

## Uso de redes sociales y consumo de alimentos en adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil

### Use of social networks and food consumption of young adults who attend gyms in the city of Guayaquil

María Magdalena ROSADO ÁLVAREZ<sup>1,3</sup>, Ruth Adriana YAGUACHI ALARCÓN<sup>1</sup>, Lisse Mishell LOMAS ROMERO<sup>1</sup>, Wellington Remigio VILLOTA OYARVIDE<sup>2</sup>, Carlos Luis POVEDA LOOR<sup>1</sup>

1 Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Facultad de Ciencias Médicas. Carrera de Nutrición y Dietética. Instituto de Investigación e Innovación en Salud (ISAIN).

2 Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Instituto de Investigación e innovación en Tecnologías y Producción (ITP).

3 Universidad de Guayaquil. Facultad Ciencias Administrativas.

Recibido: 22/agosto/2022. Aceptado: 1/noviembre/2022.

#### RESUMEN

**Introducción:** La capacidad de las redes sociales para influir en las audiencias de adultos jóvenes también ha despertado el interés de los profesionales de la salud pública como una plataforma potencial para la promoción de la salud.

**Objetivo:** Determinar uso de las redes sociales y consumo de alimentos de adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil.

**Materiales y Métodos:** Estudio transversal de tipo descriptivo. Se trabajó con una muestra 509 adultos jóvenes de 18 a 26 años que asisten a diferentes gimnasios de la ciudad de Guayaquil en Ecuador durante los meses de julio a diciembre del 2021. Se recolectó la información por medio del uso de un cuestionario online estructurado y creado en Google forms previamente validado. Para la identificación de los hábitos alimentarios se utilizó el cuestionario semicuantitativo de frecuencia de consumo de alimentos.

**Resultados:** El 91,8% de los investigados usan casi siempre las redes sociales ( $p<0,018$ ), el tiempo promedio dedicado al uso de las redes sociales es de 1 a 2 horas por día (37,7%;

$p<0,048$ ) y la red social que más utilizan es Facebook (42,4%;  $p<0,0001$ ). Con respecto a la alimentación los jóvenes siguen páginas que brindan información sobre dietas (62,1%;  $p<0,0001$ ) teniendo la intención de prepararlas en algún momento (80,7%), la información es brindada por nutricionistas (63,5%;  $p<0,015$ ). De acuerdo con la frecuencia de consumo de alimentos (Tabla III) los investigados refieren una ingesta insuficiente de lácteos y derivados (84,1%;  $p<0,0001$ ), verduras y hortalizas (71,5%), frutas (78,2%;  $p<0,0001$ ), cereales y derivados (55,2%).

**Conclusiones:** Las redes sociales pueden influir en forma positiva o negativa en la conducta alimentaria de los adolescentes y adultos jóvenes, por lo cual es necesaria la educación alimentaria de expertos en nutrición para prevenir que las publicaciones engañosas puedan repercutir en el estado de salud del individuo.

#### PALABRAS CLAVES

Redes sociales; consumo de alimentos; adultos jóvenes; tecnología de información.

#### SUMMARY

**Introduction:** The ability of social media to influence young adult audiences has also piqued the interest of public health professionals as a potential platform for health promotion.

**Correspondencia:**  
Ruth Adriana Yaguachi Alarcón  
ruth.yaguachi@cu.ucsg.edu.ec

**Objective:** To determine the use of social networks and food consumption of young adults who attend gyms in the city of Guayaquil.

**Materials and Methods:** Cross-sectional descriptive study. We worked with a sample of 509 young adults from 18 to 26 years old who attend different gyms in the city of Guayaquil in Ecuador during the months of July to December 2021. The information was collected through the use of a structured online questionnaire created in Google forms previously validated. For the identification of eating habits, the semi-quantitative food frequency questionnaire was used.

**Results:** 91.8% of those surveyed almost always use social networks ( $p=0.018$ ), the average time spent using social networks is 1 to 2 hours per day (37.7%;  $p=0.048$ ) and the social network they use the most is Facebook (42.4%;  $p<0.0001$ ). Regarding food, young people follow pages that provide information on diets (62.1%;  $p<0.0001$ ) with the intention of preparing them at some point (80.7%), the information is provided by nutritionists (63, 5%;  $p=0.015$ ). According to the frequency of food consumption (Table III), those surveyed report an insufficient intake of dairy products and derivatives (84.1%;  $p<0.0001$ ), greens and vegetables (71.5%), fruits (78.2%;  $p<0.0001$ ), cereals and derivatives (55.2%).

**Conclusions:** Social networks can positively or negatively influence the eating behavior of adolescents and young adults, which is why food education from nutrition experts is necessary to prevent misleading publications from having repercussions on the individual's health status.

## KEYWORD

Social networks; food consumption; young adults; information technology

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el mundo gira en torno a la cultura digital; influenciados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS). En este contexto, es relevante resaltar que más allá de los cambios tecnológicos a los que se enfrenta la sociedad, de Internet emerge una nueva dimensión de la cultura, propia de esta tecnología; producto de una nueva inteligencia social<sup>1</sup>. Así pues, las tecnologías de la información han permitido acrecentar cambios en toda una sociedad viabilizando el paso de la era industrial a la era de redes.

Las redes sociales ofrecen una plataforma social única que cubre las diferencias de origen, género, educación e interés profesional, y ahora pueden interconectar rápida y fácilmente a adolescentes y adultos jóvenes con intereses similares en diferentes partes del mundo. Además, son una forma potencialmente atractiva de ayudar a las personas a mantener dietas saludables y aprender sobre nutrición<sup>2</sup>.

El uso de redes sociales muestra otros múltiples aspectos positivos: creación de blogs, videos y páginas web que pueden desarrollar sentimientos de competencia, generación de elementos educativos, reforzamiento de relaciones creadas offline, educación sexual, promoción y prevención en salud<sup>4</sup>. En este marco, la información mediante el uso de las redes sociales se ha vuelto más disponible, compartida y personalizada, en cierta medida, la gente comienza a utilizar los beneficios de la información como preparación para algún propósito<sup>5</sup>.

La capacidad de las redes sociales para influir en las audiencias de adultos jóvenes también ha despertado el interés de los profesionales de la salud pública como una plataforma potencial para la promoción de la salud<sup>4</sup>. Se ha demostrado previamente que las redes sociales influyen en el conocimiento de la salud, con algunos estudios que identifican su influencia positiva en los adultos jóvenes a través del acceso a recetas y ejercicios saludables<sup>5-6</sup>.

Una revisión sistemática reciente identificó que las intervenciones nutricionales proporcionadas por las redes sociales dirigidas a adolescentes y adultos jóvenes conducen a mejoras dietéticas significativas en 11 de 16 estudios<sup>2</sup>. Los adultos jóvenes informan que las redes sociales son muy persuasivas hacia el comportamiento dietético a través de diferentes vías de influencia social. Esto sugiere que las normas sociales en la web son un aspecto importante para cambiar los comportamientos de salud de los adultos jóvenes<sup>7</sup>.

## OBJETIVO

Determinar uso de las redes sociales y consumo de alimentos de adultos jóvenes que asisten a gimnasios de la ciudad de Guayaquil.

## SUJETOS Y MÉTODOS

Se realizó un estudio transversal de tipo descriptivo con una muestra 509 adultos jóvenes entre las edades comprendidas de 18 a 26 años que asisten a diferentes gimnasios de la ciudad de Guayaquil en Ecuador durante los meses de julio a diciembre del 2021. Se recolectó la información por medio del uso de un cuestionario online estructurado y creado en Google forms en donde constaban más de 11 preguntas de opción múltiple. su distribución fue realizada mediante enlaces enviados a correos electrónico y/o otros medios de comunicación social. Una vez concluido el cuestionario conectado directamente en el Google forms, se recopiló la data en una hoja de Microsoft Excel, la recolección de los datos fue resultado de encuestas totalmente anónimas y no se recolectó información personal.

## Cuestionario de uso de redes sociales

Se elaboró un cuestionario de 11 preguntas sobre el uso de las redes sociales en relación con la alimentación, se realizó

su respectiva validación a través del juicio de expertos y prueba piloto. En el juicio de expertos participaron 4 nutricionistas clínicos obteniéndose un resultado en la prueba binomial de 89,0% que se interpreta como validez de contenido "buena". Asimismo, la prueba piloto se aplicó a 50 adultos jóvenes que asisten a gimnasios y posteriormente se aplicó el coeficiente del alfa de Cronbach obteniendo un resultado de 0,82 que indica una "confiabilidad excelente".

### Consumo de alimentos

Para la identificación de los hábitos alimentarios se diseñó una encuesta de frecuencia de consumo de alimentos, tomando en cuenta para la construcción el cuestionario validado de García D<sup>8</sup>, en la que se presentaron los alimentos agrupados en 8 categorías y en la que los participantes podían escoger una de las frecuencias: diario, semanal, rara vez o nunca. Una vez recolectados los datos se procedió a procesarlos de acuerdo a las recomendaciones diarias establecidas para adultos<sup>8</sup>, de acuerdo a los diferentes grupos de alimentos, considerando lo siguiente:

pectivamente, con una edad que osciló entre los 18 a 26 años. En la tabla I se muestra el uso de las redes sociales en función al sexo, se puede observar que el 91,8% de los investigados usan casi siempre las redes sociales ( $p=0,018$ ), el tiempo promedio dedicado al uso de las redes sociales es de 1 a 2 horas por día (37,7%;  $p=0,048$ ) y la red social que más utilizan es Facebook (42,4%;  $p<0,0001$ ). Con respecto a la alimentación los jóvenes siguen páginas que brindan información sobre dietas (62,1%;  $p<0,0001$ ) teniendo la intención de prepararlas en algún momento (80,7%), la información es brindada por nutricionistas (63,5%;  $p=0,015$ ). Además, expresan que las redes sociales que ellos siguen les ayuda a conocer sobre estilos de vida saludable (84,3%;  $p<0,0001$ ) y generalmente realizan búsquedas sobre alimentos probióticos que mejoren su sistema inmunológico (59,3%). Finalmente, los investigados consumen 2 a 3 comidas por día (60,9%;  $p=0,09$ ), siendo estas desayuno, almuerzo y cena. Las comidas que prefieren consumir con mayor frecuencia (Tabla II) son las elaboradas en base a carnes (46,6%;  $p<0,0001$ ).

	Insuficiente	Recomendado	Elevado
Lácteos y derivados (tazas/día)	<3	3-5	>5
Verduras y hortalizas(tazas o plato/día)	<2	2-4	>4
Frutas(unidades o tazas/día)	<2	2-4	>4
Cereales y derivados (unidades o tazas/día)	<2	2-3	>3
Carnes y derivados(filetes o piezas/día)	<2	2-3	>3
Grasas y aceites(cucharadas/día)	<2	2-4	>4
Comidas rápidas	No aplica	rara vez o nunca	diario o semanal
Snack	No aplica	rara vez o nunca	diario o semanal

### Análisis estadístico

Los datos fueron almacenados en un contenedor digital construido sobre EXCEL para OFFICE de WINDOWS. Se empleó el paquete estadístico SPSS versión 23.0 para el procesamiento de los datos y el análisis de los resultados. Para facilitar el procesamiento de datos se agrupó a la población de estudio por sexo. Con respecto a la naturaleza de cada variable se realizó un análisis descriptivo, y se realizó la prueba de chi cuadrado, con un nivel de significancia de  $p < 0,05$ .

## RESULTADOS

La muestra de investigación estuvo constituida por 186 varones y 323 mujeres que representó el 36,5% y 63,5% res-

De acuerdo con la frecuencia de consumo de alimentos (Tabla III) los investigados refieren una ingesta insuficiente de lácteos y derivados (84,1%;  $p<0,0001$ ), verduras y hortalizas (71,5%), frutas (78,2%;  $p<0,0001$ ), cereales y derivados (55,2%). Por otra parte, se observó un consumo en exceso de carnes (57,6%;  $p<0,0001$ ) y grasas (44,0%). En cuanto a las comidas rápidas (66,6%;  $p=0,034$ ) y snack (64,1%;  $p=0,001$ ) se ingieren dentro de los rangos normales, recomendándose lo menos posible.

## DISCUSIÓN

Los expertos del área de la salud, como los nutricionistas, aprovechan las redes sociales con fines profesionales y con-

**Tabla I.** Uso de redes sociales y alimentación en función al sexo

VARIABLES		SEXO				Total		Valor-P
		Masculino		Femenino		N°	%	
		N°	%	N°	%			
<b>Frecuencia con las que uso las redes sociales</b>	Casi Siempre	166	32,6	301	59,1	467	91,8	0,018
	A veces	19	3,7	22	4,3	41	8,1	
	Nunca	1	0,2	0	0,0	1	0,2	
<b>Tiempo que dedico por día al uso de las redes sociales</b>	1 a 2 horas	80	15,7	112	22,0	192	37,7	0,048
	3 a 4 horas	67	13,1	113	22,2	180	35,4	
	Más de 4 horas	39	7,7	98	19,3	137	26,9	
<b>Tipo de red social y sitio web que uso con mayor frecuencia</b>	Facebook	72	14,1	144	28,3	216	42,4	<0,0001
	Instagram	10	2,0	49	9,6	59	11,6	
	TikTok	28	5,5	87	17,1	115	22,6	
	YouTube	76	14,9	43	8,5	119	23,4	
<b>Sigo alguna red social, la cual brinda información sobre: alimentación, dietas o recetas</b>	Sí	88	17,3	228	44,8	316	62,1	<0,0001
	No	98	19,2	95	18,7	193	37,9	
<b>Cuando veo las publicaciones de comida saludable tengo la intención de hacer esas recetas</b>	Sí	146	28,7	265	52,1	411	80,7	0,328
	No	40	7,8	58	11,4	98	19,3	
<b>Considero que las redes sociales me ayudan a conocer estilos de vida saludable</b>	Si	141	27,7	288	56,6	429	84,3	<0,0001
	No	45	8,8	35	6,9	80	15,7	
<b>Considero que las cuentas de comida saludable influyen en mi alimentación</b>	Sí	118	23,2	243	47,8	361	70,9	0,005
	No	68	13,3	80	15,7	148	29,1	
<b>Las personas que te brindan información sobre nutrición generalmente son</b>	Entrenadores deportivos	27	5,3	30	5,9	57	11,2	0,015
	Influencers	6	1,2	18	3,5	24	4,7	
	Nutricionistas	126	24,7	197	38,7	323	63,5	
	Youtubers	27	5,3	78	15,3	105	20,6	
<b>Cuáles son tus Intereses de búsqueda de información alimentaria</b>	Comida rápida, pero sanas	33	6,5	57	11,2	90	17,7	0,529
	Legumbres	11	2,2	23	4,5	34	6,7	
	Nuevos alimentos	3	0,6	12	2,4	15	2,9	
	Probióticos	117	23,0	185	36,4	302	59,3	
	Recetas de cocina	22	4,3	46	9,0	68	13,4	
<b>¿Cuántas veces al día consume alimentos?</b>	1 vez al día	7	1,4	7	1,4	14	2,7	0,09
	2 a 3 veces al día	127	24,9	183	36,0	310	60,9	
	4 a 5 veces al día	52	10,2	133	26,1	185	36,4	

**Tabla II.** Alimentos preferidos de los investigados en función al sexo

VARIABLE	SEXO				Total		Valor-P	
	Masculino		Femenino		N°	%		
	N°	%	N°	%				
<b>Alimentos que prefiero consumir a diario</b>	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina)	113	22,2	124	24,4	237	46,6	<0,0001
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Cereales y tubérculos	10	2,0	0	0,0	10	2,0	
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Cereales y tubérculos, Snacks, jugos procesados o comida rápida	0	0,0	3	0,6	3	0,6	
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Frutas y verduras	10	2,0	34	6,7	44	8,6	
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Frutas y verduras, Cereales y tubérculos	11	2,2	19	3,7	30	5,9	
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Frutas y verduras, Cereales y tubérculos, Snacks, jugos procesados o comida rápida	13	2,6	12	2,4	25	4,9	
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Frutas y verduras, Snacks, jugos procesados o comida rápida	7	1,4	3	0,6	10	2,0	
	Carnes (pollo, carne de res, borrego, chanco, pescado, atún, sardina), Snacks, jugos procesados o comida rápida	0	0,0	3	0,6	3	0,6	
	Cereales y tubérculos	7	1,4	7	1,4	14	2,7	
	Frutas y verduras	7	1,4	94	18,5	101	19,9	
	Frutas y verduras, Cereales y tubérculos	3	0,6	4	0,8	7	1,4	
	Frutas y verduras, Snacks, jugos procesados o comida rápida	0	0,0	3	0,6	3	0,6	
	Snacks, jugos procesados o comida rápida	5	1,0	17	3,3	22	4,3	

vertirse en líderes de opinión, para ejercer influencia en las conductas y forma de pensar de los individuos y mejorar su salud<sup>4</sup>. Entre ellas, Facebook, la red más grande del mundo<sup>9</sup>. Dado que, una característica interesante de este medio social es la forma en que una aplicación puede propagarse entre cientos de usuarios, algo que constituye un punto que el atacante podría aprovechar fácilmente<sup>10</sup>. Según, en el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), se reportó que la red social Facebook fue la más utilizada con un 55,4% de los ecuatorianos<sup>11</sup>.

Los resultados del presente estudio reflejan que las páginas de la red social Facebook se utilizan de forma expresiva como medio de comunicación y para compartir información sobre

alimentación saludable y, principalmente, dietas<sup>12</sup>. Así pues, los internautas observan en las cuentas de comida saludable alimentos que son buenos para la dieta, lo que harán será intentar consumir dichos alimentos<sup>13</sup>. Dado que el medio de información sobre lo que es bueno para la salud no se consigue de las familias, sino de los medios sociales. Por lo que, un número cada vez mayor de intervenciones tecnológicas para la nutrición aprovechan la influencia de los pares en las redes sociales<sup>2</sup>.

El impacto que han tenido las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, etc.) en nuestro estilo de vida, llegando a convertirse en una herramienta imprescindible para el día a día, por consiguiente, en un estudio

**Tabla III.** Frecuencia de consumo de alimentos en función al sexo

FRECUENCIA DE CONSUMO		SEXO				Total		Valor-P
		Masculino		Femenino				
		N°	%	N°	%	N°	%	
<b>Lácteos y derivados</b>	Insuficiente	180	35,3	248	48,8	428	84,1	<0,0001
	Adecuado	6	1,2	75	14,7	81	15,9	
	Exceso	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
<b>Verduras y hortalizas</b>	Insuficiente	137	26,9	227	44,6	364	71,5	0,416
	Adecuado	49	9,6	96	18,9	145	28,5	
	Exceso	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
<b>Frutas</b>	Insuficiente	163	32,0	235	46,2	398	78,2	<0,0001
	Adecuado	23	4,5	88	17,3	111	21,8	
	Exceso	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
<b>Cereales y derivados</b>	Insuficiente	111	21,8	170	33,4	281	55,2	0,124
	Adecuado	75	14,7	153	30,1	228	44,8	
	Exceso	0	0,0	0	0,0	0	0,0	
<b>Carnes y derivados</b>	Insuficiente	27	5,3	11	2,2	38	7,5	<0,0001
	Adecuado	74	14,5	104	20,4	178	35,0	
	Exceso	85	16,7	208	40,9	293	57,6	
<b>Grasas y aceites</b>	Insuficiente	41	8,0	53	10,4	94	18,5	0,082
	Adecuado	59	11,6	132	26,0	191	37,5	
	Exceso	86	16,9	138	27,1	224	44,0	
<b>Comidas rápidas</b>	Normal	136	26,7	203	39,9	339	66,6	0,034
	Exceso	50	9,8	120	23,0	167	33,4	
<b>Snack</b>	Normal	101	19,8	225	44,2	326	64,1	0,001
	Exceso	85	16,7	98	19,3	183	35,9	

se encontró que los participantes informaron que el uso de las redes sociales facilitó la autogestión de los comportamientos relacionados al estilo de vida<sup>14</sup>.

En el ámbito de consumo de alimentos, la evidencia experimental también ha demostrado que la exposición a información normativa puede cambiar el comportamiento alimentario de los participantes<sup>15</sup>. Investigaciones evidencian que las redes sociales tienen impacto positivo y negativo en la conducta

alimentaria, siendo que el lado positivo se debe a la información respecto a la alimentación saludable a través de materiales educativos y educación nutricional, lo cual permite incrementar los conocimientos para la mejora de sus hábitos alimenticios como también su calidad de vida, sin embargo, el inadecuado manejo repercute de manera negativa debido a las horas empleadas y a la información no válida por lo que afecta al mal consumo de estos alimentos, ocasionando problemas alimenticios<sup>16</sup>. Finalmente, en un estudio realizado

por la Universidad de Aston, indica que los usuarios de las redes sociales tienen más probabilidades de comer frutas y verduras, pero también comida poco saludable, si bien es cierto, es que se sabe desde hace tiempo que las redes sociales han cambiado nuestra relación con la comida<sup>17</sup>.

Se ha observado que las redes sociales se han constituido en una fuente de información, por esta razón, el uso efectivo de las redes sociales como mecanismo de transferencia de información saludable, deberá ser información confiable y no engañosa para poder promover la salud de forma transparente mediante blogs, consejos clínicos y nutricionales para gran parte de adolescentes y adultos que las consumen<sup>18</sup>.

## CONCLUSIONES

Las redes sociales pueden influir en forma positiva o negativa en la conducta alimentaria de los adolescentes y adultos jóvenes, por lo cual es necesaria la educación alimentaria de expertos en nutrición para prevenir que las publicaciones engañosas puedan repercutir en el estado de salud del individuo.

## AGRADECIMIENTOS

A todos los participantes de la investigación por su apoyo en la ejecución del presente estudio.

## BIBLIOGRAFIA

- Gómez, R. R. (2017). Cibercultura, internet y salud móvil. *Universidad y Salud*. 2017; 19(2); 293-300.
- Chau M, Burgermaster M, Mamykina L. The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults—A systematic review. *International journal of medical informatics*. 2018; 120: 77-91.
- Akhmal B, Mohd N, Baharudin B. A case study on travel information from social network—Focus in Facebook and blogs in Malaysia. 2014 International Conference on Computer and Information Sciences (ICCOINS). 2014; 1-6.
- Moorhead M, Hazlett D, Harrison L, Carroll J, Irwin A, Hoving C. A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *J Med Internet Res*. 2013; 15(4): 1933.
- Vaterlaus J, Patten E, Roche C, Young J. Getting healthy: the perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Comput Human Behav*. 2015; 45; 151-157.
- Klassen K, Douglass C, Brennan L, Truby H, Lim M. Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *Int J Behav Nutr Phys Act*. 2018; 15(1): 1-18.
- Friedman V, Wright C, Molenaar A, McCaffrey T, Brennan L, Lim M. The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *J Med Internet Res*. 2022; 24(5):28-63
- Ladino L, Velásquez O. *Nutridatos: Manual de Nutrición Clínica*. 1ª Ed. Colombia: Health Book's; 2010.
- Chiu L, Ramírez H, Ruiz V. Facebook: Una experiencia universitaria. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*. 2013.
- Constantinos P, Alexandros A, Abraham C. "Social Networks as an Attack Platform: Facebook Case Study". Octava Conferencia Internacional sobre Redes. 2009; 1: 245-247.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). *Tecnologías de la Información y Comunicación-TIC 2019*. Disponible en: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2019/201912\\_Principales\\_resultados\\_Multiproposito\\_TIC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2019/201912_Principales_resultados_Multiproposito_TIC.pdf)
- Passos A, Vasconcellos-Silva R, Santos S. Curta e compartilhe: conteúdos sobre alimentação saudável e dietas em páginas do Facebook. *Interface-Comunicação, Saúde, Educação*. 2020; 24: 1-18.
- Fernández L. Influencia de las redes sociales en la alimentación saludable. Universidad Pontificia Comillas. 2019.
- Goodyear A, Boardley I, Chiou Y, et al. Uso de las redes sociales informando comportamientos relacionados con la actividad física, la dieta y la calidad de vida durante COVID-19: un estudio de métodos mixtos. *BMC Salud Pública*. 2021; 21(1):1333.
- Hawkins K, Farrow C, Thomas M. Do perceived norms of social media users' eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI? *Appetite*. 2020; 149: 04611.
- Quevedo A, Manrique Y, Silva V. Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios de los adolescentes y adultos: una revisión sistemática. Universidad científica del sur. 2020.
- Camacho S, Nava-González J, Apolinar E, Almendra R, Pérez A., Gamero A, Navarrete E. *Rev Esp Nutr Hum Diet*. 2022; 26(1): 1-7.
- Escobar M, Redrovan D, Villeda E, Santana A. ¿Somos conscientes del efecto de las redes sociales en nuestra nutrición? *Innovare: Revista de ciencia y tecnología*. 2021; 10(3): 178-180.