

# *Influencers:* ¿impactan en las conductas alimentarias de sus seguidores?

Minerva Sará Santillán-Rivera\*  
ORCID: 0000-0002-3573-4288

Ana Malintzin González-Martin\*  
ORCID: 0000-0002-9866-3077

<https://doi.org/10.29105/cienciauanl27.128-5>

\* Universidad de Guadalajara, Ciudad Guzmán, México.  
Contacto: [minerva.santillan@cusur.udg.mx](mailto:minerva.santillan@cusur.udg.mx), [ana.gonzalez@cusur.udg.mx](mailto:ana.gonzalez@cusur.udg.mx)





00:00:00

HD  
30

2

1

0,5X



Los *influencers* son personas con cuentas en redes sociales consideradas, por experiencia propia, expertas en temas de moda, maquillaje, belleza, *fitness*, deporte, viajes, tecnología y alimentación, fenómeno principal que se abordará a continuación. Aunado a ello, generan un impacto en sus seguidores respecto a la selección, consumo/compra y preferencia a ciertos alimentos, productos comerciales, ropa, etcétera (Almoussa *et al.*, 2020). Por ello, es importante cuestionar de qué forma las recomendaciones de los *influencers* que promueven un estilo de vida saludable podrían influir en el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo (CAR) en sus simpatizantes.

## ¿QUÉ SON LOS *INFLUENCERS* DE ESTILOS DE VIDA SALUDABLE?

Uno de los temas con mayor popularidad entre algunos *influencers* es el estilo de vida saludable (Qutteina *et al.*, 2019). Los creadores de contenido dedicados a este ámbito tienden a compartir sus hábitos alimentarios, destacando las comidas que consumen y sus rutinas de ejercicio, en especial los enfocados en la pérdida de peso o el mantenimiento de cuerpos delgados, tonificados y estéticamente aceptables. Además, acumulan una gran cantidad de seguidores a través de la colaboración en campañas de *marketing* relacionadas con bienestar, salud y belleza con el objetivo de promocionar sus productos, aunque no necesariamente sean consumidos por ellos mismos. Este aspecto cobra relevancia dado que la información que divulgan no siempre es 100% confiable y puede ser señal de la existencia de ciertos focos rojos, por lo que saber identificarlos podría mejorar la calidad de información que se consume en redes sociales.



# SEÑALES DE ALARMA EN LOS *INFLUENCERS* ENFOCADOS EN EL ESTILO DE VIDA SALUDABLE

Los creadores de estilo de vida saludable tienden a promover “dietas milagro” o “de moda” caracterizadas por la pérdida rápida de peso corporal mediante la restricción de calorías, la eliminación de alimentos o grupos de éstos y el consumo de suplementos. No obstante, tales regímenes suelen tener el conocido “efecto rebote”, denominado así por la recuperación total o mayor del peso perdido una vez que comen lo habitual, además de ser difíciles de cumplir en periodos prolongados, dado que implican pasar por estados de hambre y aislamiento de eventos sociales. Algunos efectos secundarios de este tipo de privaciones son las deficiencias de nutrientes, estreñimiento, deshidratación, pérdida de masa muscular, riesgo de cálculos renales, anemia, descalcificación de los huesos y sus consecuentes alteraciones fisiológicas (Winterman-Hemilson *et al.*, 2021).

A partir de lo anterior, sería importante reflexionar sobre las señales de alarma al momento de recibir información relacionada con alimentación sin evidencia científica, misma que puede poner en riesgo, directa o indirectamente, el bienestar de las personas (Lynn *et al.*, 2020). La figura 1 muestra algunas señales de alarma que se podrían identificar en el contenido que comparten los *influencers*. Dicha información ayudaría a disminuir la exposición a datos que podrían tener un impacto negativo.

Adicionalmente, se debe tomar en cuenta que un creador publica en su día a día sus comidas comúnmente bajas en calorías, sus rutinas de ejercicio, fotografías personales, suele mostrarse feliz y positivo, comparte los productos que diversas marcas le regalan, viaja en múltiples ocasiones, etcétera; pareciera la vida perfecta ¿no? Pero, ¿qué pasa con las *fans* que no practican este estilo de vida?, ¿qué pudiera ocasionar al exponerse a esta información? El interés por imitar a un *influencer* con un cuerpo delgado y estético (en su mayoría fotografías editadas) puede generar insatisfacción y un ambiente con una gran cantidad de estímulos aversivos, además de una alta probabilidad de que los seguidores realicen conductas alimentarias de riesgo (CAR).



Figura 1. Identificación de señales de alarma en *influencers* de estilo de vida saludable para disminuir el desarrollo de conductas alimentarias de riesgo (imagen: creación propia).

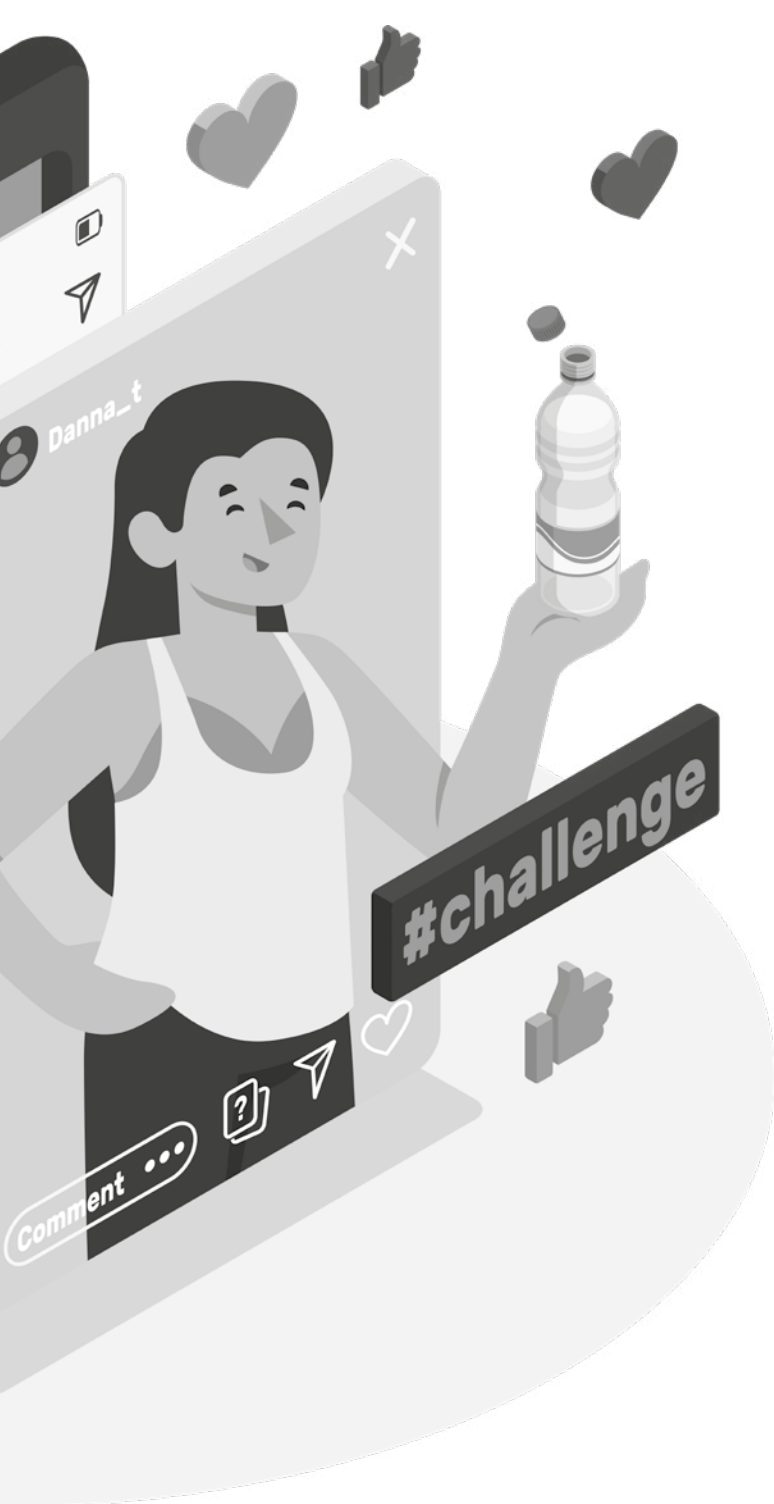
## ¿QUÉ SON LAS CONDUCTAS ALIMENTARIAS DE RIESGO (CAR)?

Las conductas alimentarias de riesgo (CAR) son un conjunto de hábitos inapropiados que al realizarlos podrían poner en peligro la salud y bienestar de las personas (Díaz de León *et al.*, 2019). Cabe aclarar que no es igual a un trastorno de la conducta alimentaria (TCA), sin embargo, podría ser señal o indicio de presentar este tipo de trastorno. Algunas CAR son la restricción o atracones de comida, ayunos, uso de laxantes, diuréticos, fármacos anorexigénicos, conductas purgativas autoinducidas, actividad física excesiva, entre otras (Villalobos-Hernández *et al.*, 2023).

## LOS INFLUENCERS Y SU RELACIÓN EN EL DESARROLLO DE CAR

La restricción de alimentos o el exceso de ejercicio son más fáciles de identificar en la población en general, pero en los influencers, la audiencia no considera tales prácticas como "banderas rojas", de alarma y tampoco se cuestionan hasta qué punto lo que promueven es saludable o no. Se ha señalado que las mujeres adolescentes y jóvenes expuestas constantemente a las redes sociales pueden tener efectos negativos en la percepción de la imagen corporal (insatisfacción de la misma), en consecuencia de estar en ambientes en los que se promueven dietas restrictivas o actividades para el control de peso (Aparicio-Martínez *et al.*, 2019). Asimismo, se ha asociado que a mayor uso de Instagram mayor tendencia a desarrollar ortorexia nerviosa, siendo esta red social, en comparación con otras, la principal relacionada con dicha alteración de la conducta alimentaria (Turner y Lefevre, 2017).





Ahora bien, ¿qué pasa con las personas que ya presentan CAR y son expuestas a contenidos de estilo de vida saludable? Algunas posibles respuestas que se podrían presentar son la culpa, vergüenza o tristeza, haciendo que aumente la probabilidad de que realicen las CAR con más intensidad y frecuencia, e incluso que desarrollen un TCA. Por el contrario, ¿qué pasa con los jóvenes que no presentan CAR, pero que están expuestos a imágenes, dietas y ejercicios enfocados en tener cuerpos perfectos que pueden observar en los influencers?, la respuesta se encamina a que podrían tener efectos respecto al ideal de un cuerpo delgado, la autoobjetivación y la comparación frecuente con otras personas, es decir, puede ser un factor de riesgo para el desarrollo de CAR (Cohen *et al.*, 2017).

## CONCLUSIONES

Ante la evidencia del impacto de los *influencers* en el desarrollo de CAR se desconoce, por otro lado, cómo y de qué forma influyen en el estado nutricional o psicológico de las personas. Es importante y necesaria la realización de investigaciones que revisen a detalle las consecuencias a partir del seguimiento de este tipo de cuentas, mismas que puedan incluir objetivos como comprender, describir, controlar y prevenir problemáticas relacionadas con conductas alimentarias a nivel social, político y educativo.

Además, cabe resaltar que el efecto que tienen los creadores de estilo de vida saludable en el bienestar de los ciudadanos conlleva una gran responsabilidad, desde quienes son *followers* o *fans* de estas cuentas, personas que desempeñan un trabajo en redes sociales o hasta los mismos *influencers*. Para finalizar, se dejan algunas preguntas que invitan a la reflexión, por ejemplo, ¿qué pasaría si los generadores de contenido divulgaran información con sustento científico?, ¿podrían tener un impacto positivo en la realización de conductas alimentarias de sus seguidores? En este sentido, regular la información publicada por personas que desco

nocen sobre temas de alimentación y nutrición debería ser algo que, si bien no es una tarea sencilla, desde este instante ya nos compete, responsabiliza y compromete a todos.

## REFERENCIAS

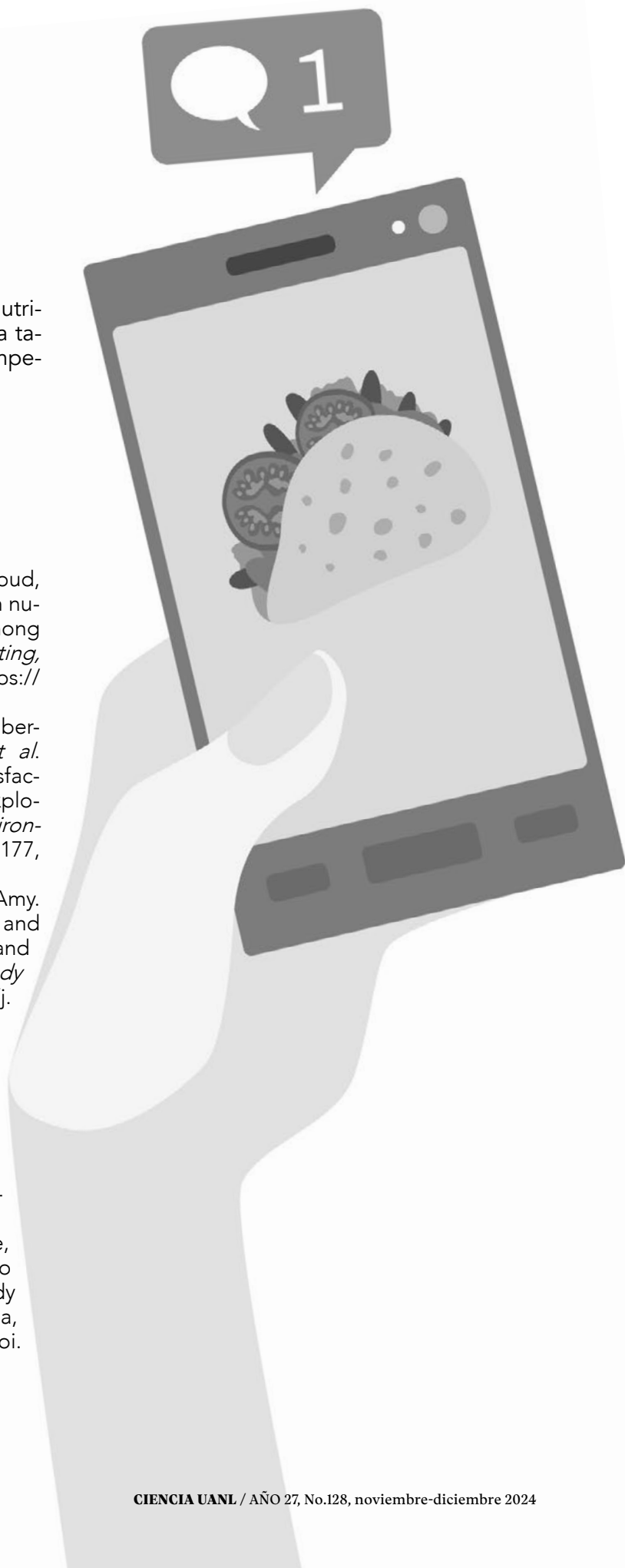
Almoussa, Moudi, Alsaikhan, Amani, y Aloud, Amal. (2020). The influence of social media on nutritional behavior and purchase intention among millennials, *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 8, 78-94, <https://doi.org/10.54663/2182-9306>

Aparicio-Martínez, Pilar, Perea-Moreno, Alberto-Jesús, Martínez-Jiménez, María Pilar, *et al.* (2019). Social media, thin-Ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: an exploratory analysis, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(21), 4177, <https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>

Cohen, Rachel, Newton-John, Toby, y Slater, Amy. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women, *Body Image*, 23, 183-187, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>

Díaz de León-Vázquez, Concepción, Lazarevich, Irina, Unikel Santoncini, Claudia, *et al.* (2019). Características asociadas a conductas alimentarias de riesgo en estudiantes universitarios de la Ciudad de México, *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 10(2), 196-206, <https://doi.org/10.22201/fe-si.20071523e.2019.2.506>

Qutteina, Yara, Hallez, Lotte, Mennes, Nine, De Backer, Charlotte, *et al.* (2019). What do adolescents see on social media? A diary study of food marketing images on social media, *Frontiers in Psychology*, 10, 2637, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02637>



Lynn, Theo, Rosati, Pierangelo, Leoni Santos, Guto, y Endo, Patricia Takako. (2020). Sorting the healthy diet signal from the social media expert noise: preliminary evidence from the healthy diet discourse on Twitter, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 8557, <https://doi.org/10.1002/hpja.563>

Turner, Pixie, y Lefevre, Carmen. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa, *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 22(2), 277-284, <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>

Villalobos-Hernández, Aremis, Bojórquez-Chapela, Ietza, Hernández-Serrato, María, *et al.* (2023). Prevalencia de conductas alimentarias de riesgo en adolescentes mexicanos: Ensanut Continua 2022, *Salud Pública de México*, 1-6, <https://doi.org/10.21149/14800>

Winterman-Hemilson, Berta, Ramírez-López, Erik, y Medellín-Guerrero, Alpha Berenice. (2021). Efecto de siete dietas populares en el peso y la composición corporal en adultos: una revisión sistemática, *RESPYN Revista Salud Pública y Nutrición*, 20(1), 30-39, <https://doi.org/10.29105/respyn20.1-4>

**Recibido: 14/02/2024**  
**Aceptado: 02/05/2024**

**Descarga aquí nuestra versión digital.**

---

