la población modifique sus hábitos de consumo: sustituir los ultraprocesados por la denominada “comida real”. En definitiva, su objetivo no es guiar nutricionalmente a sus seguidores, sino llevar a cabo un cambio de estilo de vida que pueda “mejorar” su salud. Por ello, gran parte de sus publicaciones son críticas a las grandes cadenas de ultraprocesados, además de supermercados, donde el *influencer* graba los productos y explica los ingredientes, dejando ver lo perjudicial que puede llegar a ser para la salud de las personas.

5.4 Antonio Rodríguez y la aplicación @sinazucar.org

Dentro de la plataforma de Instagram, como hemos explicado anteriormente, existen numerosas cuentas de difusión de información nutricional. Entre todas ellas encontramos el perfil de @sinazucar.org. Tras él aparece Antonio Rodríguez, fotógrafo y amante del deporte. Su trayectoria dio comienzo hace siete años, cuando su nutricionista personal le propuso reducir su consumo de azúcar. En una entrevista realizada por la web Men's Health, Rodríguez declara que empezó revisando etiquetas de los alimentos, donde comprobó la cantidad de productos que pensaba que eran saludables pero, en realidad, “llevaban muchísimo azúcar” (Mens Health, 2022).

Pero, ¿qué funcionalidad tiene sinAzúcar.org? Se trata de un proyecto fotográfico donde se pretende, a través de su cuenta de Instagram, donde cuenta con 461 mil seguidores, visualizar

y difundir el azúcar libre que existe en los alimentos mayormente consumidos por la población. Al contrario que sucede con el perfil de @realfooding, Antonio Rodríguez no cuenta con ningún tipo de formación nutricional que le permita difundir información veraz y contrastada. Su única fuente de información recae en las etiquetas de los productos que pretende analizar. Además de la información recogida en esta red social, sinAzúcar.org cuenta con una APP donde, según explica el propio creador: “haces una foto al código de barras del producto y, gracias a la base de datos, genera un gráfico con el azúcar que contiene” (Men’s Health, 2022).

6. Objetivos y preguntas de investigación

El objetivo principal de esta investigación es estudiar y analizar la correlación que existe entre el consumo de contenidos de carácter nutricional, difundido por *influencers* en la red social Instagram, y el aumento de casos de trastornos alimentarios (TCA).

Preguntas de investigación

1. ¿De qué manera afecta el consumo de redes sociales en el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria?
2. ¿Los contenidos difundidos por los *influencers* de la alimentación pueden derivar a desarrollar TCA?
3. ¿Cuáles son las características que se observan en las personas que tienen mayor probabilidad de verse influenciadas por los contenidos que consumen en las redes sociales?
4. ¿Puede ser el consumo de contenidos de tipo nutricional, en la red social Instagram, el principal desencadenante del desarrollo de la Ortorexia Nerviosa?

Objetivos Específicos

A partir del objetivo principal se desarrollarán una serie de objetivos específicos:

1. Estudiar qué efectos provoca el consumo de contenido de tipo nutricional, en Instagram, en la población vulnerable a padecer un TCA.
2. Evaluar el nivel de conciencia por parte de la población sobre la influencia que ejercen los contenidos que se consumen en redes sociales.
3. Analizar las características de las publicaciones que se difunden en la red social Instagram a partir de las cuentas de @carlosriosq y @sinazucarorg, y que determinan la insatisfacción con su imagen corporal de la población más vulnerable.
4. Estudiar el papel que cumplen los influencers de la alimentación en el posterior desarrollo de un TCA.
5. Analizar qué características cumplen las personas con mayor tendencia a verse influenciadas por los contenidos que consumen en redes sociales.
6. Establecer si hay una conexión entre el uso de Instagram y la frecuencia del desarrollo de la Ortorexia Nerviosa.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>¿De qué manera afecta el consumo de redes sociales en el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria?</p>	<p>OE1: Estudiar qué tipo de efectos provoca el consumo de contenido de tipo nutricional, en Redes Sociales, en la población vulnerable a padecer un TCA.</p> <p>OE2: Evaluar el nivel de conciencia por parte de la población sobre la influencia que ejercen los contenidos que se consumen en redes sociales.</p>
<p>¿Los contenidos difundidos por los <i>influencers</i> de la alimentación pueden derivar a desarrollar TCA?</p>	<p>OE3: Analizar las características de las publicaciones que se difunden en la red social Instagram a partir de las cuentas de @carlosriosq y @sinazucarorg, y que determinan la insatisfacción con su imagen corporal de la población más vulnerable.</p> <p>OE4: Estudiar el papel que cumplen los influencers de la alimentación en el posterior desarrollo de un TCA.</p>
<p>¿Cuáles son las características que se observan en las personas que tienen mayor probabilidad de verse influenciadas por los contenidos que consumen en las redes sociales?</p>	<p>OE5: Analizar qué características cumplen las personas con mayor tendencia a verse influenciadas por los contenidos que consumen en redes sociales.</p>

<p>¿Puede ser el consumo de contenidos, de tipo nutricional, en la red social Instagram, el principal desencadenante del desarrollo de la Ortorexia Nerviosa?</p>	<p>OE6: Establecer si hay una conexión entre el uso de Instagram y la frecuencia del desarrollo de la Ortorexia Nerviosa.</p>
---	---

7. Metodología

El presente trabajo de Fin de Grado plantea estudiar la correlación que existe entre los contenidos nutricionales difundidos en la red social Instagram y el aumento de casos de TCA. Para ello, una vez desarrollados los conceptos teóricos, se describe el apartado práctico. En primera instancia, se llevará a cabo un análisis de contenido, cuantitativo y cualitativo, centrándose en la visualización de los contenidos publicados en los perfiles de @carlosriosq y @sinazucar.org en la red social Instagram. En segundo lugar, se realizaron tres entrevistas en profundidad, realizadas a Patricia Palenzuela Ramos, Psicóloga Sanitaria y experta en Psiconutrición, y a Berta Pinto, Dietista-Nutricionista y Doctora en Ciencias Médicas, ambas profesionales especializadas en problemas de conducta alimentaria. En tercer lugar, se realizó una entrevista a Nieves Santolario, psicóloga de la entidad Alabente, asociación de Anorexia y Bulimia en Tenerife. Por último, llevaremos a cabo la difusión del cuestionario ORTO-15, utilizado para medir la tendencia de la ON (Ortorexia Nerviosa).

Tal y como lo explican Carmen Saiavil y Silvia Ribot (2007) en su estudio *Implicaciones conceptuales y metodológicas en la aplicación de la entrevista en profundidad*, la entrevista en profundidad es “una técnica para recopilar información sobre conocimientos, creencias, rituales, de una persona o sobre la vida de una sociedad, su cultura”. Con ella se pretende acceder a información en profundidad sobre un hecho en concreto, en este caso, el desarrollo de un TCA como consecuencia del consumo de redes sociales.

Un análisis de contenido es “un método para estudiar y analizar las comunicaciones de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación” (López-Noguero, 2002, p.167). Como se detalla al comienzo, llevaremos a cabo un análisis de contenido para conocer el tipo de información que difunden ambos *influencers* (@carlosriosq y @sinazucar.org) en su día a día, así como el *feedback* recibido por sus seguidores. Para ello, analizaremos durante veintidós días las publicaciones de ambos perfiles, así como su interacción con los usuarios que consumen su contenido. El análisis engloba las publicaciones registradas durante el periodo del 1 de abril al 22 de abril. Estas fechas fueron escogidas debido a que coinciden con el periodo de vacaciones de Semana Santa (desde el 2 de abril hasta el 9 de abril). Lo que motivó a seleccionar esta fecha fue la controversia que existe en los periodos vacacionales por comer fuera de lo habitualmente calificado como “saludable”. Durante este periodo se multiplican las informaciones sobre cómo no excederse

en las reuniones familiares o entre amigos, para así “mantener la línea” durante todo el año. Intentando así influir en los hábitos de consumo de los usuarios.

Ambos perfiles fueron elegidos para su análisis debido a la repercusión que tienen en la actualidad los contenidos que producen. En marzo de 2023 el perfil del nutricionista @carlosriosq contaba con 1,6 millones de seguidores en Instagram, siendo el *influencer*, en España, con más seguidores en el ámbito de la alimentación. A través de su contenido, busca mejorar los hábitos de alimentación de la población, así como denunciar los productos ultraprocesados de las grandes multinacionales. En la misma fecha, el perfil de @sinazucarorg cuenta con 465 mil seguidores en Instagram. Por su parte, sus publicaciones buscan dar a conocer, a través de fotografías, la cantidad de azúcar que contienen los alimentos que son consumidos diariamente.

La ejecución de este análisis nos ayudará a obtener información, a modo de conclusión, sobre el papel que juegan los creadores de contenido en el posterior desarrollo, por parte de su audiencia, de trastornos alimenticios. El análisis se mostrará por tablas, divididas cada una por los elementos que se analizarán: formato de publicación, interacción con los usuarios y *feedback* por parte de la audiencia. El análisis tendrá un doble enfoque: cuantitativo (número de publicaciones difundidas y número de interacciones) y cualitativo (temas tratados en cada publicación).

La encuesta, según el estudio *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*, es “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa” (Casas Anguita et al., 2003). En nuestro caso, llevaremos a cabo la difusión del cuestionario ORTO-15, creado a través de la plataforma “formularios” de Google. El formulario original fue formulado por Bratman, donde describe un test de diez preguntas para valorar el riesgo de la ON, basado únicamente en su experiencia clínica, por ello, fue modificado más tarde. El mismo no pretendía ser un test diagnóstico, sino de *screening* (Ayllón, 2021). Tal y como explica la Doctora Beatriz Ayllón en la revista digital de Medicina Psicosomática y Psicoterapia (2021):

“Este test se creó de forma informal sin pretender que fuera un instrumento de evaluación científico y no ha sido validado en un grupo de referencia”.

A pesar de ello, estas preguntas se incorporaron en el test final ORTO-15, utilizado como instrumento para diagnosticar la ortorexia nerviosa. Su adaptación al castellano tiene gran relevancia en nuestro país, pese a existir un único estudio de la prevalencia de este trastorno. En definitiva, el test final, propuesto por Donini (2005) consta de 15 preguntas de aplicación, que buscan descubrir la presencia de actitudes alimentarias anormales, las cuales se asocian a la ON. En él se combina el *Test para Diagnosticar la Ortorexia*, de Steven Bratman y el *Inventario Multifásico de Personalidad de Minnesota* (MMPI-2). Del primero se recogen diez preguntas para identificar los hábitos de consumo saludables de la dieta de los encuestados. Del segundo formulario se recogen cinco preguntas usadas por profesionales para identificar el perfil de personalidad y la detección de la psicopatología (Bonet, 2021).

La muestra será de conveniencia, dado que la encuesta se difundirá a través de redes sociales. Tamara Otzen y Carlos Manterola en su estudio *Técnicas de Muestreo sobre una Población de Estudio* (2017) describen la muestra de conveniencia como los datos que “permiten seleccionar aquellos datos accesibles que acepten ser incluidos”. Por ende, el formulario será de carácter exploratorio, ya que no podemos asegurar que las respuestas registradas se asemejen en su totalidad a la realidad.

A su vez, no se pedirá dejar registro de la información personal de las personas que respondan, conservando así su anonimato. El cuestionario se difundió en marzo de 2023 a través de la red social de Instagram y Twitter, y se cerró el día 16 de abril. Finalmente, se consiguió un total de 94 respuestas.

8. Resultados

8.1 Análisis de contenidos de los perfiles de @carlosriosq y @sinazucar.org¹

8.1.2 Publicaciones de @carlosriosq

Durante los veintidós días analizados durante el mes de abril de 2023 (del 1 al 22 de abril), el *influencer* @carlosriosq publicó un total de 9 publicaciones en su *feed* y 79 publicaciones en el formato Historias. La elección de los contenidos difundidos a través del formato Historias tuvo como principal objetivo seleccionar exclusivamente aquellas publicaciones que tuvieran relación con la línea de estudio. Por ende, se excluyen las fotografías de carácter personal (vida cotidiana del influencer). Cabe señalar que las fotografías difundidas a través de este formato son eliminadas de la aplicación tras 24 horas desde el momento en el que se publican.

Imagen 1: Biografía de la cuenta @carlosriosq



Fuente: Cuenta de Instagram de @carlosriosq.

¹ Tablas completas del análisis de contenido se encuentran en el Anexo 1

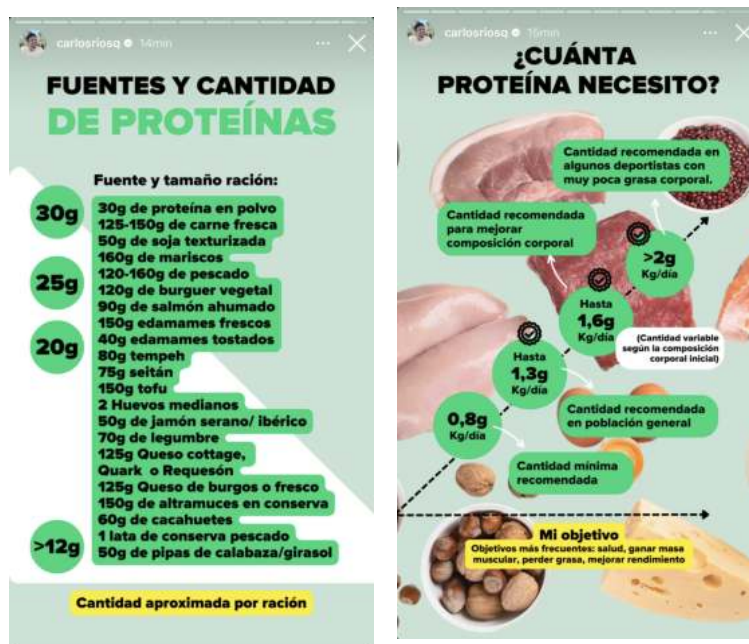
El perfil de Carlos Ríos cuenta con 1,6 millones de seguidores en Instagram, siendo uno de los perfiles con mayor repercusión a nivel nutricional dentro de la plataforma. El análisis de sus publicaciones se llevó a cabo de manera individual, a través de una tabla de contenidos, donde se han clasificado los contenidos según fecha de publicación y formato del mismo (Historias o *post* en el *feed*). Además, se ha desarrollado un análisis sobre el *feedback* que recoge cada publicación por parte de los usuarios (comentarios acerca de la información que se difunde, tanto negativos como positivos), además de recopilar los “Me gusta” que tiene cada contenido tras 24 horas desde su publicación, para así lograr saber el alcance que tiene la información difundida en un corto espacio de tiempo. Por último, se ha llevado a cabo una descripción del contenido informativo de cada publicación.

Debido a la longitud de los datos recabados tras el análisis, los resultados se muestran de manera genérica según la clasificación de la plantilla utilizada en el análisis:

- **Formato de la publicación**

El formato por excelencia que emplea @carlosriosq en su perfil son las infografías difundidas a través de Historias, ya que de las 79 Historias publicadas durante este tiempo, 39 (49, 37%) fueron en este formato. En este caso, el *influencer* escoge un tema en concreto, recaba información y datos, avalados por estudios científicos, y los publica de manera correlacional, para así expresar de manera más gráfica y visual la información.

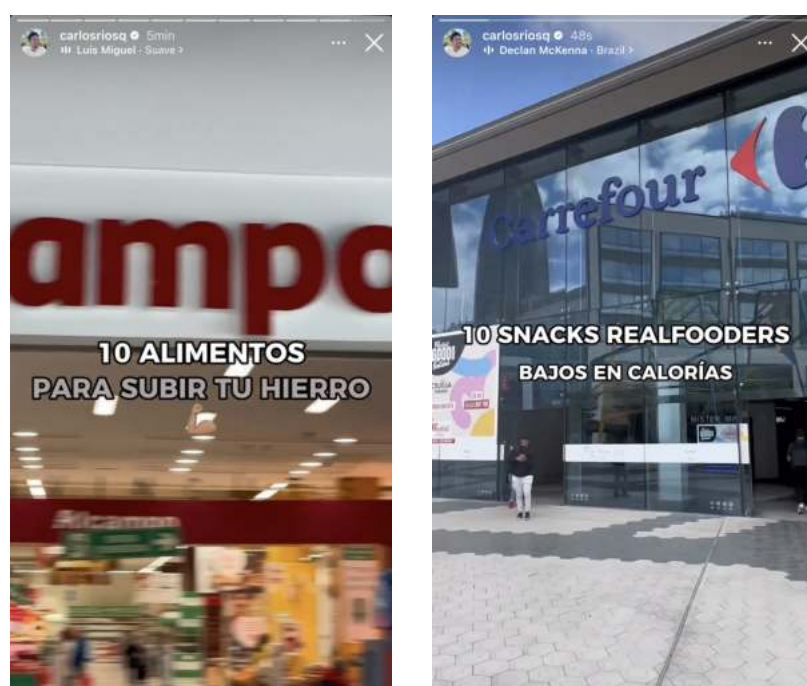
Imagen 2: Ejemplo de infografía difundida por el *influencer*



Fuente: Publicación en el perfil de @carlosriosq el día 1 de abril de 2023.

En segundo lugar, el 7, 59% de los contenidos publicados tienen que ver con videos donde el *influencer* acude a una cadena de supermercado y realiza un análisis sobre productos específicos. En este caso, lo más habitual es que lleve a cabo un “Top 10 alimentos para”, es decir, el nutricionista clasifica los productos en base a un tema en concreto, como puede ser la pérdida de grasa, bajada de colesterol, entre otros temas.

Imagen 3: Ejemplo de video clasificando alimentos en un supermercado



Fuente: Publicación en el perfil de @carlosriosq el día 20 de abril de 2023 a la izquierda y 19 de abril a la derecha.

Los contenidos difundidos a través de publicaciones en su *feed* se alejan de los contenidos de carácter didáctico que muestra a través del formato Historias, donde el *influencer* da información sobre alimentos o cuidados de salud. En este caso, de los 9 *post* que realizó Carlos Ríos durante el tiempo de análisis, 7 de ellos (77, 78%) contenían información sobre recetas. Los únicos dos *post* que se alejan de este contenido son los publicados el día 6 y 9 de abril. El primero contiene información sobre un sorteo de un aparato de cocina (airfryer). En segundo lugar, el día 9 de abril el *influencer* publicó un video en el que muestra, desde la perspectiva

de un microscopio, la apariencia de un Kinder Bueno. Además, examina y expone todos sus ingredientes, calificando la chocolatina desde su conocimiento como nutricionista.

Este tipo de publicación que realiza Carlos Ríos suele ser la que más controversia crea entre los consumidores de esta red social. Por ende, es la segunda publicación, en base a lo analizado en este periodo, con más me gustas (14.200 me gustas), así como la segunda con más comentarios (754 comentarios), siendo la primera el *post* donde sortea una airfryer.

Imagen 4: *Post* a vista de microscopio de un Kinder Bueno



Fuente: *Post* publicado en el perfil de @carlosriosq el 9 de abril de 2023.

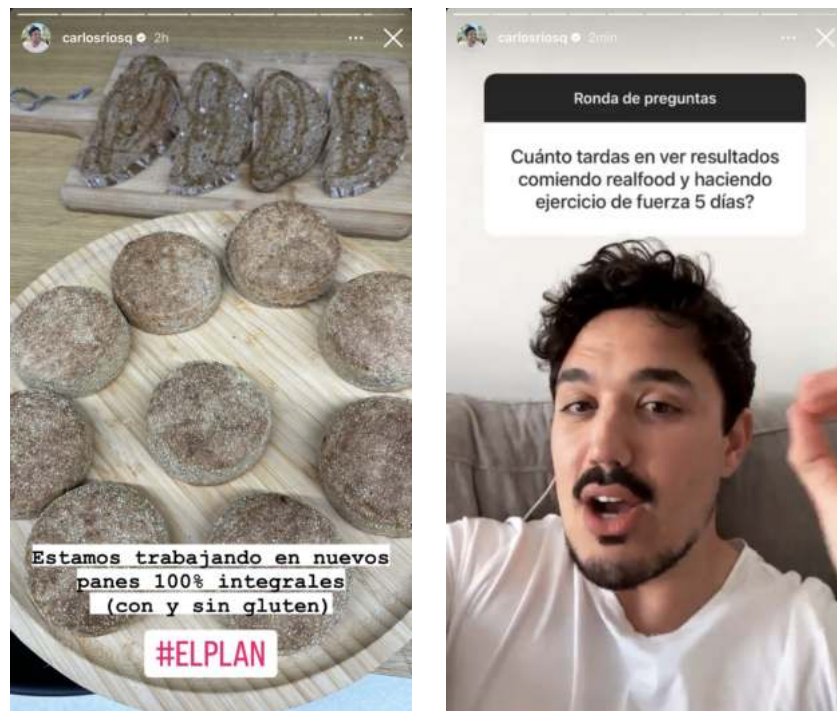
- **Contenido de la publicación y estilo del mensaje**

Carlos Ríos emplea diferentes tipos de estilos de mensaje a la hora de comunicarse a través de su perfil en Instagram, entre los que destacan el estilo didáctico y argumentativo. La elección del mismo depende de la intencionalidad del mensaje, así como de los contenidos que se pretenden transmitir. En general, el *influencer* se acoge más al contenido didáctico, aunque esto puede variar según el formato de la publicación.

En el total de contenido analizados (88 publicaciones, teniendo en cuenta “*Post*” e “*Historias*”), el 13, 64% tienen que ver con recetas, el 51, 14%, más de la mitad de los contenidos, son infografías o fotografías donde el *influencer* trata los beneficios o los inconvenientes de

consumir cierto tipo de alimentos. Por último, el 7, 95% son vídeos donde el nutricionista informa sobre el contenido de los alimentos, en este caso, acudiendo en primera persona a un supermercado en concreto. El resto de publicaciones, acorde al 27, 7% restante, tienen que ver con información relacionada con su propia marca de alimentación (*Realfooding*), o respuestas de diferentes preguntas que le realizan sus seguidores acerca de temas alimenticios.

Imagen 5: Ejemplo de imagen con información sobre la marca *Realfooding* a la izquierda. A la derecha, un ejemplo de imagen sobre preguntas realizadas por sus seguidores y que responde el *influencer*.



Fuente: Publicaciones en el perfil de @carlosriosq, a través de Historias, el día 22 y 10 de abril de 2023.

En cuanto a los contenidos que se difunden a través de las publicaciones, durante el tiempo que se analizó el perfil de Carlos Ríos hubo diferentes temas de interés. El consumo de alimentos ultraprocesados siempre toma mayor relevancia, ya que su principal mensaje es eliminar el consumo de estos alimentos de la dieta de las personas. Por ende, sus publicaciones giran en torno a este concepto.

Durante la Semana Santa (3 al 8 de abril), fecha elegida para el análisis debido a la controversia creada en torno a la alimentación en periodos vacacionales, el *influencer* publicó diferentes

informaciones acerca del consumo del 10% (porcentaje que él mismo declara como único porcentaje de consumo de alimentos ultraprocesados). En este caso, dedicó un total de ocho publicaciones en el formato Historias para hablar sobre este hecho, donde finaliza hablando sobre “Cuántas torrijas consumir” en esta semana, siendo este un alimento tradicional durante la Semana Santa.

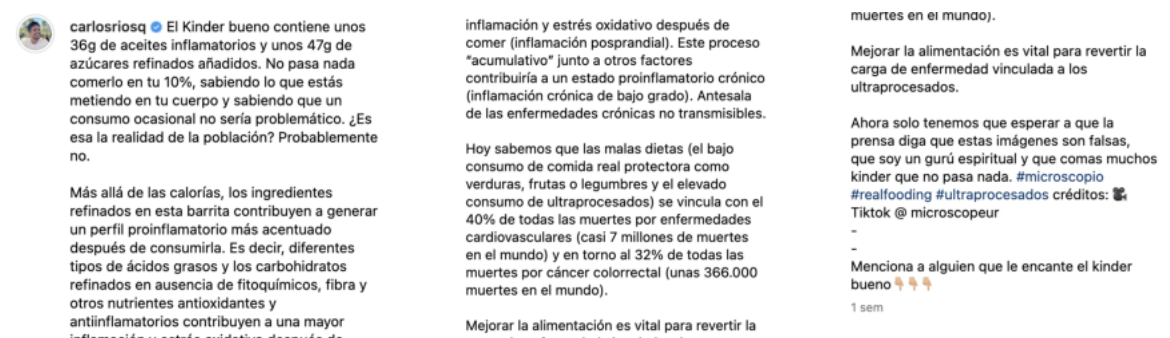
Imagen 6: Ejemplo de publicación sobre el 10% de consumo de ultraprocesados



Fuente: Publicaciones en el perfil de @carlosriosq, a través del formato Historias, el día 2 de abril de 2023.

Dos de los nueve *post* analizados se dirigen a la temática de los ultraprocesados. En primer lugar, el *post* publicado el 9 de abril acerca de los contenidos del Kinder Bueno. En él, el *influencer* dedica un texto amplio para hablar sobre los inconvenientes de comer este tipo de alimentos ultraprocesados.

Imagen 6: Texto incluido en el *post* dirigido a la vista de microscopio de un Kinder Bueno



Fuente: Publicación en el perfil de @carlosriosq el 9 de abril de 2023

El segundo *post* dirigido a los ultraprocesados fue publicado el 15 de abril de 2023, donde, en colaboración con su cuenta @realfoodingkids, enfocada en la alimentación infantil, publica un video sobre “4 ideas de *snacks* realfooders”. En él, habla sobre cómo imitar aquellos productos ultraprocesados, que suelen estar dirigidos al público infantil, de manera saludable.

En cuanto a la información difundida a través de Historias, el influencer hace mayor hincapié en el consumo de ultraprocesados. Por ende, casi el 100% de la información que se difunde a través de este formato tiene que ver con el consumo de ultraprocesados:

- El día 2 de abril publicó 8 fotografías acerca del 10% permitido al consumo de ultraprocesados.
- El día 4 de abril difunde 2 infografías donde se habla de las consecuencias de padecer cáncer tras el consumo excesivo de ultraprocesados.
- El 10 de abril dedica el total de su contenido a hablar sobre la inflamación que se produce en el organismo tras consumir cualquier alimento ultraprocesado.
- Este tema adquiere gran importancia para el nutricionista, ya que dedica otro día, el 11 de abril, a seguir difundiendo información sobre la inflamación.
- El día 19 de abril publicó información sobre el colesterol. En esta línea, publicó una captura de pantalla desde su aplicación *MyRealfooding*, sobre los beneficios del Danacol, bebida láctea recomendada para reducir el porcentaje de colesterol.

En este contexto, el influencer destina casi el total de su contenido a hablar sobre los problemas que genera el consumo de ultraprocesados en la salud de las personas.

- **Feedback**

Con el objetivo de adquirir información sobre el alcance de los contenidos difundidos a través del perfil de @carlosriosq, se han analizado los “Me gusta” y “Comentarios” obtenidos en cada uno de los *post* realizados en el periodo estudiado (1 al 22 de abril de 2023). Cabe recordar que los datos mostrados no tienen porqué coincidir con los datos en la actualidad, ya que se decidió reflejar el *feedback* recogido tras 24 horas de la publicación del *post*. A continuación se muestran las publicaciones estudiadas:

- Publicación 1 (<https://www.instagram.com/p/CqivwB9AghE/?hl=es>). Cuenta con 7.021 me gusta y 53 comentarios. Publicada el día 3 de abril de 2023.
- Publicación 2 (<https://www.instagram.com/p/CqoAS2uA9Ok/?hl=es>). Cuenta con 4.140 me gusta y 48 comentarios. Publicada el día 4 de abril de 2023.
- Publicación 3 (<https://www.instagram.com/p/CqtG7rbg7u5/?hl=es>). Cuenta con 11.309 me gusta y 2743 comentarios. Publicada el día 6 de abril de 2023.
- Publicación 4 (<https://www.instagram.com/p/Cq0DCGUAMTX/?hl=es>). Cuenta con 14.200 me gusta y 754 comentarios. Publicada el día 9 de abril de 2023.
- Publicación 5 (<https://www.instagram.com/p/CqtG7rbg7u5/?hl=es>). Cuenta con 6.550 me gusta y 353 comentarios. Publicada el día 11 de abril de 2023.
- Publicación 6 (https://www.instagram.com/p/Cq_I2jeMNYx/?hl=es). Cuenta con 17.909 me gusta y 153 comentarios. Publicada el día 13 de abril de 2023.
- Publicación 7 (<https://www.instagram.com/p/CrDLxK-gHAr/?hl=es>). Cuenta con 10.000 me gusta y 102 comentarios. Publicada el día 13 de abril de 2023.
- Publicación 8 (https://www.instagram.com/p/CrL_KcwgTZA/?hl=es). Cuenta con 3.853 me gusta y 49 comentarios. Publicada el día 18 de abril de 2023.
- Publicación 9 (<https://www.instagram.com/p/CrRNAnggdiG/?hl=es>). Cuenta con 4.487 me gusta y 30 comentarios.

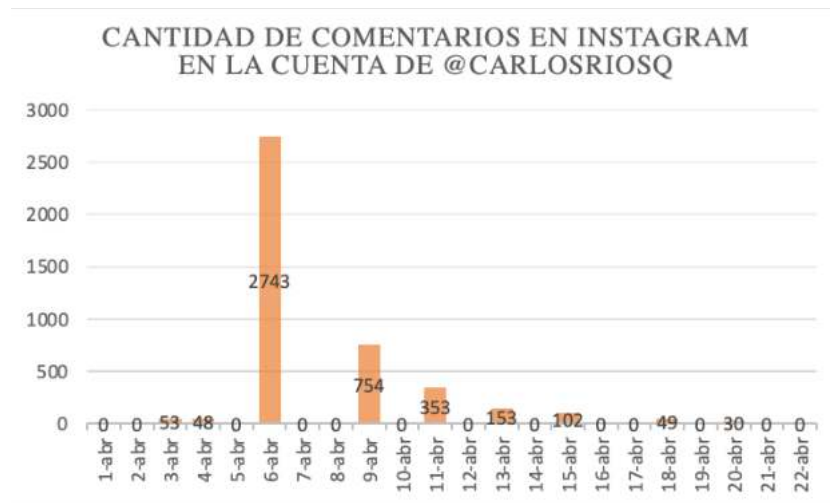
Se observa que las publicaciones que consiguen mayor interacción por parte del público son aquellas que contienen sorteos de productos (*post* publicado el 6 de abril), donde existe debate sobre un alimento (*post* publicado el 9 de abril) y aquellas que se realizan en colaboración con otro perfil del nutricionista (*post* publicado el 13 de abril).

Gráfico 1: Cantidad de *likes* en Instagram en la cuenta de de @carlosriosq



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2: Cantidad de comentarios en Instagram en la cuenta de de @carlosriosq



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los comentarios que se recogen en las publicaciones, existe cierta paridad entre el carácter de las ideas que se reflejan. La cuenta de @carlosriosq recoge gran cantidad de comentarios negativos, debido a la poca neutralidad de su mensaje sobre el consumo de alimentos ultraprocesados. Por ende, los comentarios que más se reiteran en sus publicaciones, provienen de usuarios que muestran su disconformidad sobre la manera de ver la alimentación por parte del nutricionista. Pese a ello, sí existen publicaciones que únicamente muestran comentarios positivos, alentando al influencer a seguir en la misma línea de contenidos.

Imagen 8: Ejemplo de comentario negativo, a la izquierda, y comentario positivo, a la derecha, en el *post* del influencer sobre “7 comidas para la pérdida de grasa”



Fuente: Comentarios reflejados en el *post* publicado en el perfil de @carlosriosq el día 13 de abril de 2023.

Entre todas las publicaciones analizadas, exceptuando la publicación de un sorteo (6 de abril) donde se pedía a los usuarios comentar el *post* para poder participar, el *post* publicado el día 9 de abril, donde el influencer realiza una visión a partir de un microscopio de un Kinder Bueno, es el *post* con mayor cantidad de comentarios. Esto se debe al estilo de mensaje, donde se incita al debate y exposición de ideas por parte de los usuarios. Por ello, se puede ver como existen diferentes tipos de comentarios dentro de la publicación, con un mayor porcentaje de comentarios negativos.

Imagen 9: Ejemplo de comentarios negativos en el *post* del influencer sobre el Kinder Bueno



Fuente: Comentarios reflejados en el *post* publicado en la cuenta de **@carlolsriosq** el día 9 de abril.

8.1.3 Publicaciones de @sinazucar.org

Tras el análisis de la cuenta de @sinazucar.org durante el periodo establecido, el *influencer* publicó un total de una única publicación, tras casi un mes desde su último *post*. Así, el análisis de este perfil queda escaso de información, limitando su estudio a una única publicación, al contrario que el análisis del perfil de @carlosriosq, donde existe mayor actividad en cuanto a difusión de contenidos.

Imagen 10: Biografía de la cuenta @sinazucar.org



Fuente: Cuenta de Instagram de @sinazucar.org.

El perfil de @sinazucar.org cuenta con 465 mil seguidores. Pese a no existir actividad reciente durante el periodo estudiado, el perfil de Antonio Rodríguez cuenta con 620 publicaciones, las cuales reflejan una media de 60 comentarios. Para su estudio se llevó a cabo la misma estrategia que con el perfil de @carlosriosq, se visionó la cantidad de interacción que recogió el *post* tras 24 horas desde su publicación. A continuación se mostrarán los resultados obtenidos, según la plantilla de análisis utilizada:

- **Formato de la publicación**

En el caso de @sinazucar.org, el formato por excelencia, debido a su profesión, es la difusión de información a través de *post* con imágenes. Antonio Rodríguez es fotógrafo, por ende, la mayoría de sus publicaciones son en relación a la fotografía. En ellas, muestra una comparación

entre el alimento y el porcentaje de azúcar que éste contiene. Sin embargo, el *post* publicado durante el periodo de estudio trata de un gráfico que compara la miel natural, sin refinar, y la miel que se vende a través de los supermercados.

Imagen 11: Post publicado en la cuenta de @sinazucar.org



Fuente: *Post* publicado en la cuenta de @sinazucar.org el día 18 de abril de 2023.

- **Contenido de la publicación y estilo del mensaje**

Las publicaciones de este perfil carecen de información por parte del *influencer*, ya que sus *post* no reflejan texto, además, el contenido de los mismos suele ser descriptivo, sin agregar ningún tipo de información adicional a lo que se muestra en la imagen.

Imagen 12: Ejemplo de post publicado en la cuenta de @sinazucar.org



Fuente: *Post* publicado en la cuenta de @sinazucar.org el día 19 de marzo de 2023.

Por tanto, la publicación analizada carece de información, ya que el único mensaje que lanza Rodríguez, además de la escueta descripción de los gráficos insertada en la imagen, es el siguiente: “Algunas personas creen que la miel sin refinar contiene menos azúcar”.

- **Feedback**

Pese a carecer de información, el *post* cuenta con un volumen amplio de interacción con los usuarios (3398 me gusta y 193 comentarios). Entre los comentarios se puede observar varias opiniones. Entre ellas, varios perfiles muestran su disconformidad ante la escasa información que ofrece el *influencer* acerca del tema expuesto. Por otro lado, diferentes usuarios afirman lo expuesto en la publicación y se unen a la idea de que la miel que se vende en los supermercados contiene grandes cantidades de azúcar. A pesar de que existen comentarios en ambos extremos (comentarios negativos y comentarios positivos), los usuarios que muestran su rechazo a este tipo de contenidos e informan al influencer sobre la carencia de calidad de sus publicaciones en los últimos meses, es mayor. Por tanto, existe mayor porcentaje de comentarios negativos que positivos.

Imagen 13: Ejemplo de comentarios negativos en la publicación de @sinazucar.org



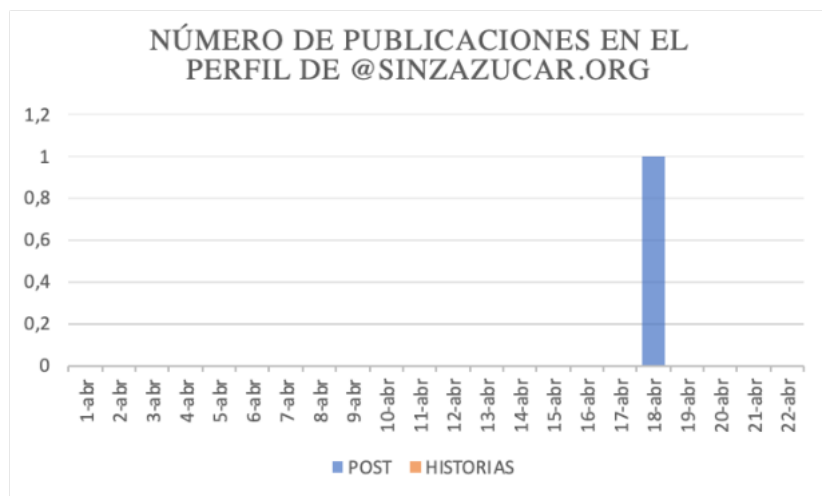
Fuente: Post publicado en la cuenta de @sinazucar.org el día 18 de abril de 2023.

Gráfico 3: Número de publicaciones en el perfil de @carlosriosq



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4: Número de publicaciones en el perfil de @sinzazucar.org



Fuente: Elaboración propia.

8.2 Entrevistas en profundidad

8.2.1 Entrevista Berta Pinto²

Berta Pinto Robayna es dietista y doctora en Ciencias Médicas, especializada en Trastornos Alimentarios (TCA) y Nutrición Oncológica. Además, imparte clases en el Grado de Nutrición en la Universidad Alfonso X El Sabio. Trabaja bajo el lema “Aliméntate, aprende a comer *saludablemente*”, basado en identificar por qué el paciente come de una determinada manera, sin dejar atrás la parte emocional del proceso, para conseguir implementar unos hábitos de consumo correctos, alejados de “dietas milagro, abocadas al fracaso”.

Cada vez son más las personas que acuden a un profesional para dar solución a insatisfacciones corporales, así como para aprender cuál es el camino correcto para lograr una relación sana con la alimentación. Berta explica que se incrementan los pacientes que llegan a consulta con sintomatología asociada a trastornos alimentarios, “pero que no atienden a esa clasificación que tradicionalmente hacemos de los trastornos alimentarios en sí”.

Con el paso de los años, con mayor hincapié tras el paso de la pandemia en 2020, el auge de trastornos como la ortorexia nerviosa, según la doctora, ha aumentado, “y a edades cada vez más tempranas, lo que es aún más preocupante”, explica. Tras el periodo en el que tuvimos que erradicar nuestra vida cotidiana, hubo un cambio notorio en el modo de ver y hacer las cosas. Pinto relata que, esta situación supuso un problema para muchas personas, “el tema de que no hubiese actividad física y que hubiese acceso 100% a las redes sociales, provocó que la gente muy joven consumiese cuentas de comida saludable, de ejercicio físico en casa, y empezase a preocuparse por cosas que quizá no debían preocuparse para la edad que tenían”.

El miedo azotó la puerta de la mayoría de la población, sin atender a edades o sexos. Cuidarse, a nivel de salud, pasó a ser una prioridad. Berta relata que, en consulta, son los propios pacientes los que explican que tras este periodo “se activaron conductas que antes no tenían”. Cuenta el caso de una paciente que comenzó a tratar hace tres años: “Ella misma lo decía, que su TCA, previamente diagnosticado por psiquiatría en el Hospital Universitario de Canarias, había comenzado por el consumo de redes sociales en la pandemia”.

² La entrevista completa con Berta Pinto se encuentra en el Anexo 2

Pero, ¿cómo comienzan las obsesiones con la imagen corporal? Según el punto de vista de la Nutricionista, desde que comienza una preocupación por las calorías que se ingiere, ya existe una obsesión, alejada por completo de la preocupación por cuidar la salud: “Nunca he trabajado con los pacientes de esa forma, en cuanto a medir calorías, pesar alimentos, etc. Para mi gusto, es incluso patológico. Si es verdad que debemos velar por nuestra salud, pero hay formas y formas”, expone Pinto.

Con sus pacientes intenta que vean la alimentación de una forma más global, donde la preocupación recaiga realmente en su salud, “no en la ingesta de alimentos *realfooding* o ‘saludables’, su salud es mucho más”, detalla. Para ello, Pinto lleva a cabo una educación nutricional más abierta, donde, a pesar de incluir todos los nutrientes necesarios, el paciente sienta que no pasa nada, dándole así la seguridad de que eso es lo que les va a ayudar.

En este contexto, las redes sociales generan un impacto, en la mayoría de los casos negativo, en la población que consume contenidos en la red. Para la Nutricionista, las redes sociales sí son un problema para los pacientes con tendencia a desarrollar un TCA: “En muchas ocasiones yo no les voy a prohibir consumir redes, pero si es verdad que en el primer día de consulta, en la historia clínica, me encargo de preguntarles a quién siguen en cuanto a nutricionistas o perfiles relacionados. Así puedo hacerme una idea del pensamiento que tienen acerca de la alimentación y la nutrición”.

Ella misma explica que existe una línea muy fina entre divulgar información que pueda beneficiar la salud individual de cada persona y crear obsesiones, ya que “no se tiene en cuenta a las personas que padecen ese tipo de trastornos, o que son proclives a padecerlos”. Califica como “una pena” el aumento de cuentas que ejercen una influencia real sobre la población, difundiendo información sobre contenidos donde entra en juego la salud de las personas.

Entre los *influencers* con mayor impacto en España, con relación a la alimentación, se encuentra Carlos Ríos, Nutricionista. Para Pinto, es un compañero de profesión más, que, en su opinión, “empezó divulgando acerca de la nutrición de una forma muy efectiva para la población. Creo que ayudó en su momento a crear conciencia acerca de la importancia de la alimentación en nuestro país, lo cual estuvo muy bien. Después fue evolucionando a lo que es ahora”. El *influencer* ha sido señalado en varias ocasiones por difundir información con tendencia a que una persona llegue a obsesionarse con la alimentación y, por ende, desarrollar

un TCA. Berta, desde su experiencia en consulta, detalla que han sido varios los pacientes que han comenzado sus TCA tras comenzar a seguir el mensaje del *influencer*, donde se detalla que hay que excluir los ultraprocesados y sustituirlos por “comida real”. Sin embargo, la profesional puntualiza que “no puedo culpar a Carlos Ríos de que provoque Trastornos de la Conducta Alimentaria, porque no lo sé, pero sí es verdad que sé que está calando muchísimo en la gente y hay que tener mucho cuidado”.

Con el auge de las redes sociales, son muchos los jóvenes que consultan antes Internet que una consulta médica. Muchas veces, el factor económico cumple un papel fundamental en este hecho, ya que lo que se consume en redes sociales, económicamente hablando, no supone ningún gasto para la persona. En la consulta de Berta, cada vez son más los pacientes que, antes de acudir a consulta, han intentado solucionar su insatisfacción corporal con dietas de internet o con personas que ni siquiera son nutricionistas.

“Yo creo que engancha mucho el lema de ‘a mí me ha funcionado’, ‘mira como estoy, a ti te va a funcionar también’, sin tener en cuenta a todas las personas diversas y maravillosas que hay detrás de esa pantalla. A la gente le gusta saber que la otra persona lo ha hecho y le ha funcionado”, relata la nutricionista. El consumo de redes sociales, sin tener conocimiento de todos los factores desencadenantes que puede tener la ortorexia nerviosa, puede ser el mayor factor para desarrollar la OR. Según lo que la doctora ve en consulta, “el consumo de redes es lo que está haciendo que las personas, sobre todo los jóvenes, sean cada vez más exigentes con la comida saludable y el ejercicio físico. Por lo que, en mi humilde opinión, creo que las redes no son el principal desencadenante, sino el mayor”.

Sin embargo, el problema no radica exclusivamente en las redes sociales, son varios los factores que hacen que una persona pueda desarrollar un TCA. El concepto de gordofobia y pesocentrismo ha calado en la sociedad, hasta llegar a las consultas médicas. Sobre ello, Pinto explica que, como profesionales de la psicología y de la nutrición, se debe hacer un ejercicio de educación conceptual acerca del peso. “Históricamente todos los progresos en la consulta de la nutrición se han medido a partir del peso, y los profesionales nos hemos dado cuenta de que el peso es el menor indicador”, detalla. Sin embargo, guarda esperanza en las nuevas generaciones de sanitarios, ya que, para ella, están cada vez más concienciados de que el peso no mide la salud de los pacientes. Queda un largo camino por recorrer, pero, tal y como ella explica: “Confío en que se acabe, creo que ya estamos en la dirección correcta”.

8.2.2 Entrevista Patricia Palenzuela³

Patricia Palenzuela Ramos es Psicóloga Sanitaria y experta en psiconutrición, con más de quince años de experiencia en el sector. Durante su trayectoria, ha desempeñado funciones tanto en el área Clínica como en Recursos Humanos, lo que le otorgó una visión más extendida sobre los procesos humanos, tanto a nivel individual como grupal. Desde el año 2017 trabaja por cuenta propia como psicóloga experta en psiconutrición, ayudando a pacientes de TCA desde el enfoque de la “no dieta”.

En su consulta predominan los casos de TCA restrictivos, tales como la anorexia y el trastorno por atracón. Sin embargo, explica que “los TCA van mutando, es decir, empieza por un trastorno y termina en otro”. Por tanto, la persona que llega con un trastorno por atracón, normalmente ha empezado con una anorexia, ha mutado a bulimia y ahora está pasando por un trastorno por atracón. En cuanto a la OR (Ortorexia Nerviosa), la Psiconutricionista explica que este trastorno está conectado con los anteriormente nombrados, ya que, según defiende, “un TCA es multifactorial, depende de muchos hechos, pero, uno de los principales pensamientos que lo originan es “me estoy dando cuenta que como de una determinada forma y quiero mejorar mi alimentación”.

Es aquí cuando comienza la odiosa lucha de cruzar o no la fina línea que separa buscar una correcta relación con la comida y una obsesión con la alimentación. La psicopatía por contabilizar calorías comienza cuando la meta es “comer 1000 kilocalorías diarias, porque es lo que debo comer para no engordar”. Contar calorías es una restricción, no es una conducta adaptativa ni funcional. Desde el primer momento en el que se empieza hacer esta práctica es perjudicial para la salud, así lo aclara Palenzuela: “Es como si tú me dijese que debo contar los pasos para vivir de manera sana. No, yo camino cada día dependiendo de los planes que tenga. Es la intención detrás de la acción: ¿Para qué lo haces? Para controlar tu cuerpo. Ahí deja de ser adaptativo y funcional”.

Tal y como explica la profesional, padecer un TCA depende de varios factores, siendo uno de los más complicados de controlar el factor social, con mayor ímpetu sobre el canon de belleza asociado a la delgadez. Unimos con total inconsciencia la delgadez a la salud, a logro, a destacar dentro de nuestro grupo social. “Un factor social que para mí, sobre todo y ante todo,

³ La entrevista completa con Patricia Palenzuela se encuentra en el Anexo 3

influye, es esta sociedad pesocentrista y gordofóbica, donde se asocia la delgadez a la salud y a sentirse reconocido dentro de la sociedad”, detalla Palenzuela.

Este fenómeno surge tras la influencia de diversos factores. Tal y como explica Palenzuela, desde la historia familiar de una persona, donde, en la mayoría de casos, las mujeres, sufren una violencia estética la cual se ha normalizado, donde su valía como persona radica en la forma y tamaño de su cuerpo. “Por supervivencia queremos ser aceptados, y la supervivencia va de manadas. Entonces, si a mí se me está diciendo que, según la forma y tamaño de mi cuerpo, yo voy a ser desplazada y se van a burlar de mí...entonces yo voy a intentar cumplir con ese canon estético”, finaliza.

Sin embargo, no todo queda en el entorno familiar. Como ya adelantaba Patricia, son varios los hechos que han creado este pensamiento pesocentrista y gordofóbico. Dentro del entorno sanitario también hay cosas que corregir: “La paciente más pequeña que tengo tiene once años. Esta persona tiene un cuerpo no normativo, pese a que en su casa se come, como comúnmente se dice, de manera saludable. Pero su pediatra le dice que tiene que bajar de peso, y que tiene que bajar la barriga”, comienza explicando Patricia, “y si a mí una persona a la que yo considero con una sapiencia me está diciendo que mi barriga no es adecuada, será que la tengo que cambiar”, sentencia.

El acceso a todo tipo de información en internet, junto al reflejo de vidas perfectas asociadas a la delgadez, hace que, con total probabilidad, cualquier persona que pueda acceder a esta ventana de información piense en que quiere tener esa vida. “Esto ocurre sobre todo en la edad adolescente, donde son muy vulnerables, ya que están formando su identidad. Si yo pienso que esa persona vive una vida que yo quiero para mí, la voy a simular, a repetir, copiar. Y para ello, voy a hacer todo lo que creo que debo hacer”, explica la profesional.

En este contexto, cabe destacar que las redes sociales son un mar de información donde, una persona que esté constantemente con el móvil, puede acceder de manera continuada a determinados volúmenes de información. Palenzuela detalla que, “donde se consigue información es a través de San Google o las redes sociales. Con la OR, y con cualquier TCA, la primera información es siempre a través de las redes sociales”. Cuanto más tiempo se dedique a las redes sociales, más influenciable se será. Tal y como define Palenzuela: “Si esa información me dice que para ser valorado, querido y reconocido, tengo que cumplir con una

serie de características corporales, yo voy a empezar hacer una serie de actividades para controlar mi cuerpo: desde restricción, obsesión, sobreejercicio, conductas de *body checking*, etc”.

El consumo de información de carácter nutricional en las redes sociales ha aumentado exponencialmente en estos últimos años. Una de las caras visibles en España, con mayor repercusión, es Carlos Ríos, nutricionista e *influencer* en la red social Instagram. Para Patricia, la base con la que nace el proyecto de Ríos, el realfooding, estaba bien, “el problema es que el ser humano tiende a polarizar: bien-mal, todo-nada, nunca-siempre. Al ser humano le cuesta mucho vivir en el medio. Si tú, que tienes una voz y un contenido que llega a mucha gente, dices que eso es malo...mucha gente lo va a tomar a rajatabla”.

Desde el instante en que tu voz comienza a tener repercusión en la población, hay que tener cuidado en qué se dice: “Al final me lo está diciendo Carlos Ríos, nutricionista formado en la materia, y me dice que comer ultraprocesados es malo porque eso es veneno y eso me puede matar. Yo como espectador pienso que quiero vivir lo máximo posible, entonces, empiezo poco a poco la tendencia a polarizar. Por tanto, el mensaje acaba creando obsesiones y la persona se va a involucrar cada vez más, creando un problema con la alimentación”, detalla Palenzuela.

Sin embargo, esto no quiere decir que no existan *influencers* que usen su voz de manera correcta a través de las redes sociales. Pese a ello, priman más los creadores de contenido que no piensan en las repercusiones que pueden tener sus palabras. Según Palenzuela, “desde que empezó toda esta información sobre la ‘comida real’, salió en auge toda la información relacionada con la OR”. Existe la necesidad de regular los contenidos a los que acceden las personas, pero no desde la prohibición, sino por regulación por edades o contenidos.

“Podría decir que el 98% de las personas que acude a mi consulta se informa en las redes sociales antes de venir aquí. En un rango de edad entre once, que es la persona de menor edad que tengo, hasta los cuarenta años, todas se informan en las redes sociales”, explica Palenzuela. La credibilidad asociada a la influencia que ejercen las redes sociales en los ciudadanos hace que los sanitarios queden en un segundo plano. Patricia explica que es cuando la situación se complica, cuando acuden a un profesional. Sin embargo, previamente intentan buscar solución en internet o en las redes sociales. En este sentido, puntualiza que, “cuando comienza el pensamiento de querer mejorar la alimentación, acuden a internet antes que a una consulta

sanitaria y es aquí cuando empiezan con San Google, Instagram, y todo un periplo de conductas alimentarias de riesgo”.

Cuando deciden acudir a terapia, tras ver fallido el intento de “curar” su insatisfacción corporal a través de internet, Palenzuela, en su caso, no prohíbe que sus pacientes miren contenidos en las redes. “Normalmente prohibir no genera resultados adecuados. Hay que psicoeducar, dar información. Así es como ellas, ya que la mayoría de las pacientes son mujeres, las que se dan cuenta y comienzan a dejar de seguir a perfiles”, explica Palenzuela desde su experiencia en consulta.

En definitiva, son diferentes los factores que hacen necesaria una regulación de los contenidos difundidos en las redes sociales. No nacemos odiando nuestro cuerpo. Se trata de un aprendizaje, donde participan diferentes factores ajenos a nuestro control. La información es poder. Vivimos en el siglo XXI, por ende, la cultura de las dietas no debería existir. Tal y como puntualiza Palenzuela, “no son sostenibles en el tiempo, y esta información hay que darla”.

8.2.3 Entrevista Nieves Santolaria⁴

Alabente es una Asociación para la Liberación de la Anorexia y Bulimia. Nace en 1995 como una entidad sin ánimo de lucro. Desde el año 2001 funciona como Centro de Día, siendo así la primera Asociación Española con Comedor Terapéutico especializado en TCA. Cuentan con un amplio equipo de profesionales, desde psicólogos, dietistas-nutricionales hasta trabajadores sociales. Nieves Santolaria es la psicóloga de la entidad, tras 23 años trabajando en Alabente, muestra su visión y lucha constante en contra de los Trastornos de la Conducta Alimentaria, favoreciendo la concienciación social y la comunicación para conseguir cambios en la sociedad.

Según cuenta Santolaria, “ha habido un aumento de los casos de ortorexia” dentro del centro, además de mujeres de entre 40-45 años que padecen trastornos por atracón. Ella asocia el factor psicológico y biológico como hecho primordial a la hora de desarrollar un TCA. Sin embargo, explica que el factor social tiene mayor peso: “de hecho, en las sociedades que no son capitalistas y no están desarrolladas y, por ende, no tienen un acceso a ciertos alimentos, estos trastornos no existen”, puntualiza.

Las obsesiones a raíz de una preocupación excesiva por los alimentos que se consumen llegan a ser un problema para muchas personas, siendo este un factor de riesgo para el inicio de un Trastorno de la Conducta Alimentaria. Santolaria explica el caso de una chica que, tras obsesionarse por comer productos “limpios y ecológicos”, se limitó a comer zanahorias de una huerta: “Finalmente, decidió dejar de comer zanahorias porque había una carretera que pasaba a dos kilómetros y comenzó a tener la duda de que si esas zanahorias podían estar contaminadas por los gases que expulsan los coches”, explica.

Desde que un control excesivo por la alimentación no te permite desarrollar con normalidad tu vida cotidiana, deja de ser funcional y, por tanto, comienza a ser perjudicial para la salud. En esta línea, la psicóloga explica que, “todo es patológico en el momento en el que no te permite vivir tu día a día, porque dejas de ir a un restaurante que te gusta, dejas de compartir con tu familia, con amigos, porque si ves un bocadillo y no eres capaz de pesar y medir todos los ingredientes que tiene, para poder hacer un cálculo calórico, no lo consumes, etc. Una cosa es que quieras saber la energía que consumes y otra cosa es que lo tengas que controlar hasta tal

⁴ La entrevista completa con Nieves Santolaria se encuentra en el Anexo 4

punto que dejas de vivir. ”

Las redes sociales, según la experiencia de la psicóloga, y con mayor ímpetu tras el paso de la pandemia provocada por el Covid-19, influyen y “aumentan una barbaridad los casos de TCA”. Y así lo vivieron desde Alabente, donde, tras la finalización de la etapa de confinamiento, tuvieron que cerrar la agenda de citas, “nos llamaban y no teníamos citas hasta seis meses”, cuenta la psicóloga. En esta época se llegaron a triplicar los casos de TCA, de hecho, uno de los problemas de salud que más aumentó durante el Covid-19 fueron los trastornos de la conducta alimentaria. En este contexto, la psicóloga detalla que durante esos meses, la gente joven pasó de estar dos horas expuestos a las redes sociales a estar más de ocho.

“En esos meses mucha gente engordó, porque comíamos más de lo que necesitábamos, y teníamos más tiempo para cocinar. Otro porcentaje adelgazó, porque dedicó su tiempo a cuidarse y a seguir en redes sociales a nutricionistas, etc. Finalmente, muchos de ellos enfermaron, porque esa situación llegó a ser obsesiva y perdieron por completo el poder sobre su salud”, explica la psicóloga.

Muchas veces la obsesión por llevar una correcta alimentación se esconde tras la comparación. La difusión de estilos de vida a partir de perfiles de *influencers* en las redes sociales ha potenciado este hecho. Sobre ello, Santolaria, explica que “algunas cosas que pueden decir esos *influencers* están bien, y son buenas, pero otras no. Y esa información es muy peligrosa, cuando alguien por un lado me está aportando cosas positivas pero, por otro, me está alentando sobre una conducta que puede ser de riesgo, es una situación que puede confundir a una persona que no tiene conocimiento y está intentando buscar ayuda en alguien”.

En este contexto, en Alabente han recibido a pacientes que, desde la frustración, cuentan cómo han podido ver a través de redes sociales a personas que cuentan su experiencia con un TCA. “Ven como otra persona cuenta que le ha sido fácil salir de la enfermedad, y que a ellos le ocurre todo lo contrario. Y yo les digo que tengan cuidado. Quizás a una persona le fue fácil pero no todos somos iguales”, concluye Santolaria. La regulación de los contenidos que se muestran en redes sociales es un hecho necesario para poder disminuir el porcentaje de personas que desarrollan problemas de salud mental tras la visualización de ciertos contenidos. Santolaria puntualiza que “la mayoría de las veces no es cierto lo que se difunde, incluso, la

gran mayoría no son ni profesionales los que difunden esa información, son personas que han tenido una buena experiencia con algo, que son atractivas, que tienen carisma, pero luego lo que están expresando no genera beneficio alguno para la salud de las personas”.

Cada vez son más los pacientes que llegan a la asociación tras utilizar Internet para buscar información. “Hay mucha gente que utiliza las redes sociales para coger, como yo lo llamo, el doctor Google, para ver qué le pasa”, relata Santolaria. En este contexto, la psicóloga habla de las páginas Pro Ana y Pro Mía. Se trata de foros donde se anima a las personas a entrar en un TCA, compartiendo “trucos” y experiencias, siempre desde el anonimato. Desde su consulta, cuando un paciente desarrolla un TCA a partir del consumo de Internet, se le pide a los tutores legales un control parental de todo el acceso a las redes sociales. “Yo intento no prohibir nada, intento hablarlo, hacerle entender a la persona que en este momento, para su recuperación, no necesita el consumo de internet”, explica la psicóloga. Las redes sociales llegan a ser incluso más peligrosas cuando ya se padece la enfermedad, ya que, como relata Santolaria, una persona que sufre un TCA se aísla, “es una de las consecuencias sociales. Por ende, necesita tener contacto con personas, y muchas veces ese contacto lo busca a través de internet”.

Como sociedad estamos cada vez más concienciados con comer sano, sin embargo, muchas veces se relaciona este hecho con tener un estilo de vida saludable, y ahí es donde se esconde el peligro. “Estamos muy centrados en el peso, en la imagen, en la estética. Yo creo que vivimos en uno de los momentos donde la gente está demasiado preocupada por verse bien”, puntualiza la psicóloga. Desde su consulta, son varias las niñas, menores de quince años, que muestran su preocupación por su imagen corporal, con ideas sobre cambiar su estética, cuando aún están en etapa de desarrollo: “Yo tengo aquí entrevistas con niñas de doce años, que aún no se han formado, y ya me dicen todo lo que quieren cambiar de su físico. Creo que la sociedad, lo que está es animando todo el rato a que seamos de una manera, y quizás no lo somos, ni lo seremos”, relata Santolaria.

Esta situación conduce a un aumento de los estereotipos de belleza. Es aquí cuando la persona siente que cuando su cuerpo no se adapta a esos estereotipos, no es válido. En Alabente, según cuenta la psicóloga, muchas jóvenes tienen la sensación de que todo el mundo puede llegar a ser alguien dentro de la sociedad, menos ellas. El motivo principal es no entrar dentro de los estereotipos marcados por la sociedad, donde si no cumples con una talla y un peso, no eres

digno de tener una vida igual que el resto.

La obsesión por el peso o la imagen corporal conducen a obsesiones, y esas obsesiones marcan de por vida la salud mental de las personas.

8.3 Cuestionario ORTO-15⁵

Con la difusión del formulario ORTO-15 (2015), se pretende tener una visión general del porcentaje de población que puede tener conductas que deriven a padecer ortorexia nerviosa, así como la opinión acerca de la alimentación. Esta investigación no se centra en estudiar el porcentaje de población que padece o puede padecer ortorexia nerviosa. Por ende, se ha llevado a cabo una interpretación de los resultados del cuestionario ORTO-15 alejada de los puntajes establecidos por sus creadores. Así mismo, no se ha solicitado datos personales a los usuarios que han rellenado la encuesta, así como edad y sexo. Los resultados reflejados en este apartado muestran la tendencia a padecer problemas con la alimentación, así como un mayor porcentaje a padecer un TCA.

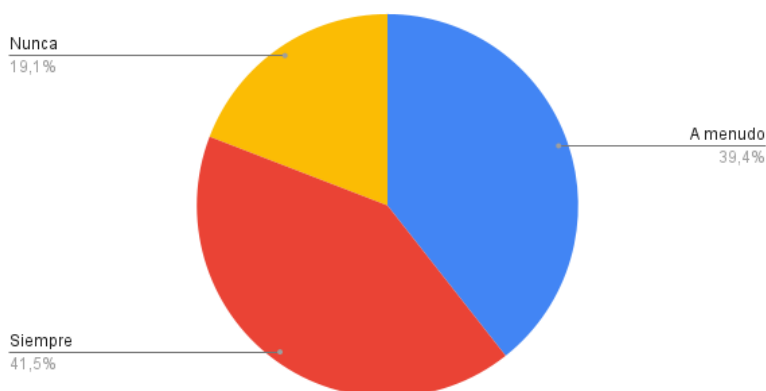
Para poder hacer un análisis amplio sobre la relación de las personas con su alimentación, el cuestionario se difundió a través de redes sociales, donde se obtuvo un total de 94 respuestas.

La primera pregunta del formulario responde a uno de los principales indicios de padecer una mala relación con la comida: contabilizar las calorías. Únicamente 3 de los 98 encuestados (3,2%), respondió que sí tiene en cuenta las calorías de los alimentos a la hora de comer. Frente a este dato, el 61,7% de los encuestados nunca tiene en cuenta las calorías de los alimentos que va a ingerir. En contraste con estos datos, el 23% de las personas encuestadas respondió que en los últimos 3 meses pensar en la comida ha podido ser una preocupación, junto a un 41% que “a menudo” lo piensa. Además, a la pregunta “Pensamientos por una alimentación sana, ¿le preocupan más de tres horas al día?” el 13% respondió “siempre”, frente al 59% que respondió “nunca”.

Pese a no existir un porcentaje alto de personas que muestren una preocupación alarmante por su alimentación, varias de las preguntas señalan datos sensibles acorde a los parámetros establecidos a la hora de desarrollar un TCA. Entre ellas, el 41,5% de los encuestados respondió “siempre” a la pregunta “¿Considera que estando convencido de que consume alimentos saludables aumenta su autoestima?”, frente a un 19,1% que respondió “Nunca”. En este caso se puede ver reflejado como las personas tienden a relacionar el comer alimentos calificados como “saludables” a sentirse bien con uno mismo.

⁵ Respuestas al cuestionario ORTO-15 en el Anexo 5

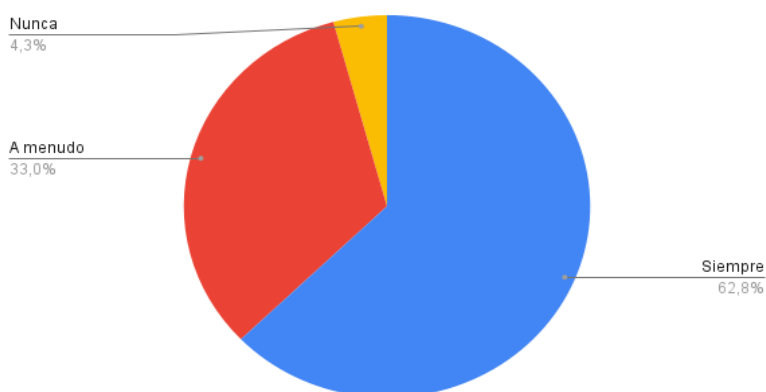
¿Considera que estando convencido de que consume alimentos saludables aumenta su autoestima?



Fuente: Elaboración propia

En el mismo contexto, el 62,8% de los encuestados dice considerar que consumir alimentos saludables mejora su aspecto físico. Por ende, se muestra la existencia de una idea arraigada a su forma de alimentarse que relaciona tener un buen aspecto físico con consumir productos “saludables”.

¿Considera que consumiendo alimentos saludables mejora su aspecto físico?



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, no existe una preocupación, en su totalidad, dirigida al cuidado del estado de salud individual. El 29,8% de los encuestados señala que sus hábitos de alimentación no están condicionados a una preocupación por su estado de salud, a lo que el 53,2% respondió que a menudo sí llega a relacionarlo. Por tanto, al no haber una especificación sobre el momento en el que no existe un vínculo entre “salud-alimentación”, podemos concluir que la mayoría de los encuestados no cuidan su alimentación para, por consecuencia, cuidar su salud, sino con otros fines.

En otra línea, 40 de los 98 (42,6%) encuestados dice sentirse culpable al saltarse su régimen de alimentación, a lo que el 14,9% dice sentirse “siempre” culpable. Sin embargo, el 42,6% restante responde “nunca”. Con estos datos puede verse con claridad que existe un término medio, entre las personas que llegan a sufrir trastornos mentales a raíz de una obsesión por consumir alimentos “sanos”, y las personas que conviven con una relación sana con la comida, donde existe espacio para todo tipo de alimentos, sin exclusión alguna. En este contexto, 25 de los 98 encuestados (26,6%) considera que “siempre” el consumo de alimentos saludables llega a modificar su estilo de vida, frente a un 37,2% que señala “ a menudo” y un 36,2% que especifica “nunca”.

9. Discusión

El uso de internet como medio para adquirir información ha tomado mayor relevancia desde la entrada de Internet 3.0. La manera en la que la red se convirtió en un territorio lleno de información gratuita, donde cualquier persona con mínimos recursos podía acceder a conocimientos, creó un nuevo desafío: combatir la desinformación. Las redes sociales se han convertido en el principal medio de información, donde cualquier persona, sea cual sea su cualificación y conocimiento, toma el valor de hablar y defender ideas que, en la mayoría de los casos, influyen la toma de decisiones de aquellos usuarios que consumen el mensaje.

En consecuencia, el consumo de redes sociales afecta al desarrollo de problemas de salud mental en las personas, con mayor influencia en los individuos más jóvenes y de sexo femenino. Así mismo, el consumo excesivo de contenidos de carácter nutricional influye en el desarrollo de un TCA, con mayor hincapié en la OR (Ortorexia Nerviosa), ya que ésta parte de una obsesión patológica por comer sano y por la calidad de los alimentos que se ingieren. Por ende, los mensajes difundidos por *influencers* como Carlos Ríos (@carlosriosq) o Antonio Dominguez (@sinazucar.org), donde se realiza una demonización de los alimentos que consumen diariamente la mayoría de los ciudadanos, puede ser un factor de riesgo para aquellas personas en etapa de desarrollo o con baja autoestima. Patricia Palenzuela confirma en su entrevista que, desde el aumento de información sobre la “comida real, salió a la luz toda la información alrededor de la OR”.

Así lo reflejan las tres profesionales sanitarias especializadas en TCA que se entrevistaron, además de los resultados obtenidos a través de la encuesta ORTO-15 y el análisis de contenidos a través de la red social Instagram. En su caso, Patricia Palenzuela detalla en su entrevista que, mensajes como el de Carlos Ríos generan problemas con la alimentación, ya que “dice que comer ultraprocesados es malo porque eso es veneno y eso me puede matar. Yo como espectador pienso que quiero vivir lo máximo posible, entonces, empiezo poco a poco la tendencia a polarizar. Por tanto, el mensaje acaba creando obsesiones y la persona se va a involucrar cada vez más, creando un problema con la alimentación”. A su vez, los datos recogidos a través del cuestionario ORTO-15 refutan la idea de que los ciudadanos relacionan el consumo de alimentos “saludables” a la mejora de su aspecto físico y, en consecuencia, a un aumento del autoestima.

Se confirma la idea de que el auge de perfiles dedicados a difundir información de carácter nutricional a través de Internet, afecta al aumento de casos de TCA. Por ende, el total de las entrevistadas llegan a la conclusión de que existe una necesidad de implementar una regulación en los contenidos que se difunden en las redes sociales, así como intentar limitar la edad de los usuarios que llegan a consumir este tipo de mensajes. El acceso gratuito y libre a todo tipo de información en las redes sociales, hace que las consultas sanitarias queden en un segundo plano. Por ello, las especialistas en TCA piden a aquellas personas con problemas en su relación con la comida, que acudan siempre a un profesional. Por ende, solicitan que, aquellos individuos que dedican su tiempo a compartir información nutricional, modulen el tipo de contenido que se comparte, teniendo en cuenta la diversidad de personas que contempla el mundo *online*, así como de los problemas que puede acarrear que un mensaje erróneo o mal formulado llegue a una persona que carece de las herramientas necesarias para analizar y contextualizar la información recibida. Así lo expresa Patricia Palenzuela en su entrevista, donde explica que, “si esa información me dice que para ser valorado, querido y reconocido, tengo que cumplir con una serie de características corporales, yo voy a empezar hacer una serie de actividades para controlar mi cuerpo: desde restricción, obsesión, sobreejercicio, conductas de *body checking*, etc”.

En este aspecto, el análisis realizado a los contenidos difundidos por la cuenta de @carlosriosq, muestra una carencia de neutralidad en su mensaje, donde demoniza de manera reiterada una serie de alimentos, en su mayoría productos “ultraprocesados”, dejando claro su postura hacia el consumo de las mismas. Entre sus publicaciones con mayor interacción se encuentran aquellas en las que realiza un análisis íntegro de un alimento (contenido nutricional, ingredientes alimenticios, problemas de salud tras su ingesta, etc.), trasladando a sus seguidores un sentimiento de preocupación sobre el consumo del mismo. Este hecho, según confirman las profesionales entrevistadas, genera patologías hacia el consumo de dichos productos. Finalmente, este hecho acarrea el desarrollo de una mala relación con la alimentación.

Tras el periodo de confinamiento provocado por el Covid-19, aumentó el tiempo dedicado al consumo de los dispositivos móviles. Con ello, la exposición a contenidos en la red tuvo mayor influencia en las personas. Nieves Santolaria, durante su entrevista, confirma que hubo un aumento de casos de TCA tras el periodo de confinamiento, donde las obsesiones por conseguir un estilo de vida acorde a los contenidos visualizados a través de perfiles en las redes sociales, aumentaron exponencialmente: “En esos meses mucha gente engordó, porque comíamos más

de lo que necesitábamos, y teníamos más tiempo para cocinar. Otro porcentaje adelgazó, porque dedicó su tiempo a cuidarse y a seguir en redes sociales a nutricionistas, etc. Finalmente, muchos de ellos enfermaron, porque esa situación llegó a ser obsesiva y perdieron por completo el poder sobre su salud”.

Por su parte, Berta Pinto confirma que la alta exposición a Internet por parte de personas adolescentes, durante el periodo de confinamiento, sí provocó un aumento de los problemas relacionados con la alimentación: “el hecho de que hubiese acceso 100% a las redes sociales, provocó que la gente muy joven consumiese cuentas de comida saludable, de ejercicio físico en casa y empezase a preocuparse por cosas que quizá no debían preocuparse para la edad que tenían”. En este sentido, los resultados recogidos a través de la encuesta ORTO-15 demuestran que la población actual tiende a sentir preocupación a la hora de razonar sobre comida. De modo que, este hecho ocupa gran parte de los pensamientos de su día a día, llegando, incluso, a condicionar su vida cotidiana, por ejemplo, limitando su tiempo de ocio.

La línea que divide divulgar información veraz y de calidad, la cual beneficia a la salud individual del individuo, y divulgar información que dirige a la persona a crear una obsesión, es casi inexistente. Por ello, desde que una persona adquiere relevancia y comienza a ser un referente dentro de la sociedad, tiene la obligación de medir la calidad de las ideas que muestra, así como de la manera en la que se comunica.

10. Conclusiones

1. Cuanto mayor es el tiempo dedicado a consumir contenidos a través de Internet, mayor es la influencia que se genera en el desarrollo de problemas de carácter psicológico. Por ende, el consumo de mensajes nutricionales, influye y aumenta en gran medida la probabilidad de desarrollar un trastorno de la conducta alimentaria. En la etapa de confinamiento, causada en 2020 por el Covid-19, aumentó la media de horas dedicadas al consumo de redes sociales. Como consecuencia, los casos de TCA se triplicaron. Nieves Santolaria afirma este hecho, tras la experiencia vivida en la Asociación Alabente tras la finalización del confinamiento. Con ello, se asegura la influencia de este factor en el desarrollo y aumento y casos de TCA en la población joven, con mayor exposición a las redes sociales.
2. Se confirma una correlación entre un mayor consumo de redes sociales y una mayor probabilidad de desarrollar un TCA, debido a la ausencia de alguna regulación tanto externa (leyes) como interna (avisos dentro de la plataforma sobre peligros o limitaciones sobre la visualización de los contenidos), que regule y avise a los usuarios sobre los efectos perjudiciales que puede acarrear sobre la salud mental y física ese tipo de información. A su vez, es necesario un aumento de la psicoeducación desde el entorno familiar, además de en los centros educativos, donde se difunda información sobre el uso correcto e incorrecto que se hace de las redes sociales.
3. Las personas con menor autoestima, así como los adolescentes que están en etapa de desarrollar su personalidad, tienen mayor posibilidad de generar un TCA. Se destaca el papel de la mujer en el desarrollo de un Trastorno de la Conducta Alimentaria, ya que asume más responsabilidad social a la hora de alejarse del canon de belleza establecido en la sociedad actual, asociado a la delgadez. La figura de la mujer vive, desde su infancia, bajo la influencia de una violencia estética, la cual se consolida desde el propio círculo familiar, así como en el entorno sanitario de la menor. Esta violencia estética somete a las mujeres a responder, de manera tajante, a las expectativas de belleza impuestas por la sociedad. Este hecho genera patologías y obsesiones asociadas a la salud corporal.
4. Tras analizar la cuenta de @carlosriosq y @sinazucar.org, se confirma la existencia de una influencia a la hora de desarrollar un TCA, derivada de mensajes que generan obsesiones y actitudes patológicas hacia la comida. La poca sensibilización hacia personas con dificultades para implementar una buena relación alimenticia, así como

sobre personas con problemas para aceptar su condición corporal, hace que aumente la posibilidad de generar un TCA a través de mensajes sobre la manera “correcta” de alimentarse. Los *influencers* toman el papel de referente de muchos de los consumidores de redes sociales, por ende, estos tienden a interpretar su mensaje como única solución a sus problemas, sin existir posibilidad de considerar otras alternativas.

5. Pese a que la ortorexia nerviosa (OR) aún no está incluida dentro del Manual Diagnóstico, los casos en personas jóvenes que, a través de un consumo frecuente de redes sociales, desarrollan esta patología (OR), es cada vez mayor. Mensajes como el de Carlos Ríos, donde indica que únicamente se debe consumir “comida real”, tiende a desarrollar obsesiones sobre la procedencia e ingredientes de los alimentos que se ingieren.
6. La obsesión generada tras un consumo masivo de información de carácter nutricional, a través de redes sociales, genera problemas en el desarrollo de la vida cotidiana de los individuos. En este sentido, el pensamiento por el consumo de alimentos saludables ocupa la mayor parte del día a día de las personas. Esto se traduce en una limitación del ocio, donde la persona rechaza ir a lugares donde se va a consumir ciertos alimentos. Además, prácticas diarias, como puede ser realizar una compra en un supermercado, puede llegar a ser una acción en la que se duplique su tiempo de ejecución, debido a un mayor cuidado y análisis de cada uno de los alimentos que se pretenden comprar.
7. Un TCA es multifactorial, sin embargo, uno de los principales factores que lo originan es el pensamiento sobre “querer cambiar y mejorar la alimentación”. Tal y como explica Patricia Palenzuela en la entrevista realizada, tras este pensamiento, la conducta por excelencia es acudir a las redes sociales, en busca de personas que muestran cómo lograr este deseo, incluyendo experiencias y pruebas reales de los resultados que consiguen. Por tanto, las personas no acuden en primera instancia a una consulta nutricional o psicológica. Tras encontrar un problema en su relación con la comida, se dirigen primero a Internet, donde encuentran grandes volúmenes de información, no siempre fiable, de fácil acceso. La interacción que se produce cuando una persona acude a las redes sociales en busca de información carece de contextualización. La información difundida a través de redes sociales, la mayoría de los casos, no proviene de fuentes fiables. Esto hace que el usuario genere frustraciones y obsesiones, derivadas de la falta de respuestas a las dudas que se plantea.
8. El canon de belleza asociado a la delgadez es uno de los factores sociales más relevantes a la hora de desarrollar un TCA. La delgadez se relaciona con salud, belleza, aceptación

dentro de la sociedad como individuo. En este contexto, se destaca el pensamiento pesocentrista y gordofóbico de la sociedad actual, motivado por toda la información acerca de la delgadez que se muestra diariamente a través de los medios de comunicación. Desde el propio sistema sanitario se asume este pensamiento pesocentrista, donde, desde consulta, se asocia el peso a la salud de los pacientes. También desde el entorno familiar se promueven este tipo de pensamientos, donde no existe filtro sobre las opiniones de los cuerpos ajenos, destacando los mensajes recibidos en la primera etapa de la infancia, donde existe mayor probabilidad de generar una obsesión que perdure con el paso del tiempo. La insatisfacción corporal de los individuos se crea a través de diversos factores, ajenos al control por parte de las personas, donde el factor social, junto a los sujetos que lo forman, toma mayor peso.

11. Bibliografía

American Psychiatric Association (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders Fourth Edition Text Revision (DSM-IV-TR)*. Washington DC: American Psychiatric Association. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890423349>

Barrio, C. (2022). Trastornos de conducta alimentaria, una enfermedad con 400.000 casos en España. *EFE Salud*. <https://efesalud.com/trastornos-conducta-alimentaria-casos-espana/#:~:text=En%20Espa%C3%B1a%20existen%20400.000%20casos,e!%2090%25%20de%20los%20casos.>

Basterra, M., & Cabrera, L. (2021). Las Redes Sociales Y Su Influencia En Trastornos Como La Depresión En Los Jóvenes. *Facultad de Psicología y Logopedia. Universidad de La Laguna.*, 1–26. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/23966>

Briefing 53: Social media, young people and mental health | Centre for Mental Health. (n.d). [https://www.centreformentalhealth.org.uk/publications/briefing-53-social-media-young-people-and-mental-health?ct=t%28Sep_e_bulletin_2018&utm_campaign=9ba0f52453-EMAIL_CAMPAIGN_2018_SEP&utm_medium=email&utm_source=Centre for Mental Health E-bulletin&utm_term=0_1b1a504c55-9ba0f52453-212060213](https://www.centreformentalhealth.org.uk/publications/briefing-53-social-media-young-people-and-mental-health?ct=t%28Sep_e_bulletin_2018&utm_campaign=9ba0f52453-EMAIL_CAMPAIGN_2018_SEP&utm_medium=email&utm_source=Centre%20for%20Mental%20Health%20E-bulletin&utm_term=0_1b1a504c55-9ba0f52453-212060213)

Carmona, V., Siavil, C., Flores, R. De, Siavil, C., & Carmona, V. (2007). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76102313>.

Carriedo, P. (2016). La Ética de la obesidad y la delgadez en el discurso médico en la posmodernidad. *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de La Universidad Iberoamericana*, XI(22), 178–185.

Carrotte, E. R., Vella, A. M., & Lim, M. S. C. (2015). Predictors of “Liking” Three Types of Health and Fitness-Related Content on Social Media: A Cross-Sectional Study. *J Med Internet Res* 2015;17(8):E205 <https://www.jmir.org/2015/8/E205>, 17(8), e4803. <https://doi.org/10.2196/JMIR.4803>

Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como

técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527–538. [https://doi.org/10.1016/s0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/s0212-6567(03)70728-8)

Cuando los TCA conocieron las redes sociales - Instituto Centta. (n.d.). Recuperado el 27 de abril, 2023, from <https://centta.es/articulos-proprios/cuando-los-tca-conocieron-las-redes-sociales>

Daniel, G. M. (2020). *Health of Young People and Adolescents*. 56. <https://zaguan.unizar.es/record/101935/files/TAZ-TFG-2020-1522.pdf>

El 78% de las mujeres de 16-25 años lideran el consumo de influencers. (n.d.). Recuperado 27 de abril, 2023, de: <https://www.personalitymedia.es/sitio/index.php/es/noticias/notas-de-prensa/item/212-consumo-influencers-consultoria-analisis-imagen-celebrities>

Gros, B. (2005). Adolescentes y videojuegos: El juego desde el jugador. *Revista Comunicación y Pedagogía*, 1–4.

Hanumantha Rao, C. H. (2009). Inclusive. *Economic and Political Weekly*, 44(13), 16–21. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95870-5_300126

Health, M. (n.d.). *Young People ' S Mental Health and Wellbeing* : 1–26.

Instituto Nacional de Estadística. Encuesta Sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación En Los Hogares Año 2022 (2022)

Influencer Marketing. *IAB Spain*. <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-sobre-el-crecimiento-de-la-marca-a-traves-de-influencer-marketing/>

Jiménez Morales, M. (2012). Trastornos del comportamiento alimentario en Internet. De la blogosfera a las redes sociales. *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 8(3), 84. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i3.230>

Las redes sociales y su papel en el aumento de casos de Trastornos de la Conducta Alimentaria (TAC). (2021). Recuperado 27 de abril, 2023, de:

<https://www.20minutos.es/salud/nutricion/las-redes-sociales-y-su-papel-en-el-aumento-de-casos-de-trastornos-de-la-conducta-alimentaria-tac-4909715/>

Lemos MB, Longato MC, Masci C, M. D. (2016). *Como Herramienta Para La Educatildecion Alimentaria-Nutricional*. 58.

Llabrés, S. B. (2021). *Prevalencia de la ortorexia nerviosa en jóvenes universitarios de barcelona*.

López-Noguero, F. (2002). El Análisis de contenido como método de investigación. *XXI. Revista de Educación*, 4(4), 167–180.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=309707%0Ahttps://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=309707>

Los trastornos alimentarios se disparan tras la pandemia: ¿Cómo detectarlos? ¿Cuáles son sus síntomas? - *La Nueva España*. (n.d.). Recuperado 27 de abril, 2023, de: <https://www.lne.es/salud/guia/2022/03/19/aumentan-pandemia-tca-bulimia-anorexia-64028253.html>

Martín, B. A. (2021). La ortorexia nerviosa ¿otro nuevo trastorno? Orthorexia nervosa, a new eating disorder? *Revista Digital de Medicina Psicosomática y Psicoterapia*, 11(2), 1–16.

Martínez Gayá, M. Isabel (2020). EL EFECTO QUE EJERCEN LAS REDES SOCIALES EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO ALIMENTARIO: ESPAÑA VS. EE. UU. *Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Comillas*.
<https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/37344/1/El%20efecto%20de%20las%20RR.%20SS.%20en%20los%20habitos%20de%20consumo%20alimentario.%20España%200vs.%20EE.%20UU.-%20Martinez%20Gaya%2C%20Maria%20Isabel.pdf>

Ojeda-Martín, Á., Del Pilar López-Morales, M., Jáuregui-Lobera, I., & Herrero-Martín, G. (2021). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of Negative and No Positive Results: JONNPR*, ISSN-e 2529-850X, Vol. 6, Nº. 10, 2021, p. 1289-1307, 6(10), 1289–1307. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.4322>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Pinilla, C. (2021, 25 noviembre). *Ortorexia, el trastorno oculto en las redes sociales - Ethic*. Ethic. <https://ethic.es/2021/11/ortorexia-el-trastorno-oculto-en-las-redes-sociales/#:~:text=Los%20primeros%20estudios%20centrados%20en,y%20la%20popularidad%20de%20los>

¿Quién hay detrás de sinAzucar.org? Antonio Rodríguez, el crossfitero que apila terrones de azúcar. (2022, 7 abril). *Men's Health*. <https://www.menshealth.com/es/nutricion-dietetica/a26553122/azucar-comida-alimentos-calorias-sinazucarorg-antonio-rodriguez/>

Regilón Prieto, Celia (2021). Comunicación y redes sociales: estrategia comunicativa de Carlos Ríos y el movimiento realooding en Instagram y TikTok. *Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Valladolid*.

Revisión de la literatura. Escola *Universitària d ' Infermeria Gimbernat Trabajo final de Grado Curso académico 2016-2017*.

Rodríguez Martínez, D. (2009). Web 2.0, accesibilidad y la brecha digital. *Innovación Educativa*, 19, 91–115. <http://hdl.handle.net/10347/4980>

Ruíz, José C. (2021). *Filosofía ante el desánimo*. Ediciones Destino.

Sabater, M. (2018). Influencia de las redes sociales en los trastornos de la conducta alimentaria:

Sánchez, N. F. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521–527. <https://doi.org/10.17711/sm.0185-3325.2013.063>

Spain, I. (2022). IAB Spain presenta el estudio sobre el Crecimiento de la Marca a través de Statista. (2022, 30 noviembre). *Redes sociales: porcentaje de usuarios por edad en España en 2022*. <https://es.statista.com/estadisticas/1260093/redes-sociales-porcentaje-de-usuarios-por-edad-en->

[espana/#:~:text=As%C3%AD%20lo%20corroborar%20el%20dato,con%20m%C3%A1s%20de%20un%2080%25](#)

Trastornos mentales. (n.d.). Recuperado 27 de abril, 2023, from <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>

Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders*, 22(2), 277–284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>

Unión Internacional de Telecomunicaciones. (2022). Informe sobre la conectividad mundial de 2022. *ITU Publicaciones*, 1–7. https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/wp-content/uploads/sites/5/2022/06/22-00399A_WTDC_Connectivity-report_Executive_summary_S.pdf

Vargas, M. J. (2013). Trastornos de la conducta alimentaria psiquiatría. *Revista Medica De Costa Rica Y Centroamerica*, LXX(607), 475–482. <https://www.medigraphic.com/pdfs/revmedcoscen/rmc-2013/rmc133q.pdf>

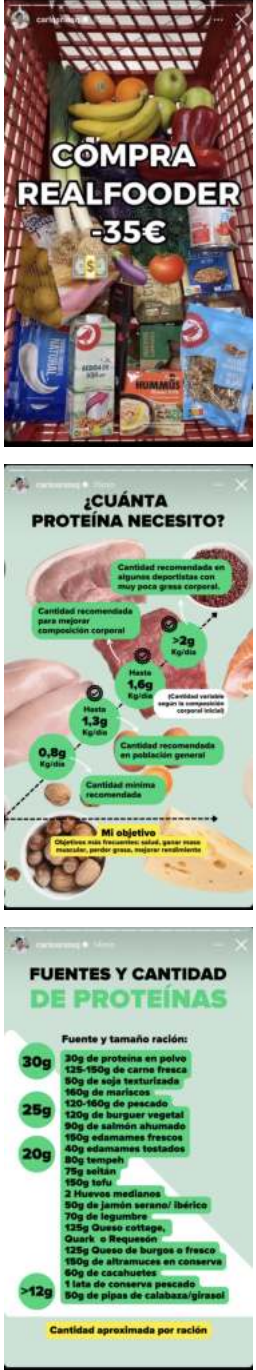
Villar del Saz Bedmar, M., & Baile Ayensa, J. I. (2023). La influencia de las redes sociales como factor de riesgo en el desarrollo de la anorexia y la bulimia nerviosas durante la adolescencia. *Revista Tecnología, Ciencia y Educación*, 24, 141–168. <https://doi.org/10.51302/tce.2023.743>


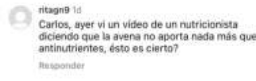
World Health Organization: WHO. (2022). Trastornos mentales. *www.who.int*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>



Anexos

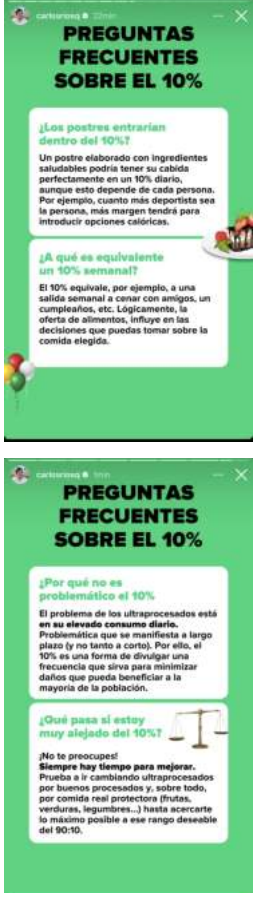

Anexo 1. Plantilla para el análisis de contenidos

Cuenta [@carlosriosq](https://www.instagram.com/carlosriosq)

Día	Número de post	Enlace directo a la publicación	Contenido temático	Interacción	Feedback
1 abr 2023	3 historias		<p>En el día de hoy el <i>influencer</i> publica dos infografías acerca de la proteína que se necesita consumir diariamente. Además, realiza un video sobre una compra “realfooder” por menos de 35 euros en el supermercado Alcampo.</p>		

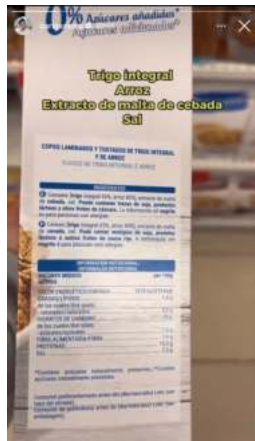
<p>2 abr 2023</p>	<p>8 historias + 1 post</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CqivwB9AghE/?hl=es</p> 	<p>Durante este día subió una serie de historias consecutivas, de carácter didáctico, para explicar el “10%”. Habla de controlar la ingesta de calorías, dando consejos a los usuarios de cuándo incluir esta ingesta del 10% de ultraprocesados. Habla del periodo vacacional como un periodo en el que “se puede alejar la ingesta de productos más saludables y aumentar la ingesta de ultraprocesados”. Sin embargo, habla de compensar con comida real si vamos a comer estos alimentos ultraprocesados durante el día. Habla también de contabilizar calorías.</p> <p>Además de las publicaciones de carácter divulgativo, suele compensar con “memes”, intentando darle humor a sus consejos nutricionales. Debido a las fechas que ocupa, incluyó una fotografía de humor sobre el consumo de torrijas</p>	<p>La publicación cuenta con 7.021 me gustas (visualizados con 24 horas de diferencia desde la publicación). Además, cuenta con 53 comentarios.</p>	<p>Entre los comentarios no se ven comentarios negativos. Sin embargo, llama la atención un comentario en el que un seguidor acude al nutricionista para poner una duda sobre un comentario difundido por otro nutricionista en las redes.</p> 
-------------------	-----------------------------	---	--	---	--

		 <p>PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE EL 10%</p> <p>10% y vacaciones Durante un periodo de vacaciones, el 10% puede ser mayor debido a la mayor disponibilidad de ultraprocesados; aunque objetivamente, las vacaciones no son un reflejo de los hábitos reales de una persona. Después de volver de vacaciones, vuelve a retomar tus hábitos.</p> <p>¿Existen otras formas de cuantificar el 10%? Sí. De hecho, en los estudios, estos porcentajes se calculan sobre la ingesta energética. Por ejemplo, un 10% de 2000 kcal serían 200 kcal. En todo caso, es menos práctico, sobre todo, fuera de casa. Además, no somos buenos estimando las calorías que consumimos.</p>	<p>(comida popular durante la Semana Santa).</p> <p>Además, durante este día publica un <i>post</i> con una receta: ñoquis en Airfryer.</p>		
		 <p>pero entonces, de cuántas torrijas estamos hablando carlosrios???</p>			
		 <p>Solo una, pero qué una...</p>			

					
3 abr 2023	1 historia		<p>Durante este día, el nutricionista publica un video sobre información de productos “ultraprocesados” en 3 supermercados diferentes (Lidl, Carrefour y Mercadona). El influencer coge diferentes productos que cree que la población puede clasificar como productos “aptos” y analiza los ingredientes en directo para clasificarlos como producto ultraprocesado o viceversa, productos que se</p>		




piensa que son ultraprocesados pero no lo son.







<p>4 abr 2023</p>	<p>4 historias + 1 post</p>	<p>https://www.instagram.com/p/CqoAS2uA9Ok/?hl=es</p> 	<p>En este caso, el nutricionista publica varias fotografías con información, de carácter didáctico, sobre los ultraprocesados. En este caso, se centra en la inflamación crónica que puede producir una ingesta prolongada de este tipo de alimentos. Además, enlaza la publicación a un estudio sobre las posibilidades de padecer cáncer al comer ultraprocesados de manera habitual. También añade una fotografía sobre los beneficios de los champiñones. Además, comparte una publicación de otra de sus cuentas @myrealfood_app, cuenta sobre la aplicación creada por el nutricionista, que se basa en la calificación de los alimentos según sus ingredientes. En esta publicación se muestran “Ideas de comidas sanas para toda la semana”.</p> <p>En cuanto al <i>post</i>, realiza una receta con dos de los productos creados por él</p>	<p>La publicación cuenta con 4140 me gustas y 48 comentarios.</p>	<p>Entre los comentarios de la publicación se encuentran comentarios positivos como: “qué buena pinta” y comentarios negativos, donde se le reclama al nutricionista los altos precios de sus productos, además de dudar sobre los ingredientes de los mismos, alegando su desconfianza sobre su calificación como “sano”. Incluso, varios de los usuarios se quejan de la cantidad de plástico de sus envases. También se pueden ver varias dudas sobre las kcal y las grasas saturadas del producto.</p>
-------------------	-----------------------------	---	---	---	--

			mismo: “Croissant realfooder” con brokkomole. En él muestra cómo hacer una merienda calificada como “realfooding”.		
5 abr 2023					
6 abr 2023	1 post + 1 historia publicitando post	https://www.instagram.com/p/CqtG7rbg7u5/?hl=es	En este día publica un sorteo express de la airfryer “realfooder”. En el <i>copy</i> del <i>post</i> incita al público a participar alegando las facilidades que este aparato da para comer de una forma más “saludable”. Entre los requisitos del sorteo, el influencer pedía que los usuarios que quisieran participar añadieran un comentario en el post con las razones por las que querían la freidora de aire.	La publicación cuenta con 11.309 me gustas y 2743 comentarios.	Entre los comentarios destacan varios mensajes sobre las ganas de comenzar una etapa “realfooder” y comer más saludable. No hay apariencia de ningún comentario negativo acerca de la información que se difunde.
7 abr 2023					
8 abr 2023					
9 abr	6	https://www.instagram.com/p/CqtG7rbg7u5/?hl=es	Uno de los contenidos más	El post	Entre los

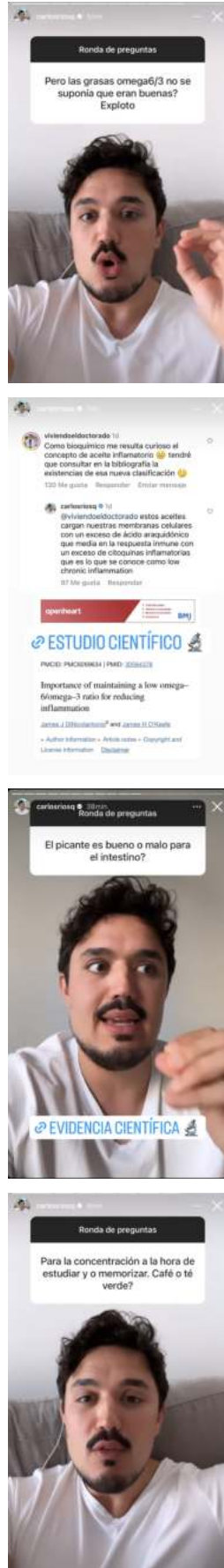
<p>2023</p>	<p>historias 1 <i>post</i> +</p>	<p>am.com/p/Cq0DCGUAMTX/?hl=es</p> 	<p>recurrentes del influencer es realizar, a vista de microscopio, un análisis de la imagen de alimentos ultraprocesados, para concienciar así de su condición “no saludable”. En este caso, Carlos Ríos lleva a cabo el análisis de un Kinder Bueno, una chocolatina popular entre la población. Dentro del <i>post</i>, plasma los ingredientes de esta chocolatina, además, aclara que puede ser uno de los alimentos que incluyamos en nuestro 10% (porcentaje que, según el especialista, debe ser el adecuado en cuanto a ingesta de productos ultraprocesados). Por último, se incluyen datos de las muertes causadas por problemas cardiovasculares, asociadas, según su información plasmada en el <i>post</i>, a la ingesta de ultraprocesados de manera prolongada.</p> <p>Entre las historias, acorde</p>	<p>cuenta con 14,2 mil me gusta y 754 comentarios.</p>	<p>comentarios del <i>post</i> se pueden encontrar variedad de opiniones: desde personas que están de acuerdo en que este tipo de alimentos son dañinos para la salud, hasta otros que culpan al nutricionista de difundir información dañina e, incluso, falsa.</p>
-------------	--------------------------------------	--	---	--	--



con el tema propuesto como publicación, Carlos Ríos cuelga, en primer lugar, una captura a una noticia de un medio de comunicación, culpando a la prensa de estar contra él al estar “financiada por la publicidad de los ultraprocesados”. Seguido de ello, publica un estudio sobre los beneficios del cacao puro. Como tercera imagen, sube una infografía sobre “Fuentes y cantidad de carbohidratos”. A esta imagen le acompaña otra infografía sobre la equivalencia de una ración de fruta en gramos. Por último, publica dos estudios sobre los ultraprocesados y sus consecuencias negativas sobre la tiroides.

10
abr
2023

9
historias



El influencer realiza una historia donde incluye una “Caja de Preguntas” para que sus seguidores dejarán escritas dudas que él respondería más tarde. Entre ellas, muchas son dudas sobre cómo puede perjudicar un tipo de alimento o componente alimenticio a la salud. Entre ellas, además, se trata de buscar alternativas a la “ansiedad por el dulce”. Para respaldar todas sus respuestas, Carlos publica dos estudios científicos que hablan sobre los inconvenientes de consumir alimentos ultraprocesados. Además, publica una infografía donde se muestran las alternativas a uno de los inconvenientes que nombra: la inflamación. Por último, contesta uno de los comentarios de su post anterior (día 9 de abril), en el que un bioquímico duda de su palabra acerca de los “aceites inflamatorios”.

carlstrois • 3min

INFLAMACIÓN DESPUÉS DE COMER ULTRAPROCESADOS

EVIDENCIA CIENTÍFICA

El consumo de ultraprocesados produce respuestas inflamatorias postprandiales (inflamación después de cada comida) mediadas por la hiperquemia, hiperlipidemia, permeabilidad intestinal y la activación crónica del sistema inmune (inflamación crónica)

carlstrois • 3min

Ronda de preguntas

Qué comer cuando te da ansiedad de dulce

carlstrois • 3min

COMPUESTOS ANTIINFLAMATORIOS

carlstrois • 3min

Ronda de preguntas

Cuánto tardas en ver resultados comiendo realfood y haciendo ejercicio de fuerza 5 días?

11 abr 2023	6 historias + 1 <i>post</i>	https://www.instagram.com/p/CqtG7rbg7u5/?hl=es 	<p>En este <i>post</i>, el <i>influencer</i> enseña tres ideas de recetas para realizar en una airfryer con tortillas integrales. Además, el mismo <i>post</i> repite un sorteo de un aparato de cocina, al igual que el pasado 6 de abril. En él, muestra su entusiasmo con el aparato, ya que, según expresa, le ha “facilitado el comer saludable de forma más cómoda y práctica”.</p> <p>Además del <i>post</i>, a lo largo del día Rios publicó 6 historias. En ellas, incluye más información sobre la inflamación producida tras la ingesta de ultraprocesados, a parte de la compartida en el día anterior, 10 de abril. Por</p>	<p>El <i>post</i> cuenta con 6550 me gustas y 353 comentarios.</p>	<p>En cuanto al <i>feedback</i> recogido en la publicación, se le pide a los usuarios que para participar en el sorteo deben comentar un motivo por el cual deberían ganar una airfryer. Por ende, la gran mayoría de comentarios muestran el entusiasmo por ganar el aparato, así como de probar a mejorar su alimentación con él. Sin embargo, existen usuarios que muestran su descontento con la información que se</p>



último, incluye una idea de receta por menos de cinco euros.

muestra en el post.

12
abr
2023

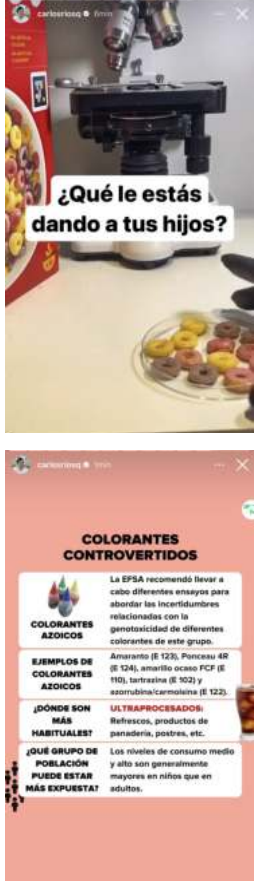
6
historias



Durante el día de hoy el influencer habla sobre los colorantes “controvertidos” que se incluyen en los dulces. En él, pregunta a los padres sobre qué le dan de comer a sus hijos. Acompaña la pregunta con una vista de microscopio de unos cereales de colores.

Concluye toda esta información con una imagen promocionando un descuento en el “plan plus” de su propia aplicación nutricionista (myrealfood).

Al final del día, Ríos trae de vuelta el tema de la inflamación a causa de los ultraprocesados, esta vez con un video de “Top 10 alimentos antiinflamatorios” del supermercado Ametller Origen. Como última historia, publica una infografía sobre los beneficios de la fruta deshidratada.

					
<p>13 abr 2023</p>	<p>7 historias + 1 post</p>	<p>https://www.instagram.com/p/Cq_I2jeMNYx/?hl=es</p> 	<p>El <i>influencer</i> comparte en sus historias una receta “para salvar la cena”, la cual se encuentra dentro de su aplicación <i>myrealfooding</i>. Seguida de esta publicación, comparte el enlace a un grupo de telegram donde el nutricionista comparte sus recetas para que cualquier persona que lo desee descargue estos archivos con ideas sobre comidas.</p> <p>Comienza la difusión de</p>	<p>La publicación cuenta con 17.909 me gustas y 153 comentarios.</p>	<p>Entre los comentarios, se encuentran varias personas que realizan quejas sobre la cantidad de comida. Además, otras muchas felicitan al nutricionista por dar ideas sobre comidas “saludables”.</p>





información con una infografía sobre el consumo del aceite de girasol y cómo éste afecta al desbalance del omega 6 en el cuerpo humano. Además, incluye datos sobre el consumo de Omega 6 en España.

En otro contexto, responde a una pregunta que le realiza un seguidor sobre la comida de su mascota, calificándola también como “comida real”.

Al final del día, publica un *post* en el perfil de su aplicación myrealfood_app. La publicación contiene siete ideas de comida para realizar durante la semana, a través del registro en su aplicación nutricional. A su vez, aprovecha el *post* para promocionar una oferta de suscripción.

					
14 abr 2023	2 historias		<p>El <i>influencer</i> publica en historias sus impresiones al probar una muestra de la granola “realfooding” que saldrá al mercado en los próximos meses.</p> <p>En su segunda historia, dentro de un supermercado, muestra los ingredientes de unos cereales de la marca Kellogg’s, alegando su cantidad de aceite de palma, azúcar y harina refinada, comparándola, por ende, con los ingredientes de la</p>		

			granola de su propia marca.		
15 abr 2023	4 historias + 1 post	<p>https://www.instagram.com/p/CrDLxK-gHAr/?hl=es</p> 	<p>Publica, es colaboración con su cuenta de realfoodingkinds, enfocada en la alimentación infantil, un post con 4 ideas de <i>snacks</i> realfooding:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Petit Suisse realfooder -Donuts de Chocolate -Milkado realfooder -Snack BEAR (colaboración con la marca). <p>En cuanto a la difusión por historias, en el día de hoy el <i>influencer</i> realizó una difusión didáctica alrededor de los alimentos ricos en fibras: publicó un “Top 10 alimentos ricos en fibra” del supermercado Cal Fruitós. Seguido, publicó dos infografías sobre las “Fuentes y cantidad de fibra” y “La fibra es</p>	<p>La publicación cuenta con 10.000 me gustas y 102 comentarios s.</p>	<p>Entre los comentarios analizados, no se ve ningún comentario negativo hacia el contenido de la publicación, por el contrario, todos los comentarios llegan a ser dudas sobre cómo sustituir ciertos alimentos o modificar el mecanismo para cocinar el <i>snack</i>. Esta situación no suele darse en los post de este perfil, ya que suelen existir diversos comentarios negativos en contra del contenido que se publica.</p>

			<p>esencial para cuidar de tu salud digestiva”. Finalmente, publicó un “Check list” para saber si se cumple con los objetivos de consumo de fibra establecidos.</p>		
16 abr 2023					
17 abr 2023	9 historias		<p>Durante el día de hoy, todo el contenido difundido por el <i>influencer</i> giró en torno a la acrilamida. Para ello, publicó un total de 5 post en historias hablando exclusivamente de la sustancia: datos sobre la acrilamida, principales fuentes de exportación y cómo reducir la exposición</p>		



a esta sustancia. Tras difundir esta información, añadió una infografía, basada en un estudio científico, sobre cómo los edulcorantes pueden afectar a la microbiota del ser humano.

Tras publicar toda esta información acerca de las sustancias que pueden contener ciertos alimentos, el nutricionista recomienda el consumo de sus “patatas no fritas”, además, publicita su restaurante en la app de comida rápida Glovo.

Para finalizar las publicaciones durante este día, el *influencer* comparte un reels de su cuenta *myrealfood_app*. Este video muestra una idea de “Compra básica por menos de 30 euros”, donde abunda la verdura, fruta y varias legumbres como fuentes de hidratos.

Realfooding To Go

Falsas Batatas Fritas 4,50 €
Sticks de batata hechos al horno con aceite de oliva virgen extra y una aliadilla para cualquier momento del día. Hecho en grano y con un alto aporte nutricional.

Papas NO fritas 3,50 €
Has, ¡no las freímos! Aunque te parezca increíble, nuestras deliciosas papas están hechas al horno con un chorrito de aceite y una pizca de sal. Porque comer unas ricas papas y que estas sean saludables es compatible. ¡Qué las disfrutes!

Para evitar y reducir la formación de acrilamida nuestras papas en @realfoodingtogo NO están fritas



Realfooding To Go

Realfooding To Go

Juancho's BBQ

Restaurantes

Distribo Burger

Comida

ESTAMOS EN GLOVO

Realfooding To Go

REDUCIR EXPOSICIÓN A ACRILAMIDA

El AIR FRYER es una mejor opción que la fritura convencional.



ESTUDIO CIENTÍFICO

Ayuda a reducir la cantidad de aceite durante el cocinado.

En comparación con la fritura convencional reduce la formación de acrilamida en hasta un 90%.



Realfooding To Go

¿CÓMO PUEDEN AFECTAR LOS EDULCORANTES A TU MICROBIOTA?

ESTUDIO CIENTÍFICO

- Bacterias patógenas
- Bacterias beneficiosas
- Alteración de producción de ácidos grasos de cadena corta
- Alteración de expresión de genes involucrados en el metabolismo microbiano
- pH intestinal
- Puede alterar en la liberación de hormonas digestivas y neurotransmisores en intestino
- Obesidad e inflamación local
- Puede afectar a antibióticos




<p>18 abr 2023</p>	<p>1 historias + 1 <i>post</i></p>	<p>https://www.instagram.com/p/CrL_KcwgTZA/?hl=es</p> 	<p>En el día de hoy el <i>influencer</i> acude a un supermercado y realiza un video de una natilla para bebés, calificándola como ultraprocesado. Además, en el mismo video, alega que este tipo de productos debería de estar prohibido, ya que hace adictos a los niños, desde temprana edad, a los azúcares refinados. En la misma línea, habla de los gazpachos. Coge un bote de producto y aconseja mirar si este alimento está pasteurizado o no, ya que la pasteurización, según dice, se “carga” los antioxidantes de las verduras.</p> <p>Como <i>post</i>, publica una receta en airfryer de alitas sabor barbacoa o cúrcuma.</p>	<p>La publicación cuenta con 3853 me gustas y 49 comentarios.</p>	<p>Entre los comentarios, no se muestra ningún comentario disconforme con el contenido de la publicación. Por ende, el 100% de los comentarios responden a emoticonos y argumentos positivos sobre la receta.</p>
<p>19 abr 2023</p>	<p>5 historias</p>		<p>Uno de los contenidos más recurrentes por parte del nutricionista es realizar, desde su criterio, un “Top 10 alimentos/comidas/snacks” de diferentes supermercados. Esta vez, su</p>		



elección fueron dos grandes cadenas de supermercados, Alcampo y Carrefour. En este caso, realizó, en primer lugar, un “Top 10 snacks realfooders bajo en calorías” del Carrefour. En él, mostró diez alimentos que pueden encontrarse en esa cadena de supermercado, donde, en varias ocasiones, se puede ver como el *influencer* muestra varios productos de su propia marca “Realfooding”, como la crema de cacao o el hummus.

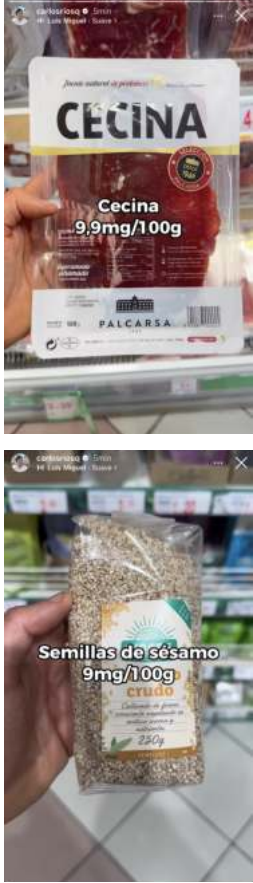

En segundo lugar, realiza un “Top 10 alimentos para bajar tu colesterol malo”. En este caso, muestra alimentos como copos de avena, frutos secos, o incluso especias como la cúrcuma o el jengibre. Una vez publicado este video, incluye una infografía sobre “Comida real para cuidar el colesterol”.



En la misma línea, responde a una pregunta sobre un

			<p>alimento en concreto, el yogur Danacol de Danone, el cual no recomienda, ya que lo califica como ultraprocesado. Para justificarlo, adjunta una fotografía sacada desde su aplicación de calificación de alimentos, la cual lo interpreta como un alimento 37/100 en su escala de buen procesado. Como última publicación, incluye un video de él haciendo deporte, donde enlaza una revisión científica sobre la importancia de hacer deporte para mejorar el colesterol.</p>		
20 abr 2023	2 historia + 1 <i>post</i>	<p>https://www.instagram.com/p/CrRNANggdiG/?hl=es</p> 	<p>En la publicación de hoy, el <i>influencer</i> muestra “3 recetas realfooders en sartén”. En primer lugar, muestra una tortilla. En segundo lugar, unas pakoras. Por último, enseña como hacer granola en la sartén.</p> <p>Tras subir en el día de ayer dos videos sobre un “Top 10 alimentos”, hoy el</p>	El <i>post</i> cuenta con 4487 me gustas y 30 comentarios s.	Entre los comentarios, al igual que con el resto de publicaciones de recetas analizadas, cuenta con una gran mayoría de comentarios positivos sobre las ideas mostradas. Sin embargo, existen varios

			<p>influencer ha realizado un “Top 10 alimentos para subir tu hierro”, basado en los alimentos del supermercado Al Campo. Además, en este caso, adjunta las cantidades que se deben de consumir para conseguir el objetivo de “aumentar el hierro”. Por ende, en cada alimento propone los miligramos que se deben consumir, según el peso total del envase en cada caso.</p> <p>Tras subir este video, el nutricionista adjunta una infografía sobre “¿Cómo te afectan los ultraprocesados?” donde muestra datos sobre un estudio sobre el efecto de los ultraprocesados en la población española.</p>		<p>comentarios negativos, todos englobados hacia el tipo de alimento que muestra.</p>
--	--	--	---	--	---



					
21 abr 2023	2 historias		<p>Durante el día de hoy, el nutricionista publicó una receta de pasta con una salsa “muy antiinflamatoria”. La receta consistía en una pasta de arroz con una salsa de remolacha. Seguidamente, publicó un estudio científico sobre los beneficios de los compuestos activos de la remolacha.</p>		

					
22 abr 2023	2 historias		<p>El nutricionista publica hoy una infografía, en la misma línea que el día de ayer, sobre los alimentos inflamatorios. En este caso, habla sobre “Los cereales integrales no son proinflamatorios”, comparándolo con “Los cereales refinados si son proinflamatorios”. Ambos datos los respalda con un estudio científico.</p> <p>Seguida de esta información, sube una imagen de unos panes, donde anuncia próximos alimentos de su marca, en este caso, panes 100% integrales.</p>		

Cuenta [@sinazucarorg](https://www.instagram.com/sinazucarorg)

Día	Número de post	Enlace directo a la publicación	Contenido temático	Interacción	Feedback
1 abr 2023					
2 abr 2023					
3 abr 2023					
4 abr 2023					
5 abr 2023					
6 abr 2023					
7 abr 2023					
8 abr 2023					
9 abr 2023					
10 abr					

2023					
11 abr 2023					
12 abr 2023					
13 abr 2023					
14 abr 2023					
15 abr 2023					
16 abr 2023					
17 abr 2023					
18 abr 2023	1 <i>post</i>	https://www.instagram.com/p/CrMXR71q2XY/	Tras casi un mes desde su última publicación (22 de marzo), el fotógrafo publica un gráfico sobre las diferencias, en cuanto a azúcares, de la miel sin refinar “del pueblo” y la miel usual del supermercado. Ambos gráficos señalan que tanto la miel “de pueblo” como la miel	La publicación cuenta con 3398 me gustas y 193 comentarios.	Entre los comentarios, existe disparidad de opiniones. Entre ellos, algunos usuarios muestran su descontento hacia la falta de información

			<p>de supermercado contienen el mismo tipo de componentes y, por ende, el mismo porcentaje de azúcar.</p>		<p>de la publicación, quejándose de la poca originalidad del post. Otros argumentan que no están de acuerdo con la información que se muestra, ya que, en su opinión, no tienen nada que ver en cuanto a componentes ni calidad de nutrientes. En general, podemos afirmar que casi el total de los comentarios de los usuarios son negativos, haciendo alusión a la poca credibilidad de</p>
--	--	--	---	--	---

					la información que se muestra en la imagen.
19 abr 2023					
20 abr 2023					
21 abr 2023					
22 abr 2023					

Tabla de porcentajes de publicaciones e interacción de las cuentas de @carlosriosq y @sinzaucar.org

Publicaciones de @carlosriosq

FECHA	POST	ME GUSTAS	COMENTARIOS	HISTORIAS
01/04	0	0	0	3
02/04	0	0	0	8
03/04	1	7021	53	1
04/04	1	4140	48	4
05/04	0	0	0	0
06/04	1	11.309	2743	1
07/04	0	0	0	0
08/04	0	0	0	0
09/04	1	14.200	754	6
10/04	0	0	0	9
11/04	1	6550	353	6
12/04	0	0	0	6

13/04	1	17.909	153	7
14/04	0	0	0	2
15/04	1	10.000	102	4
16/04	0	0	0	0
17/04	0	0	0	9
18/04	1	3853	49	2
19/04	0	0	0	5
20/04	1	4487	30	2
21/04	0	0	0	2
22/04	0	0	0	2
TOTAL	9			79

Publicaciones de @sinazucar.org

FECHA	POST	ME GUSTAS	COMENTARIOS	HISTORIAS
01/04	0			0
02/04	0			0
03/04	0			0
04/04	0			0
05/04	0			0
06/04	0			0
07/04	0			0
08/04	0			0
09/04	0			0
10/04	0			0
11/04	0			0
12/04	0			0
13/04	0			0
14/04	0			0
15/04	0			0
16/04	0			0
17/04	0			0
18/04	1	3398	193	0
19/04	0			0

20/04	0			0
21/04	0			0
22/04	0			0
TOTAL	1			0

Anexo 2. Entrevista Berta Pinto

Berta Pinto Robayna es Dietista-Nutricionista y Doctora en Ciencias Médicas, especializada en Trastornos Alimentarios y Nutrición Oncológica. Además, imparte clases en el Grado de Nutrición en la Universidad Alfonso X El Sabio. Su trabajo se basa en identificar por qué el paciente come de una determinada manera, sin dejar atrás la parte emocional del proceso, para conseguir implementar unos hábitos de consumo correctos, alejados de “dietas milagro” abocadas al fracaso.

P. 1. Entre los trastornos de la conducta alimentaria más frecuentes se incluyen la bulimia nerviosa y la anorexia nerviosa, según la información que usted recoge desde su consulta, ¿tienen ambos la misma incidencia en la juventud actual?

Yo creo que son los trastornos que quizás mejor están definidos en la bibliografía, pero realmente cada vez se ven más trastornos inespecíficos, que no atienden tanto a una anorexia nerviosa pura, ni a una bulimia nerviosa pura como tal. Cada vez vemos en consulta sintomatología asociada a trastornos alimentarios, pero que no atienden a esa clasificación que tradicionalmente hacemos de los trastornos alimentarios en sí.

Si es verdad que, si pienso únicamente en esos dos trastornos, voy a decir que veo más bulimia nerviosa, pero, también te diría que veo muchos trastornos por atracones, veo trastornos alimentarios no especificados. Es decir, veo sintomatología que claramente pertenecen a TCA pero que no son anorexia nerviosa o bulimia nerviosa como tal.

P. 1. 2. ¿Qué ocurre cuando el paciente es diagnosticado con un Trastorno Alimentario no especificado?

Cuando es así, en consulta se clasifica como TCA no especificado o especificado pero que no se corresponden a anorexia ni bulimia nerviosa. Realmente yo no hago el diagnóstico como tal, es el psiquiatra o psicólogo el que lo realiza. Y en muchos casos es verdad que se tratan los TCA desde la sintomatología, y al paciente tampoco se le dice lo que es, se le explican los síntomas pero no se le habla de un trastorno específico como tal.

P. 2. La ortorexia nerviosa aún no está incluida dentro del DSM-5, y por tanto, no está declarada aún de manera oficial como un trastorno alimentario. Pese a ello, la OMS

estima que la ortorexia afecta a más del 28% de la población en países occidentales. Como profesional, ¿ha notado un aumento de casos de ortorexia nerviosa en los jóvenes? ¿Qué tipo de incidencia puede tener en comparación con la anorexia o la bulimia?

Muchísimo, tras la pandemia, muchísimo más. Y a edades cada vez más tempranas, lo que es aún más preocupante. Creo que, durante y tras la pandemia, cambió radicalmente nuestro modo de ver y hacer las cosas. El tema de que no hubiese actividad física y que hubiese acceso 100% a las redes sociales, provocó que la gente muy joven consumiese cuentas de comida saludable, de ejercicio físico en casa y empezase a preocuparse por cosas que quizá no debían preocuparse para la edad que tenían. Había mucho miedo detrás, y cuidarse, a niveles de salud, era una prioridad, tanto para mayores como para más jóvenes. Las redes sociales hicieron mucho daño. Las pacientes lo expresan en muchas ocasiones en el primer día de consulta, cuando le haces la entrevista clínica: “tras la pandemia algo pasó que se me activaron conductas que antes no tenía”.

Ahora se me viene a la cabeza una paciente que empecé a ver con 13 años y que ya tiene 16 y ella misma lo decía, que su TCA, previamente diagnosticado por psiquiatría en el Hospital Universitario de Canarias, había comenzado por el consumo de redes sociales en la pandemia.

P. 3. ¿En qué punto comienza a ser alarmante medir las calorías de los alimentos que consumimos? ¿Dónde finaliza la preocupación por cuidar nuestro cuerpo y da comienzo una obsesión con ello?

El medir las calorías, para mí, desde mi punto de vista como nutricionista, siempre va a ser obsesivo. Nunca he trabajado con los pacientes de esa forma, en cuanto a medir calorías, pesar alimentos, etc. Para mi gusto, es incluso patológico. Si es verdad que debemos velar por nuestra salud, pero hay formas y formas.

En cuanto a conductas, medir las calorías es un auténtico error. Hay un hilo muy fino entre cuidarse y que sea realmente peligroso. ¿Dónde está ese límite? Lo desconozco, lo que es doblemente preocupante. Yo en consulta le sugiero a mis pacientes ver todo de una forma más global, realmente, preocuparse por su salud, y su salud no es ingerir alimentos *realfooding* y saludables, su salud es mucho más.

En estos casos, la mayoría de las veces, cuando vienen a la consulta de un nutricionista es porque han sido derivados de un profesional de la psicología, que realmente les ha dicho que existe un problema. Por tanto, para cuidar su salud mental tienen que dejar de realizar ciertas consultas. Por ello, les pautamos conductas más abiertas, hago educación nutricional de una forma más global, donde puedan incluir todos los nutrientes y que no pase absolutamente nada, y darles la seguridad de que eso es lo que les va a ayudar. Es un trabajo muy complicado, pero también muy bonito.

P. 4. Desde su perspectiva, ¿existe, a nivel social, algún tipo de desencadenante clave en este tipo de trastornos?

Cien por cien. Creo que, en la juventud, el acceso a las redes sociales es cada vez más temprano, creo que la información no se filtra de ninguna manera, por lo que la información buena, como no tan buena, llega a todo el mundo y eso provoca un impacto en la sociedad, además de en personas que todavía tienen cerebros que aún son moldeables y que no tienen un criterio propio y se nutren de lo que ven en redes, que nada tiene que ver en la realidad muchas veces.

P. 5. ¿Cree que han influido las redes sociales en el aumento de pacientes que sufren un TCA?

Sí. Y lo expresan ellos mismos. En muchas ocasiones yo no les voy a prohibir consumir redes, pero si es verdad que en el primer día de consulta, en la historia clínica, me encargo de preguntarles a quién siguen en cuanto a nutricionistas, actividad física, entre otros. Así puedo hacerme una idea del pensamiento que tienen acerca de la alimentación y la nutrición. En resumen, sí, influye muchísimo en los TCA, y más en la ortorexia nerviosa.

P. 6. ¿Qué opina sobre el aumento de *influencers*, en la red social Instagram, dedicados a la difusión de contenido sobre cómo llevar un estilo de vida “saludable”?

Creo que en este caso, estén los *influencers* formados o no en nutrición, existe una línea muy fina entre estar divulgando información que es beneficioso para la salud y crear una obsesión, ya que no se está teniendo en cuenta que hay personas que padecen este tipo de trastornos, o que son proclives a padecerlas.

Si me pides mi opinión sobre Carlos Ríos, es un compañero nutricionista que creo que empezó divulgando acerca de la nutrición de una forma muy efectiva para la población. Creo que ayudó en su momento a crear conciencia acerca de la importancia de la alimentación en nuestro país, lo cual estuvo muy bien. Después fue evolucionando a lo que es ahora. Yo no voy a decir que creó una “secta”, pero él habla de matrix y qué más puedo añadir.

Él niega que se esté produciendo un movimiento con el tema de los TCA, pero la realidad es que a mí me han venido pacientes que han empezado sus TCA porque han empezado a obsesionarse por comer comida real. Yo no puedo culpar a Carlos Ríos de que provoque TCA, porque no lo sé, pero sí es verdad que sé que está calando muchísimo en la gente y hay que tener mucho cuidado. Con respecto a @sinazucar.org, es algo muy visual, pero, yo como profesional que me dedico y estoy especializada en TCA, a mí me da igual que un paciente se coma un helado un día, pero tampoco es beneficioso que piense en la cantidad de azúcar que tiene. Seguramente si le preguntas a otro compañero te puede dar otra opinión. Yo desde el enfoque de los TCA no lo enseñaría.

Es una pena este auge de cuentas que se hacen llamar *influencers*, que ejercen una influencia real sobre la población, difundiendo información sobre algo en donde entra en juego la salud de las personas. En realidad no se ha creado conciencia de ello.

P. 7. Hoy en día muchos de los comportamientos que adoptamos, a nivel nutricional, son a través de la influencia que ejercen en nosotros los contenidos que consumimos en redes sociales, ¿ve necesaria una regulación de los mismos?

No sé cómo podría ser regulado, pero si lo veo necesario. Si me pueden asegurar que se puede filtrar toda esta información acerca de la nutrición y de mil barbaridades que se dicen, a niñas y niños que tienen menos de cierta edad, sería genial. Pero no sé hasta qué punto sea algo que se pueda lograr. Pero sí, lo veo necesario.

P. 8. Existen datos que confirman que la mayor parte de los jóvenes, a la hora de modificar su dieta, consultan antes las redes sociales que una consulta médica, debido a la facilidad de acceso a información gratuita. ¿Ha notado este hecho durante los últimos años?

Por supuesto, y luego también aquí creo que entra en juego el papel económico. Es decir, lo que consumen en redes, económicamente hablando, no genera ningún gasto, por lo que lo entiendo, en parte.

Y ahora se nos viene algo que es la Inteligencia Artificial, donde le puedes pedir que te genere un menú de cualquier supermercado donde se indique, por ejemplo, los precios. Al final internet te está generando un menú sin tener en cuenta ninguna de tus características ni tus hábitos alimentarios, entre otros factores. Por lo cual, se va añadir otro problema más.

Al margen de eso, sí, llegan pacientes que previamente lo han intentado con dietas de internet o con gente en internet que no es nutricionista. Es una pena, pero aquí estamos para ayudarles siempre que quieran.

P. 9. ¿En algún momento, dentro del proceso de terapia del paciente, se le restringe el uso de redes sociales?

Yo nunca prohíbo, quizás intento empatizar con esa persona joven e intento hablar en consulta sobre esos *influencers*. Intento rebatir algunas cosas que han dicho que no me ha parecido bien y no veo que beneficie a mi paciente. Lo máximo que puedo hacer es darle alternativas de otros profesionales que creo que son adecuados para su proceso. Y si son menores de edad, sí me ha pasado de hablar con padres o madres y decirles que no es lo adecuado y ver de qué manera ver como restringirlo. Claro, al final soy nutricionista y mi función es otra, puedo darles opciones pero no puedo evitar que consuman redes.

P. 10. En el caso de la OR, ¿puede ser el uso de las RRSS uno de los principales desencadenantes?

Sin tener conocimiento de realmente todos los factores desencadenantes que puede tener la ortorexia nerviosa, diría que es el mayor factor, por lo que veo yo en consulta. El consumo de redes sociales es lo que está haciendo que las personas y los jóvenes sean cada vez más exigentes con la comida saludable y el ejercicio físico. Por lo que, en mi humilde opinión, creo que sí, no es el principal desencadenante, sino el mayor.

Yo creo que engancha mucho el lema de “a mí me ha funcionado”, “mira como estoy, a ti te va a funcionar también”, sin tener en cuenta a todas las personas diversas y maravillosas que hay detrás de esa pantalla. A la gente le gusta saber que la otra persona lo ha hecho y le ha funcionado. En este contexto, es lo primero que los nutricionistas decimos en consulta: si te dice que lo hagas porque a él o a ella le ha funcionado, aléjate de ese profesional o persona que te lo está diciendo.

P. 11. Son varios los hechos que pueden llegar a confirmar que vivimos en una sociedad donde el concepto de “gordofobia” y “pesocentrismo” está arraigado a nuestro pensamiento sobre la salud. ¿Qué opina de ello?

En mi opinión, creo que cada vez se están erradicando más estos conceptos. Creo que el *bodypositive* ha calado mucho y creo que la gente está cada vez más concienciada respecto a la gordofobia.

Sin embargo, hablando del pesocentrismo, aquí sí creo que debemos, como profesionales de la psicología y de la nutrición, hacer un ejercicio de educación conductual acerca del peso. Históricamente todos los progresos en la consulta de la nutrición se han medido a partir del peso y los profesionales nos hemos dado cuenta de que el peso es el menor indicador.

Yo en consulta tengo una pesa porque sé que si no me quedo “sin comer” con muchos pacientes. Con los pacientes de TCA yo escondo la pesa, la pesa no existe. Pero con pacientes que no padecen un trastorno alimentario, de primeras les pregunto si quieren o no pesarse. Yo les intento explicar que a mí como profesional me da igual el peso, pero, es verdad que por mucha conciencia que intentemos hacer con los pacientes o en la sociedad, el peso es un concepto que está muy arraigado a nosotros. Creo que con el pesocentrismo tenemos un largo camino por recorrer. Y con la gordofobia también, pero creo que estamos ya en el camino correcto.

Tengo esperanza en las nuevas generaciones de sanitarios. Estamos cada vez más concienciados de que esta idea no sirve, se le hace daño al paciente y es una estrategia que no es adecuada aplicar en la mayoría de los casos. Tenemos mucho que hacer, pero creo que esa parte está evolucionando poco a poco. Sin embargo, siguen existiendo profesionales sanitarios

que tienen conductas que pueden hacer que se refuercen esos síntomas asociados con los TCA.
Nos queda un largo camino por recorrer, pero confío en que se acabe.

Anexo 3. Entrevista Patricia Palenzuela

Patricia Palenzuela Ramos es Psicóloga Sanitaria y experta en psiconutrición, con más de quince años de experiencia en el sector. Durante su trayectoria, ha desempeñado funciones tanto en el área Clínica como en Recursos Humanos, lo que le otorgó una visión más extendida sobre los procesos humanos, tanto a nivel individual como grupal. Desde el año 2017 trabaja por cuenta propia como psicóloga experta en psiconutrición, ayudando a pacientes de TCA desde el enfoque de la “no dieta”.

P. 1. Entre los trastornos de la conducta alimentaria más frecuentes se incluyen la bulimia nerviosa y la anorexia nerviosa, según la información que usted recoge desde su consulta, ¿tienen ambos la misma incidencia en la juventud actual?

En mi consulta tengo casos de TCA restrictivos, es decir, anorexia y trastorno por atracón. Casos de bulimia tengo muy pocos, no significa que no haya, sino que no llegan como tal. Si es cierto que los TCA van mutando, es decir, empiezan por un lado y terminan en otro. Por tanto, la persona que llega con un trastorno por atracón, normalmente ha empezado con una anorexia, ha mutado a bulimia y ahora es cuando está pasando por el trastorno por atracón.

No es sostenible un TCA único y exclusivo en el tiempo. El cuerpo al final intenta sobrevivir, entonces, empiezas con una anorexia y luego “buscas comida”, más tarde te da esa ansiedad, la culpa, remordimientos y vomitas, dándote un sentimiento de calma inmediato, desapareciendo casi en absoluto la ansiedad. Es aquí cuando, lógicamente, te quedas con la sensación de: “Ay puedo comer pero después vomitar, genial”. Pero claro, eso te genera trastornos digestivos y muta a trastornos por atracón.

En resumen, en mi consulta tengo quizás una incidencia de 1 caso de bulimia de cada 10 de anorexia.

P. 2. La ortorexia nerviosa aún no está incluida dentro del DSM-5, y por tanto, no está declarada aún de manera oficial como un trastorno alimentario. Pese a ello, la OMS estima que la ortorexia afecta a más del 28% de la población en países occidentales. Como profesional, ¿ha notado un aumento de casos de ortorexia nerviosa en los jóvenes? ¿Qué tipo de incidencia puede tener en comparación con la anorexia o la bulimia?

En mi consulta únicamente tengo un caso. Pero, bien es verdad que todo está mezclado. La ortorexia nerviosa es la obsesión por, como digo yo, comer “limpio”, ecológico, con el mínimo procesado. Ya no es ese miedo a engordar, ese sentimiento de querer bajar de peso, como en la anorexia. Sin embargo, todos empiezan con “quiero mejorar mi alimentación”.

Un TCA es multifactorial, depende de muchos hechos, pero, uno de los principales pensamientos que lo originan es “me estoy dando cuenta que como de determinada forma y quiero mejorar mi alimentación”, entonces es aquí cuando empiezan con San Google, Instagram, y todo un periplo de conductas alimentarias de riesgo, restringiendo, pensando que lo hacen bien, que comen “sano”, pero, cuando nos metemos ahí siempre va a más.

P. 3. ¿En qué punto comienza a ser alarmante medir las calorías de los alimentos que consumimos? ¿Dónde finaliza la preocupación por cuidar nuestro cuerpo y da comienzo una obsesión con ello?

Para empezar, contar calorías no es algo que se deba hacer. ¿Por qué? Las calorías son unidades de energía, las unidades de energía que necesita el cuerpo. Por ende, cada día necesitamos una cantidad de energía diferente, porque el cuerpo es dinámico, no es estático. Siguiendo con ese patrón de “yo tengo que comer 1000 kcal diarias, porque es lo que debo comer para no engordar”, es ahí cuando empieza la obsesión por contar calorías.

En definitiva, contar calorías es una restricción, entonces, ¿cuándo empieza a ser perjudicial? Desde el minuto uno que empieza a hacerse la conducta, ya que no es adaptativo ni funcional contar calorías. Es como si tú me dijese que debo contar los pasos para vivir de manera sana. No, yo camino, cada día dependiendo de los planes que tenga. ¿Y eso es sano o no es sano? Es la intención detrás de la acción: ¿Para qué lo haces? Para controlar tu cuerpo.

P. 4. Desde su perspectiva, ¿existe, a nivel social, algún tipo de desencadenante clave en este tipo de trastornos?

Un factor social determinante sin duda es el canon de belleza asociado a la delgadez. El cómo logro ese ideal de delgadez asociado a la salud, a belleza, a tener una cierta importancia, empezar a ser más valorado o aceptado dentro de la sociedad.

Un factor social que, para mí, sobretodo y antetodo influye, es esta sociedad pesocentrista y gordofóbica, donde se asocia la delgadez a la salud y a sentirse reconocido dentro de la sociedad. Debido a toda la información que hay en internet, porque uno ve esos mensajes donde una persona delgada tiene determinadas cosas y va a determinados sitios, esa ventana de información que me da es que esa vida es la que quiero tener. Si yo pienso que esa persona vive una vida que yo quiero para mí, la voy a simular, a repetir, copiar. Y para ello, voy a hacer todo lo que creo que debo hacer o lo que me dice esa persona directamente.

P. 5. ¿Cree que han influido las redes sociales en el aumento de pacientes que sufren un TCA?

Totalmente sí. Las redes sociales son una ventana muy amplia donde una persona con un móvil en la mano puede acceder en cualquier momento, durante todo el día, a determinados volúmenes de información. Cuanto más tiempo dediquen a ver ese tipo de información, más influenciable serán. Por tanto, si ese tipo de información me dice que para ser valorado, querido o reconocido, tengo que cumplir con una serie de características corporales, voy a empezar hacer una serie de actividades para controlar mi imagen corporal: desde restricción, obsesión, sobreejercicio, conductas de *body checking*, etc. Cuanto más tiempo esté expuesto a ese tipo de contenido en Instagram o Tik Tok, más vulnerable seré.

Si es verdad que esto varía según las características personales de cada persona, claro. Todo es sumativo, que yo esté todo el día viendo ese contenido no significa que vaya a desarrollar un TCA, ya que este depende de varios factores unidos. Pero sí es cierto que este factor es muy potente. Estamos casi todo el día exponiéndonos a ese contenido, y como no hay una regulación, no se puede frenar.

P. 6. ¿Qué opina sobre el aumento de *influencers*, en la red social Instagram, dedicados a la difusión de contenido sobre cómo llevar un estilo de vida “saludable”?

Tú en tu casa puedes decidir qué es bueno o qué es malo para ti, pero desde el momento que tu voz es importante, porque te has convertido en una persona pública, y sabes que lo que sale de tu boca va a tener una cierta repercusión, uno tiene que cuidar mucho lo que dice, cómo lo dice y cuándo lo dice.

Yo, en concreto, a Carlos Ríos voy a lanzarle un órdago de fé. A lo mejor la base de la idea de él estaba bien: “Hay que comer como nuestras abuelas, más comida real”, como dice él. La idea en sí no está mal, el problema es que el ser humano tiende a polarizar: bien-mal, todo-nada, nunca-siempre. Al ser humano le cuesta mucho vivir en el medio. Si tú, que tienes una voz y un contenido que llega a mucha gente, dices que eso es malo... mucha gente lo va a tomar a rajatabla. No todo el mundo tiene una madurez emocional ni está formado. Al final Carlos Ríos, nutricionista formado en materia sanitaria, me dice que comer ultraprocesados es malo, porque eso es veneno y eso me puede matar, pues, yo como espectador pienso que quiero vivir lo máximo posible, entonces, empiezo de poco a poco la tendencia a polarizar. Por tanto, el mensaje acaba creando obsesiones y la persona se va a involucrar cada vez más, creando un problema.

¿Hay *influencers* que sí utilizan bien las redes sociales? Sí, muchísimos. Si tu tienes una voz que sabes que va a llegar a mucha gente, tienes que tener mucho cuidado con lo que dices. Los *influencers* sí han influenciado. La ignorancia es muy atrevida, y ellos se han atrevido a decir que “si haces esto como yo vas a lograr los mismos resultados” y no, el cuerpo no es una plastilina. Cada cuerpo tiene una genética y lo que a ti te funciona quizás a mí no. Al igual pasa con las publicaciones de “qué como en un día”. Esto hace que nos comparemos, y las comparaciones son odiosas. Y eso va a originar que yo, como espectadora, salga perdiendo.

Si no estuviera metida dentro de esta área, incluso lo seguiría. Haría las recomendaciones que él hace. ¿Por qué? Porque cómo no voy a creer a un sanitario. No me lo está diciendo alguien cualquiera, me lo dice una persona que ha estudiado. En definitiva, yo creo que la idea estuvo bien, no veo mal que lo haya rentabilizado, porque nadie vive del aire, pero la forma en lo que lo ha transmitido, obsesionando, polarizando y demonizando los alimentos, es lo que yo no veo correcto. Porque para mí eso no es adaptativo.

P. 7. Hoy en día muchos de los comportamientos que adoptamos, a nivel nutricional, son a través de la influencia que ejercen en nosotros los contenidos que consumimos en redes sociales, ¿ve necesaria una regulación de los mismos?

Yo creo que esto es como todo: el uso y el mal uso. Por ejemplo, si en la televisión, los programas y la publicidad son regulados por una ley, lo mismo se debería hacer adaptado a las redes sociales, para que no todo el mundo ni todos los rangos de edad puedan acceder a

todo tipo de información.

Por tanto, sí creo que debe ser regulado. Aparte de esta medida, también es importante aumentar la psicoeducación en casa, o en los colegios, del uso o del mal uso que se hace con el acceso a las redes sociales. Todo ello se debería de regular, pero no desde la prohibición, sino desde una regulación por edades, contenidos, entre otros factores. Porque no todo vale.

P. 8. Existen datos que confirman que la mayor parte de los jóvenes, a la hora de modificar su dieta, consultan antes las redes sociales que una consulta médica, debido a la facilidad de acceso a información gratuita. ¿Ha notado este hecho durante los últimos años?

Podría decir que el 98% de las personas que acude a mi consulta se informa en las redes sociales antes de venir aquí. En un rango de edad entre once, que es la persona de menor edad que tengo, hasta los cuarenta años, todas se informan en las redes sociales. Cuando han visto que su situación se había complicado, sí acuden a un profesional, pero previamente no. Cuando comienza el pensamiento de querer mejorar la alimentación, acuden a internet. Las personas de más de cuarenta años sí que suelen acudir primero a un profesional.

P. 9. ¿En algún momento, dentro del proceso de terapia del paciente, se le restringe el uso de redes sociales?

Yo lo hago de una manera subliminal. Yo creo que, como todo en la vida, cuanto más prohibes más deseo tienes de hacerlo. Yo nunca he prohibido que miren cuentas o contenido en redes sociales, en cambio, yo psicoeduro. Siempre les pongo este ejemplo: les pregunto si tienen redes sociales, casi el total de los pacientes me dicen que sí. Les pregunto que si yo abriese mi Instagram y le diese a la “lupa”, qué me aparecería. Tras esto, les pregunto qué ocurriría si fuesen ellos los que abrieran su cuenta de Instagram. Entonces me dicen: cuerpos y comida. En este momento les pregunto si creen que realmente eso les hace bien, porque las comparaciones son odiosas. Entonces, es en esta reflexión cuando se suelen dar cuenta de la situación.

Nunca les digo que se las voy a quitar. Tiene que salir de la persona, sino, no hay verdadero cambio. No hay una integración de todo el proceso psicoterapéutico que estamos siguiendo.

Yo no soy partidaria de prohibir nada. Solo a una persona le he prohibido el ejercicio, y porque eran unos niveles muy peligrosos. Normalmente, prohibir no genera resultados adecuados. Hay que psicoeducar, dar información. Así es como ellas, ya que la mayoría de mis pacientes son mujeres, se dan cuenta y comienzan a dejar de seguir a perfiles. En la vida todo tiene que seguir una línea aritmética.

P. 10. En el caso de la OR, ¿puede ser el uso de las RRSS uno de los principales desencadenantes?

Sí, totalmente, es la información que más a mano tienen. Las redes sociales son casi más importantes que la televisión. Donde se consigue información es a través de San Google o las redes sociales. Con la OR, y con cualquier TCA, la primera información es siempre a través de las redes sociales. Ponen *hashtag* y palabras clave y empieza la obsesión.

Por tanto, desde que empezó toda esta información sobre la “comida real”, salió a la luz toda la información alrededor de la OR.

P. 11. Son varios los hechos que pueden llegar a confirmar que vivimos en una sociedad donde el concepto de “gordofobia” y “pesocentrismo” está arraigado a nuestro pensamiento sobre la salud. ¿Qué opina de ello?

Sobre todo y ante todo, la palabra gordofobia debería estar en algún lado. Esta sociedad tiende a la gordofobia por ese miedo a la palabra “gordo/a”, ya que se asocia a una persona vaga, perezosa, a la que no la quieren. Este hecho está influenciado por muchos factores, por ejemplo, desde la historia familiar de las personas, sobre todo en el caso de las mujeres, debido a esa violencia estética que hemos recibido y hemos normalizado, donde se nos dice que nuestro valor radica en la forma y tamaño de nuestro cuerpo, a partir de ahí es un suma y sigue, con comentarios como “si te engordas nadie te va a querer”.

Te lo dice tu madre, tu abuela, tu tía, que son tus referentes. Antiguamente no teníamos las redes sociales, con estos *influencers* que son los referentes de muchos jóvenes ahora. Si yo recibo constantemente estos mensajes, desde pequeña, de que según como sea mi cuerpo yo tengo mayor valía o no, se me va a querer más o no... por evolución queremos ser aceptados.

Por supervivencia queremos ser aceptados, y la supervivencia va de manadas. Entonces, si a mí se me está diciendo que, según la forma y tamaño de mi cuerpo, yo voy a ser desplazada, se van a burlar de mí... entonces voy a intentar cumplir con ese canon estético.

Yo hablo del entorno familiar, pero también el entorno médico influye. La paciente más pequeña que tengo tiene once años. Esta persona tiene un cuerpo no normativo, pese a que en su casa se come, como comúnmente se dice, de manera saludable. Pero su pediatra le dice que tiene que bajar de peso, y que tiene que bajar la barriga. No nacemos odiando nuestro cuerpo. Eso es un aprendizaje. Y si a mí una persona a la que yo considero con una sapiencia me está diciendo que mi barriga no es adecuada, será que la tengo que cambiar. Entonces, si ya desde el sistema de salud se nos indica que teniendo un determinado cuerpo voy a poder acceder a mejores servicios asistenciales, yo voy a intentar por todo lo posible ajustarme a eso, como si tengo que estar cinco días sin comer.

Tú como sanitario puedes estar buscando la salud de una persona, pero con las conductas que le estás haciendo hacer, como a un niño una dieta, le estás restando salud. ¿Por qué? Porque la restricción genera atracón. Si yo te prohíbo alimentos, el cerebro más lo desea, y cuando lo tenga presente más se lo va a comer. Una historia de dieta genera un TCA, por mucho que lo quieran camuflar como “mejorar un estilo de vida”. Todas las personas que tienen un TCA empezaron por una dieta. En busca de la salud, me la estás quitando.

El propio sistema de salud es gordofóbico. Tú, persona con cuerpo normativo, vas por un dolor de oídos y te atienden por un dolor de oídos. Una persona gorda va por un dolor de oídos y lo primero que le dicen es “tienes que bajar de peso”. Si yo soy una persona gorda y cada vez que voy al médico solo me dicen que tengo que bajar de peso, voy a dejar de ir al médico. Esto no solo tiene consecuencias físicas, también psicológicas. Entonces, como sanitario, ¿estás buscando la salud o estás buscando una estética? Porque relacionas peso-salud, y eso no es apropiado. No es $1+1=2$.

El concepto de salud en todas las tallas hay que mirarlo, puede existir salud en todas las tallas. La información es poder. Estamos en el siglo XVII, la cultura de las dietas no debería existir, no son sostenibles en el tiempo. Y esta información hay que darla.

Anexo 4. Entrevista Nieves Santolaria

Alabente es una Asociación para la Liberación de la Anorexia y Bulimia. Nace en 1995 como una entidad sin ánimo de lucro. Desde el año 2001 funciona como Centro de Día, siendo así la primera Asociación Española con Comedor Terapéutico especializado en TCA. Cuentan con un amplio equipo de profesionales, desde psicólogos, dietistas-nutricionales y trabajadores sociales. Nieves Santolaria es la psicóloga de la entidad, tras 23 años trabajando en Alabente, muestra su visión y lucha constante en contra de los Trastornos de la Conducta Alimentaria, favoreciendo la concienciación social y la comunicación para conseguir cambios en la sociedad.

P. 1. ¿Cuál es la labor que realizan en Alabente con los pacientes que padecen un TCA?

Cuando un paciente llega a Alabente es porque llama la familia o llama el propio paciente. Una cosa muy interesante que tiene Alabente es que trabajamos con ambos: familiares y personas afectadas. La familia es fundamental a la hora de recuperar a una persona que padece un TCA. Sí es cierto que hay personas que vienen sin familia que les apoye, y los acompañe, y también se pueden recuperar, pero cuando una persona viene con una red de apoyo es mucho más fácil.

Una vez la persona llega a la asociación, lo primero que se hace es, la administrativa, Raquel, coge y le da cita con Ana, nuestra trabajadora social. Ella es la encargada de hacer la acogida: le presenta la asociación, todo lo que hacemos y los servicios que tenemos. Es en este momento donde se valoran los recursos de esta persona. Pese a que Alabente es una asociación y funciona de manera privada, el 42% de los pacientes que llevamos ahora mismo llevan un tratamiento bonificado. Esto quiere decir que Alabente asume su tratamiento.

A partir de este momento, la persona pasa a llevar tratamiento psicológico, conmigo, y dietético con Chaxiraxi Bencomo, la dietista. En el caso de la familia, si quisieran, les damos información sobre los pasos del tratamiento.

Luego, tenemos un comedor terapéutico. También realizamos terapias de grupo y actividades, como yoga, para que mediten y reflexionen. Por otro lado, llevamos a cabo actividades terapéuticas, por ejemplo, una vez cada quince días realizamos una excursión fuera del centro:

nos vamos a un museo, alguna exposición, nos vamos de compras, entre otras.

Aparte, tenemos una escuela de familias, un grupo de familia exclusivo, para hablar, sin pacientes, de todo lo que les preocupa en casa y todo lo que les puede afectar. Por último, tenemos una actividad fundamental de prevención en centros educativos, sociales y sanitarios, donde hablamos sobre cómo prevenir un TCA, que hay que hacer con el autoestima, con la alimentación, con la imagen corporal, etc.

P. 2. La ortorexia nerviosa aún no está incluida dentro del DSM-5, y por tanto, no está declarada aún de manera oficial como un trastorno alimentario. Pese a ello, la OMS estima que la ortorexia afecta a más del 28% de la población en países occidentales. Como profesional, ¿ha notado un aumento de casos de ortorexia nerviosa en los jóvenes? ¿Qué tipo de incidencia puede tener en comparación con la anorexia o la bulimia?

Últimamente sí, ha habido un aumento en los casos de ortorexia, de personas que por querer comer sano llega un momento en el que consideran que ningún alimento es adecuado. Siempre cuento el caso de una chica que se quedó comiendo zanahorias de una huerta que consideraba ecológica. Finalmente, decidió dejar de comer zanahorias de la huerta, porque había una carretera que pasaba a 2 km y comenzó a tener la duda de que si eso podía estar contaminando las zanahorias.

Ha habido un aumento de ortorexia y un aumento de personas veganas que se han visto involucradas en un TCA, entendemos que ser vegano o ser vegetariano hay que hacerlo muy bien para estar bien nutridos, y muchas veces personas en proceso de desarrollo o gente joven puede tener luego dificultades y se acaba obsesionando. Además, hemos notado un aumento de casos de trastorno por atracón, sobre todo en mujeres de edad media, 40-45 años, donde se ha potenciado.

P. 3. ¿En qué punto comienza a ser alarmante medir las calorías de los alimentos que consumimos? ¿Dónde finaliza la preocupación por cuidar nuestro cuerpo y da comienzo una obsesión con ello?

Cuando esa acción no te permite vivir con normalidad. Yo voy al supermercado y

normalmente una compra pequeña la suelo hacer en 10 minutos. Una persona que atiende a contar las calorías puede tardar una hora más, eso ya no es funcional. Todo es patológico en el momento en el que no me permite vivir mi vida con normalidad, porque dejo de ir a un restaurante que me gusta, dejo de compartir con mi familia, con amigos, porque yo si veo un bocadillo y no soy capaz de pesar y medir todos los ingredientes que tiene para yo poder hacer un cálculo calórico de lo que tiene, no lo consumo, etc. Una cosa es que yo quiera saber la energía que estoy consumiendo y otra cosa es que lo tenga que controlar hasta tal punto que dejo de vivir.

P. 4. Desde su perspectiva, ¿existe, a nivel social, algún tipo de desencadenante clave en este tipo de trastornos?

No tendría por qué. Si es verdad que tiene un factor social que es fundamental, de hecho, en las sociedades que no son capitalistas y no están desarrolladas, que no tienen un acceso a ciertos alimentos, esto no existe. Pero, también es muy importante el factor biológico y psicológico. Es verdad que tiene un factor social que es fundamental para que exista, pero, yo creo que el psicológico es el más importante, una vez que la persona ya tiene un trastorno de la conducta alimentaria.

P. 5. ¿Cómo cree que han influido las redes sociales en el aumento de pacientes que sufren un TCA?

Influye y aumenta una barbaridad en los casos de TCA. De hecho, en el confinamiento y en la pandemia se llegaron casi a triplicar los casos. Llevo trabajando en Alabente veintitrés años, la primera vez que tuvimos que cerrar la agenda fue tras este periodo. Nos llamaban y no teníamos citas hasta dentro de seis meses. Una de los hechos que se creyó en la pandemia es que, después de los problemas de ansiedad, lo que más aumentaron fueron los TCA. Fue durante este tiempo donde la gente joven pasó de estar dos horas expuestos a redes sociales a estar ocho.

En esos meses, mucha gente engordó, porque comíamos más de lo que necesitábamos, y teníamos más tiempo para cocinar, dedicamos más tiempo a la comida. Otra gente adelgazó, porque dedicó su tiempo a cuidarse y a seguir en redes sociales a nutricionistas, etc. Muchos de ellos enfermaron, porque eso llegó a ser obsesivo y perdieron por completo el poder sobre su salud.

P. 6. ¿Qué opina sobre el aumento de *influencers*, en la red social Instagram, dedicados a la difusión de contenido sobre cómo llevar un estilo de vida “saludable”?

Cada uno es muy diferente. Yo, en mi lugar, no uso redes sociales. Tengo conocimiento de algunos perfiles, pero, yo diría que hay que tener mucho cuidado. Lo que veo, por lo que me han informado, incluso algún paciente, es que algunas cosas que pueden decir esos *influencers* están bien, y son buenas, pero otras no. Y esa información es muy peligrosa, cuando alguien por un lado me está aportando cosas positivas pero, por otro, me está alentando sobre una conducta que puede ser de riesgo, es una situación que puede confundir a una persona que no tiene conocimiento y está intentando buscar ayuda en alguien.

Muchas veces salen personas hablando de su experiencia, como por ejemplo su experiencia con un TCA. Hay mucha gente aquí que viene y se siente frustrada, porque ven como otra persona cuenta que le ha sido fácil salir de la enfermedad, y que a ellos le ocurre todo lo contrario. Y yo les digo que tengan cuidado. Quizás a una persona le fue fácil pero no todos somos iguales.

Según los mensajes de los *influencers* sobre la alimentación, mi opinión aquí es que nada es malo. Por ejemplo, el azúcar no es malo. Un día puedo ir a un cumpleaños y comerme una tarta y disfrutarla. No solo comemos físicamente por cómo afectan los alimentos, también es muy importante la parte psicológica. De hecho, también hay un hambre psicológica que tenemos que saciar. Tenemos que saber hacer un equilibrio entre la parte de que el alimento sea sano y también la parte en la que ese alimento me da la capacidad de disfrutar.

P. 7. Hoy en día muchos de los comportamientos que adoptamos, a nivel nutricional, son a través de la influencia que ejercen en nosotros los contenidos que consumimos en redes sociales, ¿ve necesaria una regulación de los mismos?

Sería interesante regular todos los contenidos a los que mucha gente, muy joven, está expuesta en redes sociales. La mayoría de las veces no es cierto lo que se difunde, incluso, la gran mayoría no son ni profesionales los que difunden esa información, son personas que han tenido una buena experiencia con algo, que son atractivas, que tienen carisma, pero luego lo que están expresando no genera beneficio alguno para la salud de las personas. De hecho, he

escuchado que a la gente le gustaría controlarlo.

P. 8. Existen datos que confirman que la mayor parte de los jóvenes, a la hora de modificar su dieta, consultan antes las redes sociales que una consulta médica, debido a la facilidad de acceso a información gratuita. ¿Ha notado este hecho durante los últimos años?

Sí. Hay mucha gente que utiliza las redes sociales para coger, como yo lo llamo, el doctor Google, para ver qué le pasa. Aquí también hay un problema, las conocidas páginas pro Ana y pro Mía, que son foros donde se anima a las personas a entrar en un TCA y a competir con otras personas que lo padecen. Por lo tanto, desde aquí, cuando hay mucha gente joven, se les pide a los padres un control parental de todo el acceso a redes sociales, porque muchas veces siguen a gente, o están metidos en Internet y no les está ayudando en su recuperación.

P. 9. ¿En algún momento, dentro del proceso de terapia del paciente, se le restringe el uso de redes sociales?

Yo intento no prohibir nada, intento hablarlo, hacerle entender a la persona que en este proceso para su recuperación no necesita el consumo de internet. Si lo considero, también informo a los padres sobre que esta situación es algo que no nos está ayudando y nos está frenando. Muchas veces las redes sociales enganchan, y pasa una cosa, cuando una persona entra en un TCA se aísla, es una de las consecuencias sociales, entonces necesita tener contacto con personas, y muchas veces las busca a través de internet.

P. 10. En el caso de la OR, ¿puede ser el uso de las RRSS uno de los principales desencadenantes?

Yo creo que cada vez la gente está más pendiente de las redes sociales. Hay una línea muy fina, a través de las redes sociales, publicidad, medios de comunicación, sobre el comer tan sano, que nos pasamos, de comer de una determinada manera que hay veces que se relaciona con un estilo de vida donde, en mi opinión, es muy peligroso. Con comentarios como “si como así estoy más sano”, cuidado. Al final, la gente joven suele obtener la información por las redes sociales, por ende, sí que puede que tenga una conexión. El hecho es que cada vez son más las

personas que pueden influir, opinar, y crear opinión sobre temas muy importantes y que pueden hacer mucho daño a la salud mental de las personas.

P. 11. Son varios los hechos que pueden llegar a confirmar que vivimos en una sociedad donde el concepto de “gordofobia” y “pesocentrismo” está arraigado a nuestro pensamiento sobre la salud. ¿Qué opina de ello?

Estamos muy centrados en el peso, en la imagen, en la estética. Yo creo que vivimos en uno de los momentos donde la gente está demasiado preocupada por verse bien. Yo veo a mucha gente joven con demasiadas ideas sobre cambiar su estética, cuando su estética no está mal.

Yo tengo aquí entrevistas con niñas de doce años, que aún no se han formado, y ya me dicen todo lo que quieren cambiar de su físico. Creo que la sociedad, lo que está es animando todo el rato a que seamos de una manera, y quizás no lo somos, ni lo seremos. Al final, nos hacen sentir mal por cómo somos, sin estar nosotros mal.

Cada vez hay unos estereotipos de belleza más marcados, y, además, cambian muy rápido. Es aquí donde la persona siente que cuando no se adapta a ese perfil no es válida. Yo he tenido chicas aquí que dicen: “A mí me encantaría ser modelo, pero como nunca voy a poder ser modelo, pues yo seré de las pocas personas que no lo puedan ser”. Tienen la sensación de que todo el mundo puede llegar a ser algo, menos ellas. Eso lo ha generado la sociedad, con comentarios como: “estás gorda”, “cuánto pesas”, “vas a engordar”. Mucha obsesión por el peso o la imagen. Todo lo que ayude a que una persona no se quiera y, por ello, baje su autoestima, yo lo veo muy negativo.

Anexo 5: Cuestionario ORTO-15 (Donini et al, 2015)

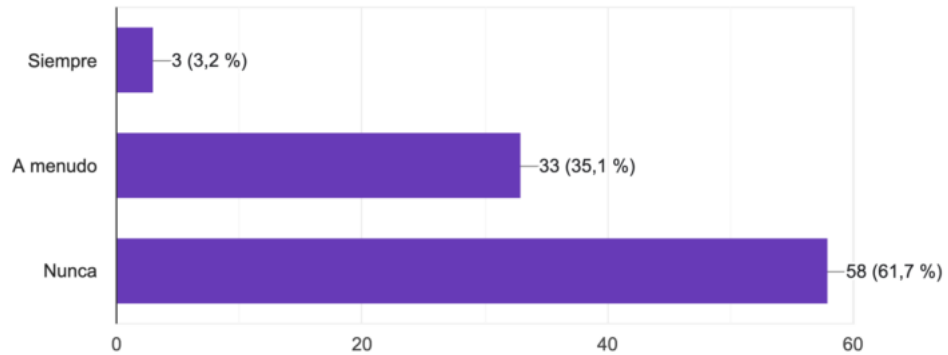
Preguntas	S	AM	A V	N
1. When eating, do you pay attention to the calories of the food?				
2. When you go in a food shop do you feel confused?				
3. In the last 3 months, did the thought of food worry you?				
4. Are your eating choices conditioned by your worry about your health status?				
5. Is the taste of food more important than the quality when you evaluate food? *				
6. Are you willing to spend more money to have healthier food?				
7. Does the thought about food worry you for more than three hours a day?				
8. Do you allow yourself any eating transgressions?				
9. Do you think your mood affects your eating behavior?				
10. Do you think that the conviction to eat only healthy food increases self-esteem?				
11. Do you think that eating healthy food changes your life-style (frequency of eating out, friends . . .)?				
12. Do you think that consuming healthy food may improve your appearance?				
13. Do you feel guilty when transgressing?				
14. Do you think that on the market there is also unhealthy food?				
15. At present, are you alone when having meals?				

S:Siempre, AM: A menudo, AV: A veces, N:Nnunca

Resultados del formulario OTRO-15

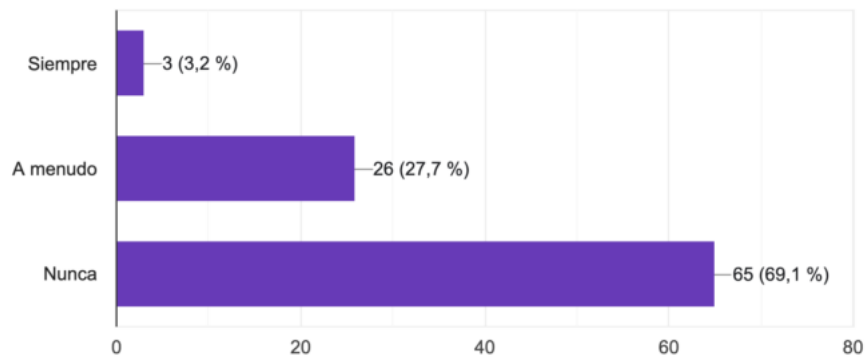
¿Cuándo come, se fija en las calorías de los alimentos?

94 respuestas



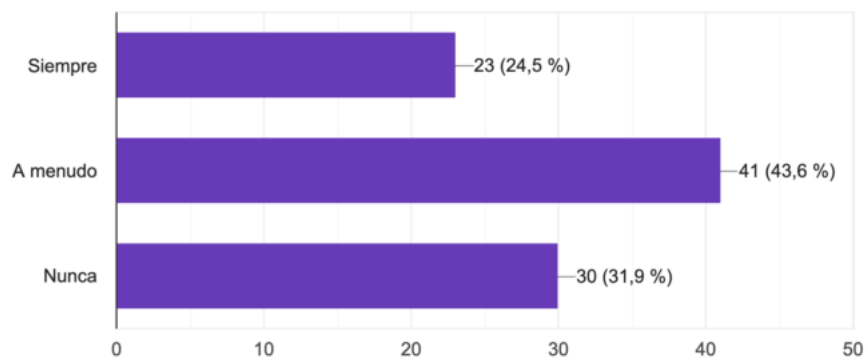
Cuando usted entra a una tienda de alimentos ¿se siente confundido?

94 respuestas



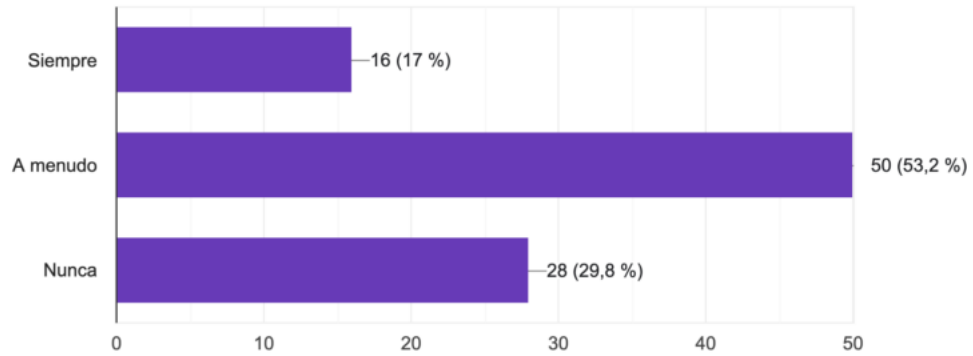
En los últimos 3 meses ¿pensar en la comida ha sido una preocupación?

94 respuestas



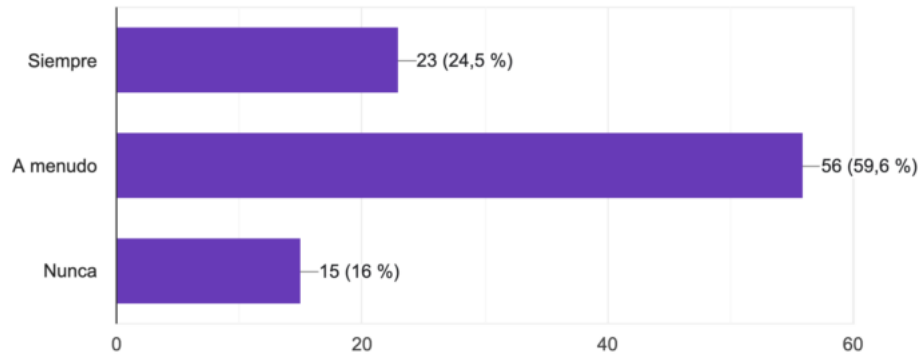
¿Sus hábitos de alimentación están condicionados por la preocupación por su estado de salud?

94 respuestas



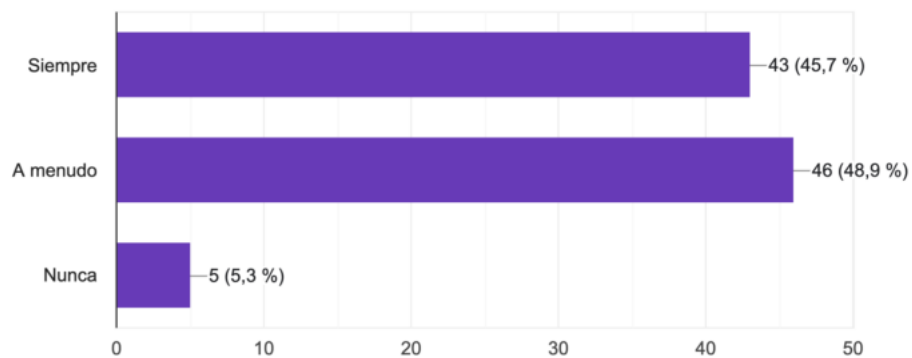
Para Ud. ¿Es el sabor el principal criterio a la hora de determinar la calidad del alimento?

94 respuestas



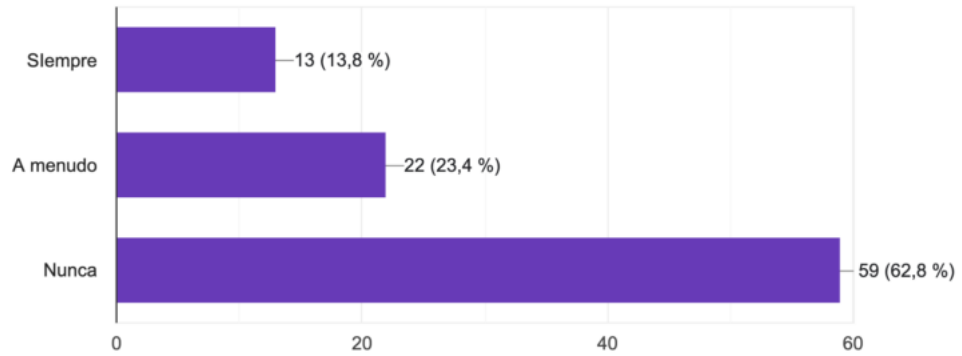
¿Estaría dispuesto a gastar más dinero por una alimentación más sana?

94 respuestas



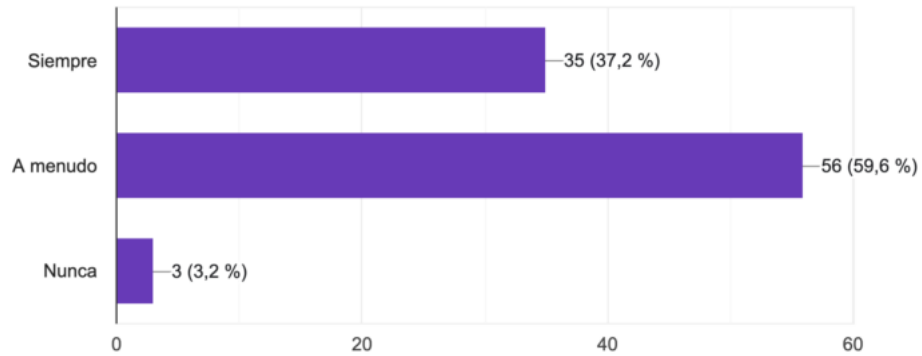
Pensamientos por una alimentación sana, ¿le preocupan más de tres horas al día?

94 respuestas



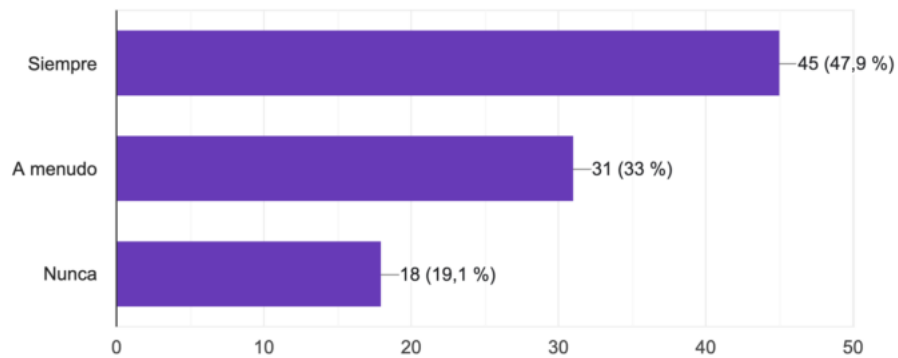
¿Se permite alguna infracción alimentaria? (Comer fuera de su "dieta" normal)

94 respuestas



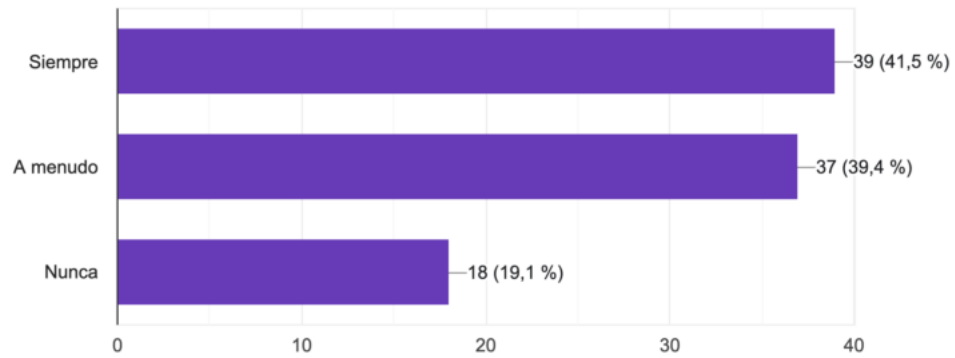
¿Considera que su estado de humor influye en sus hábitos de alimentación?

94 respuestas



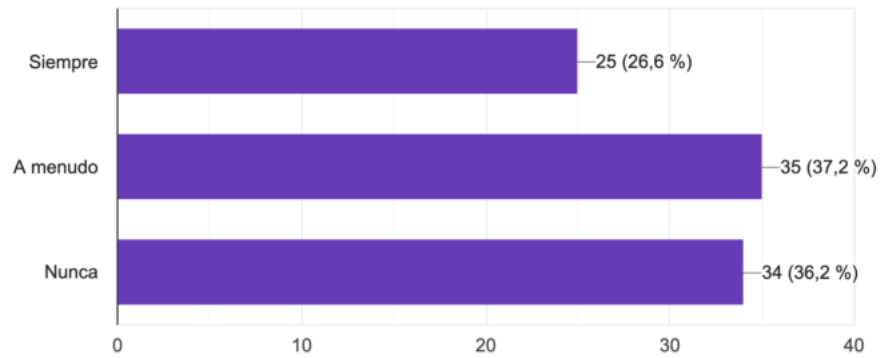
¿Considera que estando convencido de que consume alimentos saludables aumenta su autoestima?

94 respuestas



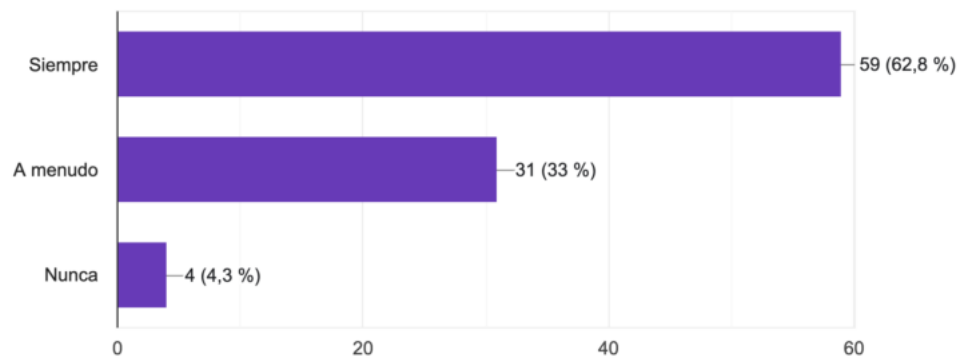
¿Considera que el consumo de alimentos saludables modifique su estilo de vida (frecuencia restaurante, amigos, . . .)?

94 respuestas



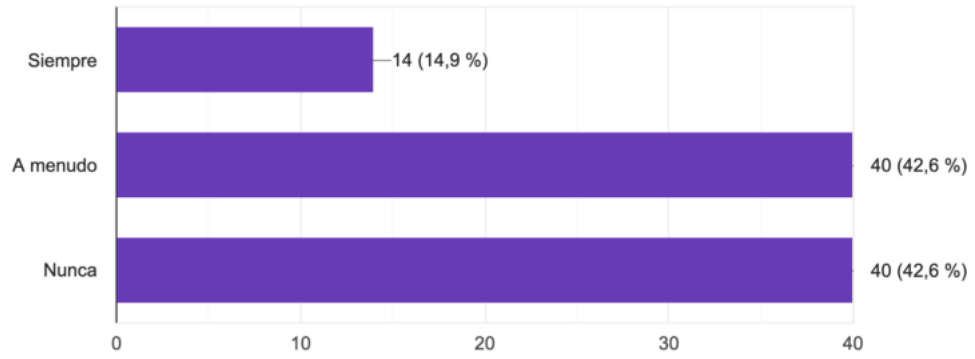
¿Considera que consumiendo alimentos saludables mejora su aspecto físico?

94 respuestas



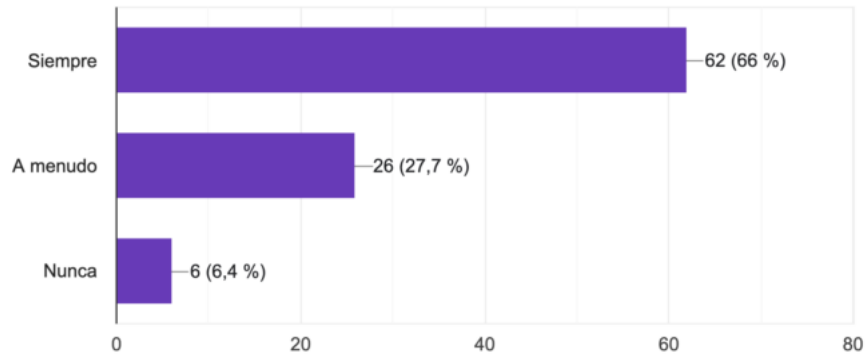
¿Se siente culpable cuando se salta su régimen?

94 respuestas



¿Cree usted que en el mercado también hay alimentos poco saludables?

94 respuestas



En la actualidad, ¿come solo?

94 respuestas

