

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA LA LICENCIATURA EN NUTRICIÓN
PÁGINA DE APROBACIÓN

“Utilización de los medios de comunicación para obtener información sobre temáticas de alimentación y nutrición, de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC, en el año 2019”

Alumnas:

Bruno Martinez, Malen

Flores Grey, Marianella Judith

Verde, María Fernanda

Directora:

Mgter. Bocco Romina

Tribunal evaluador:

Mgter. Álvarez Di Fino Eliana

Lic. Martinich Erica María

Mgter. Bocco, Romina

Calificación final: _____

Córdoba: ___/___/___

***Artículo 28:** Las opiniones expresadas por los autores de este Seminario Final no representan necesariamente los criterios de la Escuela de Nutrición de la Facultad de Ciencias Médicas.*

ÍNDICE

Resumen	1
Introducción	2
Pregunta de investigación	5
Objetivos	7
• Objetivo General	8
• Objetivo específico	8
Marco teórico	9
• Medios de comunicación	10
• Redes sociales virtuales	13
• Las temáticas de alimentación y nutrición en los medios de comunicación	14
• El binomio jóvenes universitarios e internet	16
Hipótesis	18
Diseño metodológico	20
• Tipo de estudio	21
• Universo y muestra	22
• Criterios de inclusión	22
• Criterios de exclusión	22
• Selección y tamaño de la muestra	22
• Categorías de análisis y operacionalización de las variables	23
Técnica e instrumento de recolección de datos	25
Tratamiento y análisis de datos	27
Resultados	29
• Caracterización de la población según sexo y edad	30
• Medios de comunicación	32
• Temas de interés sobre alimentación y nutrición	38
• Utilidad de la información	40
Discusión	43
Conclusión	46
Bibliografía	50



EN
Escuela de
Nutrición | **FCM**



FCM
Facultad de
Ciencias Médicas



Universidad
Nacional
de Córdoba

Resumen

Área temática de investigación: Otras. **Autoras:** Bruno Martínez M., Flores Grey MJ., Verde MF., Bocco MR. **Introducción:** La variada expansión de la información mediante programas de televisión, radio, prensa escrita, internet y redes sociales, destinados a temáticas de alimentación y nutrición, dan cuenta de una amplia y omnipresente gama de propuestas discursivas sobre lo alimentario. **Objetivo:** Analizar la utilización de los medios de comunicación para obtener información sobre temáticas de alimentación y nutrición, por parte de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC, en el año 2019. **Metodología:** Estudio descriptivo, transversal, con enfoque mixto. Muestreo aleatorio. La recolección de datos se realizó con una encuesta semiestructurada. Se realizaron análisis descriptivos y se implementó el método comparativo constante para analizar datos cualitativos. **Resultados:** La muestra (n:39) quedó integrada por 83% de mujeres y la edad promedio fue 20 años. El medio de comunicación más utilizado para informarse sobre alimentación y nutrición fueron las redes sociales (90%), destacándose Instagram con 74%. Los temas de mayor interés fueron recetas y preparaciones culinarias (92%) y consejos de alimentación y nutrición (87%). La principal utilidad que le dan es obtener información (87%) y preparar recetas (56%). **Conclusión:** Los medios digitales, particularmente las redes sociales, se han convertido en la principal fuente de contenidos, utilizándose principalmente para obtener información y divulgar contenidos sobre temáticas alimentarias. Es necesario continuar investigando acerca de los usos y prácticas sociales de las herramientas digitales que realizan los estudiantes para su formación profesional y divulgación de información. **Palabras claves:** Medios de comunicación - Redes sociales - Alimentación y nutrición.



INTRODUCCIÓN

Los ámbitos en los que tiene lugar la comunicación en materia de salud son tantos como entornos tienen las relaciones humanas, incluidas las que se establecen en el marco del sistema sanitario. Existen diferentes medios de comunicación, vastos y variados, que tienen como principal finalidad informar, formar y entretener, entre los que se encuentran revistas, diarios, televisión, radio e Internet (Domínguez Goya, 2012). Es preciso destacar el papel fundamental y creciente que los medios de comunicación de masas tienen en las opiniones y actitudes públicas (Revuelta, 2006). Como señala Mark Deuze (2012), hoy en día ya no vivimos “con” los medios de comunicación, sino más bien “en” los medios.

La influencia de los medios de comunicación se concreta mediante la relación que existe entre la agenda mediática, es decir, los temas que reciben mayor cobertura periodística, en un contexto y un tiempo determinados, y aquellos que ocupan las prioridades en las preocupaciones de una comunidad o una población determinada denominada agenda social. Al priorizar unos temas frente a otros, estos medios de comunicación influyen a su vez en las agendas o en los temas considerados de importancia por la sociedad receptora, es decir la «agenda de los medios» influye en la «agenda social» (Mendizabal, 2014).

Actualmente la variada expansión de programas y canales televisivos, sitios temáticos en internet, espacios y suplementos en la prensa escrita, colecciones de libros destinados a la alimentación, la gastronomía y la salud, dan cuenta de una amplia y omnipresente gama de propuestas discursivas sobre lo alimentario (Bergero y *col.*, 2017).

Precisamente, mientras la tecnología avanza de manera vertiginosa, los jóvenes entran a la universidad sabiendo utilizar diversos aparatos tecnológicos, con distintas lógicas de pensamiento, con diferentes formas de aprender y de hacer sus trabajos académicos, con nuevas formas de comunicación y organización social y con otros modos de captar la realidad (Brunner, 2003).

En este marco, se considera esencial reflexionar e indagar acerca de los usos y prácticas sociales que desarrollan los estudiantes con estas

herramientas comunicacionales, más allá de las aulas, es decir, tomando en cuenta que son jóvenes que pertenecen a un espacio más grande que el representado por la institución educativa, con el propósito de conocer y comprender de manera más clara al estudiante universitario contemporáneo (Domínguez Pozos y col., 2015).

En nuestra Universidad, particularmente en la Escuela de Nutrición, no existen investigaciones referentes a la utilización que hacen los estudiantes sobre los medios de comunicación, particularmente a temas vinculados a lo alimentario, por lo que se consideró relevante recuperar las voz de los estudiantes con el propósito de conocer sus puntos de vista, experiencias y prácticas en relación al uso que le dan en su vida cotidiana.

La elaboración del presente estudio, se funda en el interés de abrir el debate sobre las características de los medios de comunicación más empleados, el interés sobre temáticas de alimentación y nutrición, y la utilidad que los estudiantes le dan a la información obtenida, entendiendo que se trata de sujetos en formación, que deben desarrollar un espíritu crítico en relación a la información que concierne al campo del Licenciado/a en Nutrición.



PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué medios de comunicación utilizan los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC, para obtener información sobre temáticas de alimentación y nutrición; y qué utilidad le dan a dicha información?



OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar la utilización de los medios de comunicación para obtener información sobre temáticas de alimentación y nutrición, por parte de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC, en el año 2019.

Objetivos Específicos

- Caracterizar a la población de estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición según sexo y edad.
- Identificar los medios de comunicación que los estudiantes utilizan para informarse sobre temáticas relacionadas a alimentación y nutrición.
- Reconocer las temáticas de mayor interés e indagación en los medios de comunicación sobre alimentación y nutrición de la población en estudio.
- Describir la utilidad de la información obtenida sobre alimentación y nutrición.



MARCO TEÓRICO

Medios de comunicación

La vida de las personas en sociedad se basa en una multiplicidad de relaciones materiales y simbólicas derivadas del indiscutible carácter social de la condición humana, y en los saberes e interacciones que entre dichas relaciones, se producen. En ese marco la comunicación entre las personas es central en el desarrollo y la caracterización de las relaciones humanas y de las construcciones culturales de una sociedad. Hoy en día existe una gran cantidad de actividades cotidianas que limitan el vínculo físico entre las personas, por ello hay diferentes maneras de comunicación que nos permiten estar en contacto con el mundo que nos rodea (Domínguez Goya, 2012).

Existen tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas) que coexisten, interactúan y se complementan entre sí en un hipertexto digital, interactivo y complejo, que integra en su diversidad, un amplio abanico de expresiones culturales (Castells Olivan, 2009).

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados para informar y comunicar datos procesados en versión textual, sonora, visual o audiovisual. (Sandoval y col., 1990). Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, en diferentes formatos y con variadas técnicas, logrando captar la atención del público (Domínguez Goya, 2012; Golovina, 2014).

Según el uso de tecnologías, los medios de comunicación se pueden clasificar de la siguiente manera:

-*Medios primarios*: Ligados al cuerpo sin necesidad de tecnología para su comunicación.

-*Medios secundarios*: Requieren el uso de tecnologías para emitir el mensaje, tales como folletos, diarios, revistas, entre otros.

-*Medios terciarios* (Medios electrónicos): Requieren el uso de tecnologías tanto del emisor como del receptor, tales como televisión, radio, entre otros.

-*Medios cuaternarios* (Medios digitales): Son producto del avance tecnológico, permiten que los individuos se comuniquen de manera bilateral y masiva al

mismo tiempo, tales como Internet, celulares, redes sociales, entre otros (Domínguez Goya, 2012).

Los diarios o periódicos son publicaciones escritas y gráficas que reúnen, evalúan y distribuyen información, y tienen como objetivo principal informar acerca de los acontecimientos de relevancia y trascendencia, a través de las noticias. Lo que resulta cierto es que a pesar de los intentos por atraer audiencia joven, el diario es, en su mayoría, leído por adultos interesados en las noticias actuales (Domínguez Goya, 2012). El interés por abordar periódicos en papel por parte de los jóvenes y adolescentes desciende progresivamente cada año; debido a la necesidad de atraer a ese público esquivo, aumentar su audiencia y disminuir el uso de papel, comienzan a ser digitalizados, acción que se torna posible por los avances tecnológicos en el campo de la informática (Díaz Noci y *col.*, 1999).

Las revistas son también publicaciones gráficas pero se dirigen a un público más específico. Ofrecen la posibilidad de presentar secciones de interés, y si bien no contienen noticias presentan análisis de acontecimientos noticiosos. Actualmente existen revistas por internet u on-line que refuerzan o complementan el mensaje de la edición impresa, u otras que son sólo digitales. Estas publicaciones permiten llegar al sector más joven de la población, reduciendo costos de impresión y ampliando ganancias por publicidad (Domínguez Goya, 2012).

Dentro de los medios de comunicación clasificados como terciarios, la radio es un medio que se caracteriza por ser únicamente auditivo y que conecta una transmisión a dos o más personas sin el uso de cables. La principal característica es su capacidad inmediata de acción ya que puede informar los hechos en el mismo instante en que están sucediendo. Con el crecimiento de internet, surge la radio on-line, que es utilizada por muchas estaciones como apoyo a su difusión tradicional abriendo así otro campo de una audiencia creciente (Domínguez Goya, 2012).

La televisión constituye un sistema de comunicación audiovisual, presentando como característica importante la emisión planificada. Su contenido está compuesto por información, entretenimientos, noticias, deportes, películas, entre otras, y permite a la población estar informada de los acontecimientos mundiales, nacionales e incluso locales (Hipperdinger y *col.*,

2015). Además, tiene efectos importantes en el comportamiento y las creencias de las personas, siendo un medio potencial, por su grado de motivación y eficacia, para promover el aprendizaje, puesto que en ella se reúnen voz e imagen a la vez (López y col., 2012).

En los medios cuaternarios se encuentra Internet, una red compuesta de varias redes; esto significa que todos los dispositivos se encuentran conectados en redes locales que a su vez se conectan a una red más grande, controlada por un servidor. Permite la comunicación a pesar de las distancias, tiempos y diferencias horarias, y el acceso a la información sobre los sucesos del mundo de forma inmediata, sin importar las barreras geográficas, demográficas, socioeconómicas, culturales e ideológicas (Rial, y col., 2014; Domínguez Goya, 2012).

Internet se volvió muy importante en la educación ya que acorta el tiempo de búsqueda de información para los estudiantes y permite al grupo docente enviar información a su estudiantado. A pesar de sus ventajas, hay que considerar que la información obtenida puede no ser confiable (Domínguez Goya, 2012). Es probable encontrar que se realice un manejo inapropiado de los mensajes ya que muchas veces poseen propósitos inadecuados, por lo que es necesario siempre corroborar la misma (Molina Prendes y col., 2019).

La relación de los medios de comunicación con las personas es bidireccional: por un lado, influyen en el comportamiento humano causando efectos cognitivos, afectivos y actitudinales, y por otro lado el público consumidor ya no es un usuario pasivo de la información, sino que también cumple el papel de comunicador, navegador y productor de información (Golovina, 2014). En este marco, Manuel Castells Olivan (1997) define a la sociedad actual como “Sociedades de la Información” las cuales son aquellas que junto a la tecnología facilitan la creación, distribución y manipulación de información, jugando un papel esencial en las actividades sociales, culturales y económicas. Si bien esta definición es anterior a la popularización de internet, es con el nuevo ecosistema digital que surgen nuevos problemas y retos; uno de ellos, y quizás el más importante, es el uso desmedido de internet que crea una sobreabundancia de información y una hipervelocidad de la comunicación.

El superávit de información supone grandes beneficios posibilitando el acceso a la información y al conocimiento, pero exige discernimiento y

dedicación para seleccionar la información adecuada, llevando a la gente a confiar en sus contactos de las redes sociales, como filtro de la abrumadora cantidad de información (Rainie y *col.*, 2012).

Redes sociales virtuales

Pierre Bourdieu (1997) manifiesta que la posibilidad de la interacción entre dos personas está determinada por el espacio ocupado por las mismas en el campo social. Así, pues, la viabilidad de un encuentro e interacción entre individuos depende de que compartan una posición similar en el plano del espacio social. Sin embargo, con el advenimiento de las nuevas tecnologías, la existencia de las comunidades virtuales en el ciberespacio facilitan la interacción de sujetos anónimos que reconocen a sus pares por intereses y necesidades similares y cuyas probabilidades de interactuar por fuera del ciberespacio, quizás sean reducidas o nulas (Aguilar Rodríguez y *col.*, 2010).

En la actualidad, cuando se habla de redes sociales, se hace referencia a redes sociales virtuales. El Ministerio de Educación de la Nación de Argentina (2010), las define como comunidades virtuales, plataformas donde se agrupan personas para compartir información, intereses comunes y relacionarse entre sí. La principal finalidad de sus usuarios es establecer contacto con personas desde diferentes partes del mundo ya sea para establecer un vínculo de interés particular, generar nuevas amistades, comercializar productos, difundir información general, entre otras interacciones posibles.

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno altamente masificado en Internet, su popularidad es indiscutible si se considera el número de personas que cada día se suman a ellas. Una de las más populares es la estadounidense conocida como Facebook que, si bien surge en el año 2004, se hace popular en el año 2010 en todo el mundo. Es una red social que resuelve dos de las necesidades consideradas más importantes por las personas: la de estar informadas y la de establecer relaciones sociales con las demás personas (El-Sahili González, 2014). No obstante, existe una migración de redes sociales por parte de los jóvenes, ya que Facebook dejó ser un espacio casi exclusivo de los mismos presentando una amplia integración del público adulto. Si bien los jóvenes mantienen sus perfiles en esta plataforma, aumentaron simultáneamente la participación más activa en otras redes como Instagram.

Dicha red cuenta en la actualidad con más de 900 millones de usuarios activos registrados en todo el mundo (Montoya Martínez, 2017; Marcelino y *col.*, 2015).

Actualmente estamos viviendo la transformación de personas receptoras pasivas de información a otras creadoras y exportadoras de la misma, donde los sujetos usuarios de las redes son quienes generan contenidos que van a ser utilizados por el resto, es decir son creadores y editores de sus propios espacios (Espinar Ruiz y *col.*, 2009). Así, en las redes sociales, existe un número significativo de cuentas donde se publican fotos y consejos relacionados con alimentación saludable, rutinas de ejercicio y actividad física. Sara Montoya Martínez (2017), sostiene que “en esta anarquía de contenidos, cualquier persona que posea una cuenta puede escribir y publicar en las plataformas virtuales, por ello dicha información no siempre es certera ni confiable”.

Por su parte Valentina Mafla Orozco (2016), menciona que uno de los aspectos de debate y cada vez más relevante en esta sociedad, es el papel que cumplen los líderes de opinión. La autora los describe como personas con características importantes a resaltar, y que pueden contar -o no- con un nivel de experiencia o credibilidad en un tema específico. Es interesante resaltar que dichas características, experiencia y credibilidad son construcciones simbólicas que pueden no representar conocimientos y saberes en concreto.

Las redes sociales en línea pueden ser una excelente herramienta para crear y transferir información, sin embargo nadie verifica que esa información sea veraz, sana y fiable. Sacarle provecho a estas herramientas depende en gran medida de las competencias informáticas de quienes las utilizan.

Las temáticas de alimentación y nutrición en los medios de comunicación

Los medios de comunicación de tipo masivo difunden distintas concepciones, consejos y conocimientos sobre el tema alimentación que podrían tener cierta influencia en orientaciones hacia el consumo y en el comportamiento de la población juvenil, por lo que sus mensajes pueden ser potenciadores o perjudiciales para la salud (Román y *col.*, 2010).

La variada expansión de segmentos, programas y canales televisivos que instituyen y difunden sobre lo bueno y lo malo con respecto a la salud y la alimentación, dan cuenta de una amplia y omnipresente gama de propuestas

discursivas sobre lo alimentario, que entran en tensión con las prácticas alimentarias y los cuerpos de los comensales (Bergero y *col.*, 2017).

Según lo planteado por la Organización Panamericana de la Salud (1997) “la información y comunicación para la salud son instrumentos importantes y poderosos para la adopción de los comportamientos sanos necesarios para prevenir y controlar las enfermedades transmisibles y no transmisibles”.

En este contexto, las políticas de salud pública especialmente aquellas destinadas al ámbito de la prevención, consisten en campañas informativas y publicitarias. Las mismas parten de una idea central: la información es la clave para cambiar las prácticas alimentarias de la población. Se plantea que provistos de la información necesaria, los sujetos cambiarían sus hábitos de vida para que fueran más saludables. Sin embargo, múltiples estudios han impugnado esta creencia ya que existe una gran distancia entre lo que se conoce sobre nutrición, y las prácticas de alimentación cotidianas (Criado, 2007).

Actualmente las personas consultan en Internet con la intención de resolver dudas e inquietudes en relación a la salud, siendo la alimentación y la nutrición los que ocupan el tercer puesto de lo más consultado on-line debido al interés que despiertan estos temas entre la población (González Soltero y *col.*, 2015). Las redes sociales se han convertido en un espacio que ofrece innumerables contenidos sobre alimentación y nutrición como recetas de comidas, preparaciones, productos para mejorar el peso corporal, videos, fotos, consejos para comer mejor, dietas, ideas para ejercitarse, entre otros (Lemos Carreras, y *col.*, 2016).

Cuando se realiza una búsqueda sobre un determinado tema en Internet o un perfil en una red social se tiende a confiar más en una persona que es o dice ser un profesional de la materia que de uno que no lo es. Esto se debe a que hay un gran número de perfiles cuya información sobre alimentación, nutrición y salud no están firmadas ni avaladas por personal médico o científico eludiendo, por tanto la responsabilidad sobre dichos contenidos, desvalorizando el trabajo de los profesionales de la nutrición, pudiendo llegar a causar grandes problemas como corromper la educación alimentaria de la población. Es importante considerar que los mensajes con “indicaciones o

recomendaciones para llevar una vida saludable”, pueden influenciar positivamente en algunas conductas alimentarias de las personas pero también pueden generar efectos contrarios a los esperados, en muchos casos, contraproducentes para la salud de las personas (Bergero, 2013; Deltell Cerdá, 2019).

Cabe destacar que hoy en día son muchos los profesionales que crean un perfil público en Instagram y, basándose en sus conocimientos, intentan siempre ayudar a sus seguidores realizando mayoritariamente Educación Alimentaria Nutricional permitiendo una “construcción colaborativa y democrática del conocimiento” (Lemos Carreras y cols, 2016; Deltell Cerdá, 2019).

El binomio jóvenes universitarios e Internet

Los más jóvenes son quienes hacen mayor uso de Internet para informarse sobre aspectos sanitarios, dado que se han criado bajo la influencia audiovisual y de las redes sociales (Gómez y col., 2011). Forman parte de una generación que ha crecido inmersa en las nuevas tecnologías, convirtiéndose Internet en parte integral de sus vidas. En este contexto entran a la universidad sabiendo utilizar diferentes aparatos tecnológicos, con distintas lógicas de pensamiento, formas de aprender, de hacer trabajos académicos, nuevas formas de comunicación y organización social y nuevas formas de captar la realidad (Domínguez y col., 2015).

Los estudiantes universitarios son, en general, una población con la posibilidad de acceder a un mayor nivel de educación que potencian su capacidad de aprendizaje y, en general, con acceso a la información “tradicional” y a las nuevas tecnologías, situación que, al menos teóricamente, debería suponer un privilegio en términos de formación y educación (Moreno Ruiz y col., 2013). En este sentido, las redes sociales se han convertido en fuente de contenidos ya que los jóvenes creen más relevante contar con acceso a alguna red para estar conectados, antes que contar con un televisor que les dé acceso a información “tradicional” (Domínguez y col., 2015).

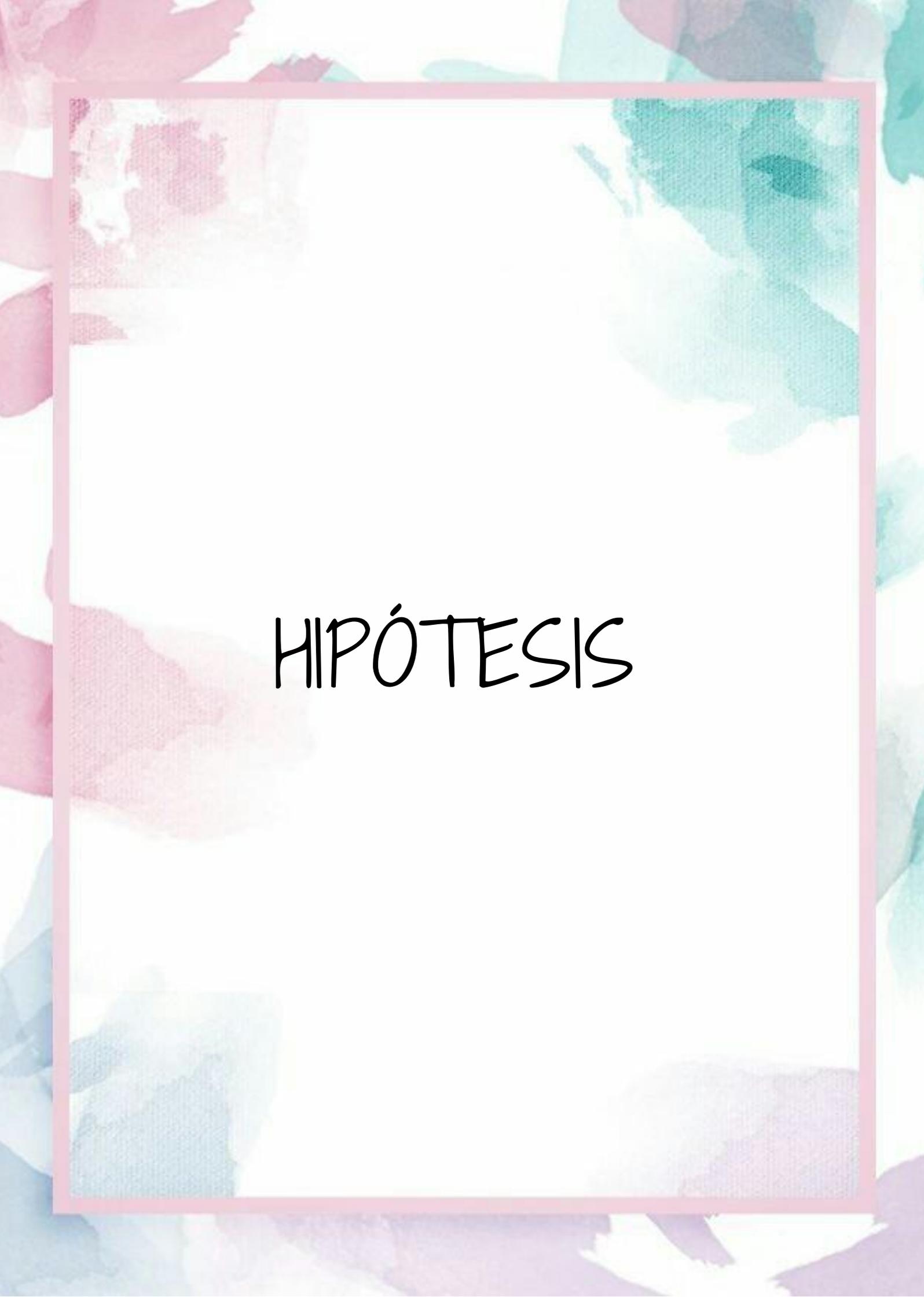
Por otra parte Martín Criado (2007), sostiene que el nivel de conocimiento y el grado de profundización en el abordaje de temas relacionados con alimentación y nutrición es un importante determinante de los

hábitos de consumo alimentario a nivel individual. Estos nuevos conocimientos se reinterpretan a partir de esquemas previos que llevan a asimilar más fuertemente unos e ignorar otros. Por ende, las personas no son meras receptoras pasivas de información, sino que son actores estratégicos que modulan tácticamente los conocimientos, para ser aplicados en la futura vida profesional y/o en beneficio de su propia salud.

Hay que tener en cuenta que, si bien el potencial de estos medios, en especial Internet y las redes sociales es enorme, el reto consistiría en despertar el interés para integrarlas como herramientas básicas de la enseñanza, aprovechando así sus amplias posibilidades comunicativas e informativas (Gómez y col., 2012).

La inobjetable incorporación de los medios de comunicación en la construcción de la sociabilidad y en la comunicación de los seres humanos, implica el acceso a diversos contenidos, de diversas fuentes, con distintos grados de veracidad, y genera intercambios diversos que permiten la construcción de saberes a partir de los contenidos que en ellos circula. Dentro de esos contenidos, la información sobre alimentación y nutrición, ocupa un lugar importante y debe ser abordada con perspectivas críticas y analíticas.

En el caso de los jóvenes universitarios particularmente, los medios de comunicación son el instrumento idóneo para acercar mensajes de prevención sanitaria. El uso cotidiano permite que se conviertan en un vínculo para poder informar e informarse, de ahí la importancia de que se instrumenten proyectos que contengan recursos en la red para lograr una adecuada transferencia en temas de salud (Santamaría Ochoa y col., 2016). En este marco, la formación profesional y el constante autoperfeccionamiento deben conducir a mejorar la calidad profesional, desarrollando capacidad crítica para comprender la realidad social, económica, política y nutricional, y contribuir así al desarrollo social integral (Navarro y col., 2015).

The image features a central white rectangular area framed by a thin pink border. The background outside this frame is a watercolor-style pattern with soft, blended colors including shades of pink, red, teal, and purple. The word "HIPÓTESIS" is written in a black, hand-drawn, uppercase font in the center of the white area.

HIPÓTESIS

- Las redes sociales son, en el año 2019, los medios de comunicación más utilizados por los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC para informarse sobre temas de alimentación y/o nutrición.
- La temática que más indagan los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC en el año 2019 en los medios de comunicación, es el referido a consejos o recomendaciones sobre alimentación y nutrición.



DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio

Este trabajo de investigación aborda la temática a partir de un estudio de tipo descriptivo, de corte transversal con enfoque mixto, donde se combinaron distintos métodos para la recolección de evidencia cualitativa y/o cuantitativa con el fin de describir, verificar o generar teoría.

Los estudios descriptivos buscan especificar características de personas, grupos o comunidades, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En ellos se seleccionan variables y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga. Los estudios de corte transversal, por su parte, son diseñados para medir la prevalencia de una exposición y/o resultado en una población definida y en un punto específico de tiempo, que no involucran seguimiento (Hernández Sampieri y *col.*, 2007). Además, el estudio es observacional ya que en el mismo se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural, no manipulando las variables; y con enfoque analítico debido a que se emplea para probar una o más hipótesis específicas a partir de los datos obtenidos en un estudio descriptivo (Schoenbach, 1999).

El enfoque cuanti-cualitativo, también denominado mixto, es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder a un planteamiento del problema o a preguntas de investigación. Se usan métodos de ambos enfoques y pueden involucrar la conversión de datos cualitativos en cuantitativos y viceversa (Pereira Pérez, 2011).

Universo y muestra

El universo estuvo conformado por la totalidad de estudiantes matriculados en el año 2019 en asignaturas de primer año de la Escuela de Nutrición, FCM, UNC.

Criterios de Inclusión

- Estudiantes que se encuentren matriculados y cursando el primer año de la carrera Licenciatura en Nutrición, Escuela de Nutrición, FCM, UNC.
- Estudiantes que brinden consentimiento para participar en el estudio.

Criterios de Exclusión

- Aquellos estudiantes que manifiestan no utilizar medios de comunicación para buscar información sobre alimentación y nutrición.

Selección y tamaño de la muestra

Se tomó una muestra de 40 estudiantes seleccionados al azar. Uno de los estudiantes quedó excluido de la muestra debido a que no cumplía con los criterios de inclusión propuestos, quedando conformada una muestra de 39 estudiantes.

Categorías de análisis y operacionalización de las variables

Definición teórica	Definición empírica	
	Dimensión	Categorización
<p>Género: Conjunto de creencias, prescripciones y atribuciones que se construyen socialmente tomando a la diferencia sexual como base.</p>		<ul style="list-style-type: none"> -Varón -Mujer
<p>Edad: Tiempo transcurrido a partir del nacimiento de un individuo.</p>		<ul style="list-style-type: none"> -18 a 20 años -21 a 23 años -24 a 26 años -27 a 30 años
<p>Medios de comunicación: Instrumentos utilizados para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual (Sandoval y col., 1990).</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Televisión -Revistas/diarios -Radio -Páginas de internet -Redes sociales virtuales -Otros 	<ul style="list-style-type: none"> -Frecuentemente lo utilizo -A veces lo utilizo -Nunca lo utilizo

<p>Temáticas sobre alimentación y nutrición: Conjunto de temas relacionados a la alimentación y nutrición.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Recetas y preparaciones - Consejos sobre alimentación y nutrición - Propiedades de los alimentos - Patologías - Dietas especiales - Veganismo/ vegetarianismo - Otros
<p>Utilidad dada a la información indagada: Uso que hacen los estudiantes en relación a la información que obtienen de los medios de comunicación.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Ampliar información. - Complementar información con la facultad - Aconsejar a otras personas - Preparar recetas



TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica que se utilizó para la recolección de datos fue una entrevista, utilizando como instrumento una encuesta semiestructurada, diseñada para la presente investigación, que fue completada por entrevistadoras previamente entrenadas, miembros del equipo de investigación. Se brindó un consentimiento informado a cada estudiante, donde aceptaron que sus entrevistas fueran grabadas, lo que posteriormente permitió un adecuado análisis de la información.



TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el ordenamiento de los datos recolectados durante las entrevistas realizadas a los estudiantes se diseñó una base de datos en Microsoft Excel. Posterior a ello se ordenaron los datos cuantitativos y se trataron analíticamente a partir de tablas de frecuencia absoluta y relativa y, medidas de tendencia central.

Las entrevistas fueron desgrabadas y transcritas textualmente en un archivo digital de texto. Posteriormente se procedió a analizar y categorizar los datos obtenidos.

El análisis de los datos cualitativos obtenidos en las preguntas abiertas de la encuesta se llevó a cabo mediante el uso del método comparativo constante. Se realizó una primera clasificación a raíz de la comparación de los datos entre sí a partir de la que se definieron las categorías centrales definidas como las que hacían referencia a los aspectos recurrentes de los datos. Una vez que estas categorías centrales saturaron, es decir, que no puede agregárseles nada nuevo, se las clasificó. Una vez finalizada la clasificación, se torna posible obtener una aproximación teórica a la situación en estudio (Vieytes, 2004).



RESULTADOS

Caracterización de la población según sexo y edad

La totalidad de la muestra quedó conformada por 39 estudiantes. Como se visualiza en la Figura 1 la mayoría fueron mujeres, siendo ésta una característica habitual de la carrera Licenciatura en Nutrición.

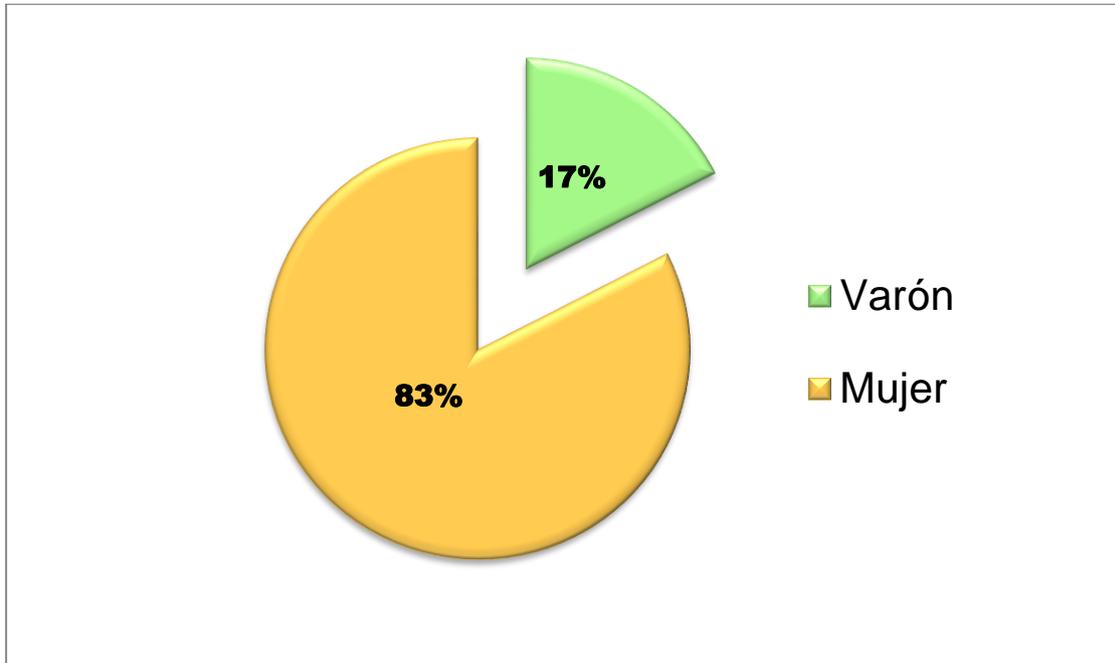


Figura 1: Distribución porcentual según sexo de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición

En relación a la edad de los encuestados, fue superior la población que se encontró dentro del rango de 18 a 20 años, con una edad promedio de 20 años.

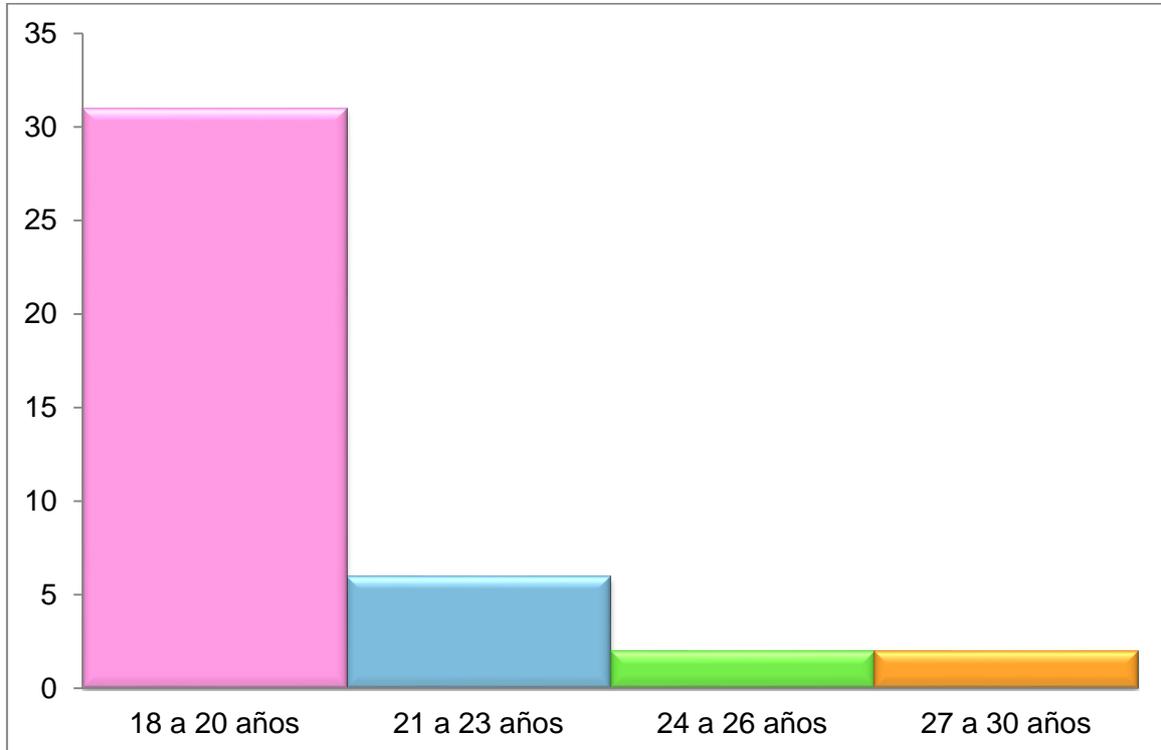


Figura 2: Distribución según edad de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición.

Medios de comunicación

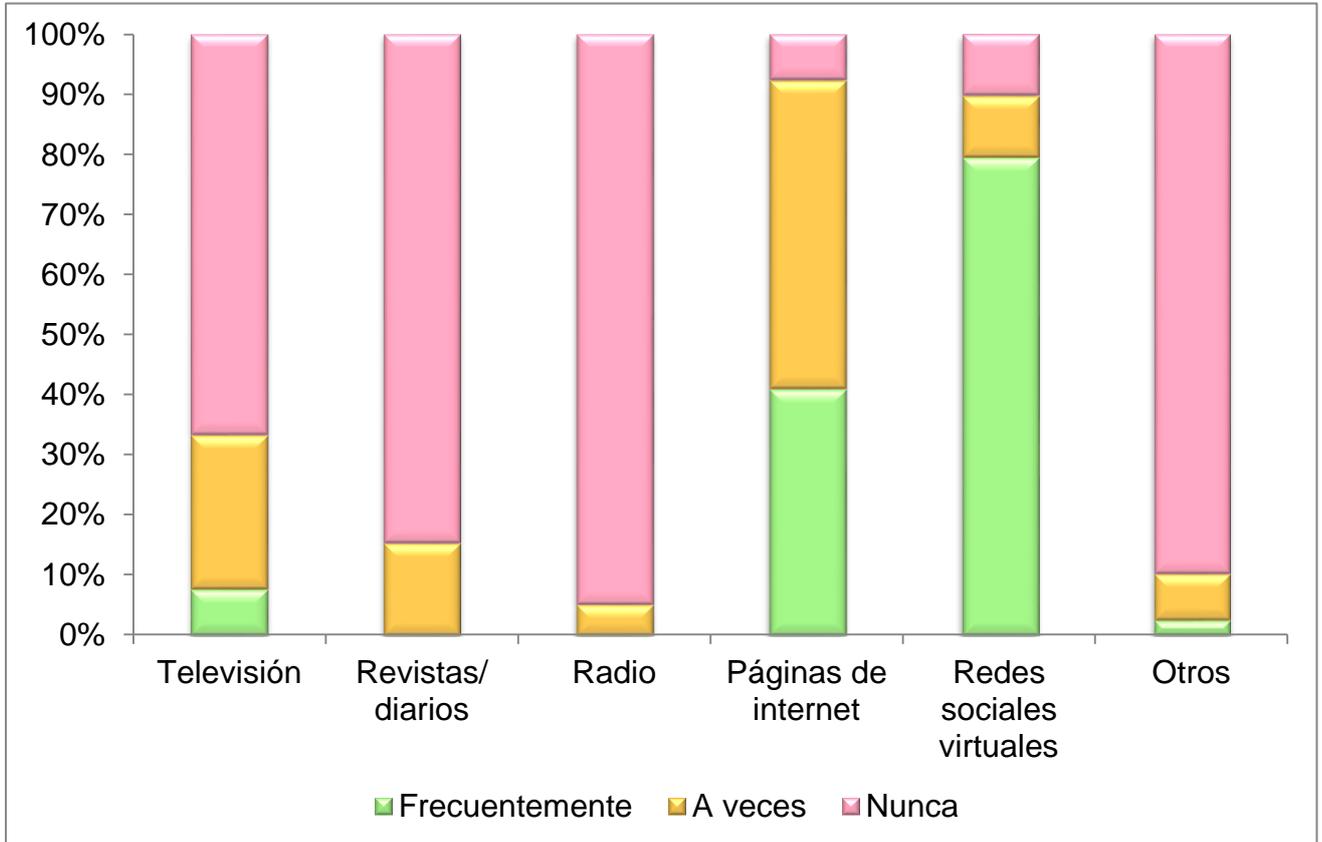


Figura 3: Distribución porcentual de la frecuencia del uso de los distintos medios de comunicación en estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición.

En la Figura 3, se observa que los estudiantes emplean como principal medio de comunicación las redes sociales virtuales, y en segundo término las páginas de internet. Se evidencia que el empleo de revistas, diarios y radio como medios de comunicación para indagar sobre alimentación y nutrición es reducido en esta población.

En la categoría “Otros”, los estudiantes mencionaron también como medios de información sobre la temática alimentaria a los libros, las aplicaciones de recetas, y los grupos de WhatsApp donde se intercambian información de alimentación y nutrición. Algunos refirieron:

E.¹N°11 “Veo más libros que son los que la profe nos indica como fuente bibliográfica”.

E.N°18 “Uso una aplicación que se llama Cookpad. Suben recetas y recomendaciones y las voy preparando durante el día”.

E.N°40 “Utilizo WhatsApp, tenemos grupos del gimnasio y por ahí nos pasamos tips o cosas que vemos que son mal comunicadas y eso”.

Aquellos estudiantes que manifestaron utilizar la televisión como medio para informarse sobre alimentación y nutrición (33,3%), mencionaron principalmente los programas televisivos: “Cocineros Argentinos” (n:6), “Cuestión de peso” (n:2), “Noticiero canal 12” (n:3) y “Lagarto show” (n:1). Algunos estudiantes comentaron:

E.N°19 “No es ningún programa específico, pero por ejemplo veía “Cuestión de peso” por cómo ayudaban con los objetivos de las personas que tenían sobrepeso y obesidad”.

E.N°35 “Lo que veo casi todos los días que estoy en casa es “Cocineros Argentinos” que está Diego Sivori, siempre me interesa esa parte. Me interesa porque habla mucho de la alimentación saludable”.

En relación al tipo de red social utilizada, los estudiantes señalaron que usan preferentemente Instagram con un 74,36%, seguido en orden de importancia por Facebook con el 23% y Twitter un 2,5% (Figura 4).

¹ En adelante E.N° se refiere a: Encuestado/a Número

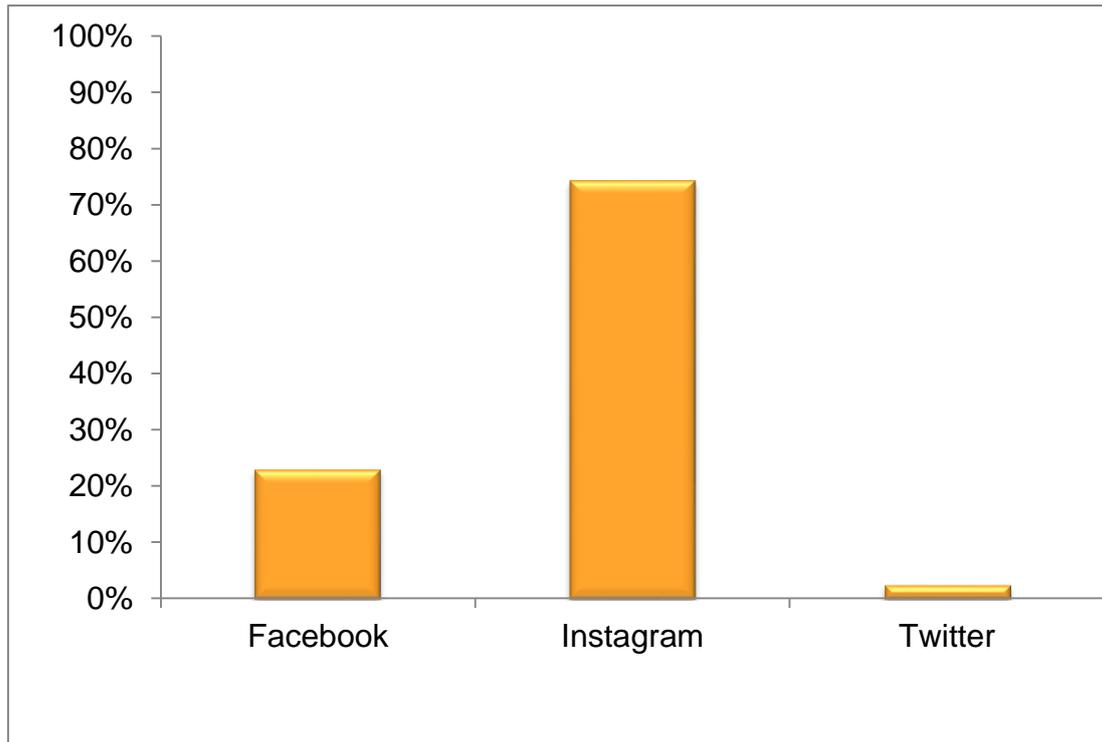


Figura 4: Distribución porcentual del uso de redes sociales virtuales para buscar información de alimentación y nutrición en estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición.

Para reconocer los principales intereses y tendencias en relación a los perfiles de Instagram más populares entre estos estudiantes, se les consultó si podían mencionar alguna cuenta. Si bien muchos no recordaban los nombres exactos de las cuentas que seguían, pudieron verificarlas en sus celulares durante la entrevista. La mayoría nombró al menos dos perfiles, mencionándose un total de 42 cuentas, se destacaron: @IntegralNutricion (n:9), @Nutricion.salud.arg (n:9), @Nutricion.ag (n:7) y @Nutriendo_habitos (n:5). Cabe resaltar que más de la mitad de las cuentas citadas (n:27) son administradas por profesionales Licenciados/as en Nutrición.

Cuando se consultó la razón por la que siguen estas cuentas, algunos destacaron que la modalidad de presentación de la información facilitaba la comprensión de algunas temáticas, lo que les permitía ampliar el campo de conocimiento de las mismas; otros manifestaron que las seguían porque se trataban de Licenciados/as en Nutrición resultándoles más confiables la información que brindaban. Algunas respuestas obtenidas fueron:

E.N°2 “Porque vi que son licenciadas en nutrición primordialmente y me dan confianza, además derriban muchos mitos de otras cuentas que dan mucha información de alimentación que no es certera”.

E.N°28 “Porque me encanta como tratan el tema de la alimentación, osea los post que hacen son muy informativos y claros. Yo que no tengo tantos conocimientos porque estoy en primer año, les puedo lograr entender lo que ellas quieren expresar, y aparte concientizan no de dietas sino como de un cambio de hábitos”.

E.N°39 “Sigo a muchas nutricionistas, que suben recetas y te hablan de alimentación, por ejemplo @nutrición.ag. Me interesan porque son Licenciadas en Nutrición y tienen sustentabilidad científica, no te está hablando cualquier persona”.

En relación al uso de la red social Facebook, los estudiantes pudieron dar cuenta solo de siete perfiles, correspondiendo en su mayoría a los mismos que se nombraron en Instagram, debido a la posibilidad que tienen estas redes sociales de duplicar la información de manera simultánea.

Solo un entrevistado manifestó buscar información sobre alimentación y nutrición en la red social Twitter, quien mencionó la cuenta @Nutritips, correspondiente también a una Licenciada en Nutrición.

El 92% de los estudiantes refirieron que utilizan internet como medio de comunicación para la búsqueda de temáticas vinculadas a alimentación y nutrición, destacándose el uso de páginas web en el 64%, seguido de Youtube en un 21% y, blogs/ foros con un 13%. Cabe aclarar que si bien dentro de páginas de internet todas las opciones propuestas en la encuesta son páginas web, nos pareció conveniente diferenciar Youtube y blogs/foros de las mismas para un análisis más exhaustivo.

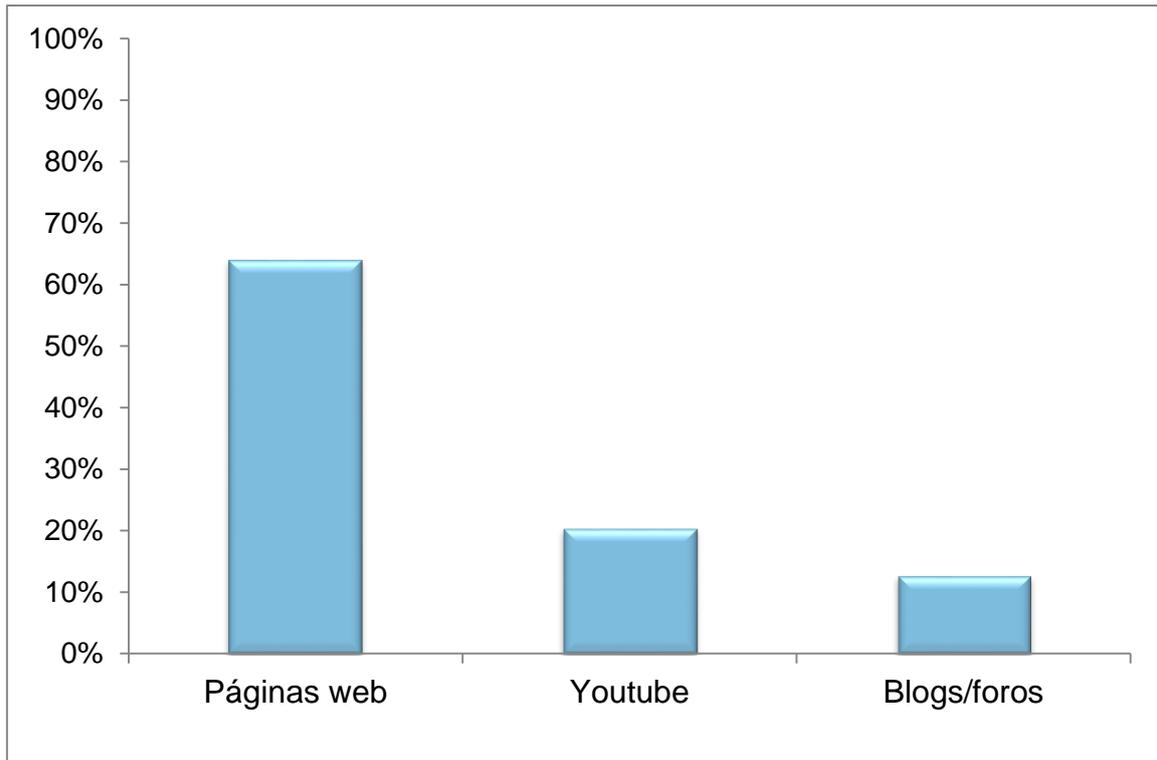


Figura 6: Distribución porcentual del uso de páginas de internet para buscar información sobre alimentación y nutrición en los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición.

Si bien la mayoría no pudo dar cuenta de ninguna página web en particular, mencionaron el uso de buscadores como Google, Pubmed, Medline, Scielo, principalmente para indagar información que les permitiera resolver dudas que se les presentan, ya sea de interés propio o para realizar trabajos académicos. Algunos encuestados comentaron:

E.N°4 “[...] pero de páginas web más que nada busco cuando tengo trabajos de la facu como medline, google académico”.

E.N°15 “Uso páginas web tipo google, busco fuente confiables pero ninguna específica. Busco alguna duda que tenga en el momento, o para la facu y listo”.

E.N°37 “[...] de páginas web utilizo las que nos recomendaron en la facu, por ejemplo Pubmed. Me interesan más que nada cuando no entiendo temas de la facu o por ahí cuando estas estudiando algo para saber más del tema o leer de otros lados si hay cosas nuevas”.

E.N°7 “[...] a veces busco en la página de la escuela de nutrición para informarme, en google académico o en páginas de revistas médicas”.

Aquellos estudiantes que refirieron utilizar YouTube, pudieron mencionar los siguientes canales: La capital, Sacha Fitness, Metabolismo Tv, Francis Holway, Leonardo Coscarelli y Nutrición y Salud. Se puede destacar que ningún canal se nombró más de una vez, y dos de los estudiantes que refirieron utilizar este medio no recordaban ninguno en particular.

E.N°1: “Miro a una chica que es nutricionista, sachafitness, esa es la que siempre miré”.

E.N°23 “Uso YouTube y páginas web. Busco algo específico o si me mandan algo lo veo y de ahí voy viendo los videos relacionados que aparecen al costado”.

E.N°31: “Si uso YouTube, miro el canal de Metabolismo Tv y el de Francis Holway”.

Dentro de Blogs/foros, un 13% de los encuestados afirmó usarlos pero no lograron mencionar ninguno en particular.

E.N°35 “No me acuerdo ningún blog en particular, pero a veces cuando publican en Instagram y entro a las noticias desde ahí referido a de las cosas que salen nuevamente, y que están en contra o nueva información, de eso estuve leyendo”.

Cabe destacar que algunos estudiantes (n:16) afirmaron verificar las fuentes de las que obtenían información, destacando en algunos casos como fuentes de verificación a profesionales Licenciados/as en Nutrición.

Mencionaremos algunos a continuación:

E.N°1: “Me interesa mucho ver gente que sepa sobre el tema, que esté centrada sobre el tema. Que no sean influencers que están muchas veces metidos, si no que sea gente profesional”.

E.N°10: “Me interesa ver cómo los profesionales toman los medios de comunicación que antes no se le daba mucha importancia, y ahora hay muchas personas que hablan sin saber de alimentación entonces estos nutris derriban mitos, y uno va aprendiendo cosas que pensaba que eran así y no lo son”.

E.N°13 “Trato de guiarme más sobre fuentes más confiables que solo internet porque hay paginas como muy generales y que hablan de todo pero después terminan siendo como nada”.

E.N°24 “Cuando busco en google por ejemplo, no busco ninguna página específica pero si me fijo que sean de fuentes confiables y seguras [...]”.

E.N°37 “Más que nada informarme para no realizar una dieta que sea perjudicial para la salud, o recomendarle a alguien algo que no le vaya a servir. Ya me ha pasado de escuchar consejos de gente que no estaba preparada y llegar a tener problemas de salud por eso”.

Temas de interés sobre alimentación y nutrición

Cuando se interrogó sobre las temáticas de mayor interés exploradas en los diferentes medios de comunicación, se pudo reconocer que la totalidad de los estudiantes se interesan en dos o más ejes temáticos vinculados a la alimentación y nutrición. Esto da cuenta de los diversos intereses que tienen sobre los contenidos relacionados al área investigada.

Como muestra la Figura 6, los temas más indagados fueron: primeramente recetas y preparaciones culinarias 92%, y en segundo término consejos de alimentación y nutrición 87%. El 77% también refiere que investiga sobre las propiedades nutricionales de los alimentos. Los estudiantes mostraron menor interés en temáticas relacionadas a las dietas especiales. En la categoría “Otros” se mencionaron temáticas como: actividad física, nutrición holística, lactancia materna, uso de agroquímicos y alimentación infantil, entre otros.

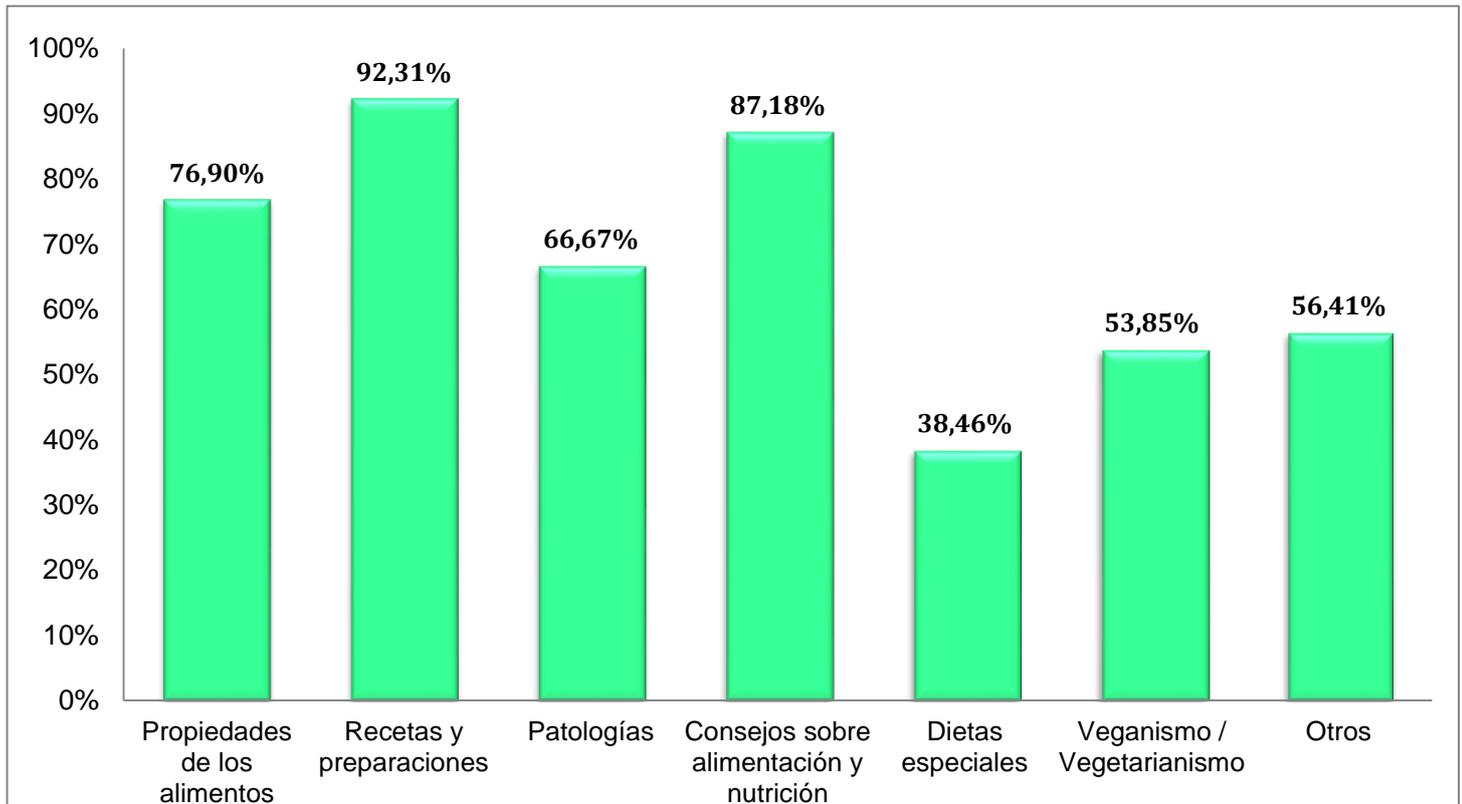


Figura 6: Distribución porcentual de las temáticas de interés en las que más indagán los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición

Se realizó un breve análisis de la información que compartían los perfiles de las redes sociales nombrados por los estudiantes, donde se observó que la mayoría no tenía especificidad temática, sino que comunican una amplia y heterogénea gama de temas relacionados con la alimentación y nutrición, como recetas, recomendaciones de prácticas alimentarias saludables, actividad física, dietas especiales, recomendaciones nutricionales para diversas patologías, entre otros.

En cuanto a las patologías que los estudiantes mencionaron que investigan, se destacaron la diabetes, obesidad y celiaquía, y en menor medida hipotiroidismo, anorexia y bulimia, patologías hepáticas y cardiovasculares.

E.Nº1 "Si, leo mucho de celiaquía y diabetes. Además son unas de las que más se ven en Instagram".

E.Nº17 "Suelo buscar mucho sobre diabetes para ayudar a mi papá que tiene diabetes por ejemplo, es para saber más sobre todo y así poder ir contándole a él".

Utilidad de la información

Se confeccionaron cinco categorías para analizar los resultados en relación al uso que le dan a la información obtenida de los diversos medios de comunicación. La totalidad de los estudiantes refirió que explora en los medios con diversos propósitos. Los resultados revelaron que el 87% lo hace principalmente para informarse o ampliar la información sobre la temática de interés, y el 56% llevar a cabo las preparaciones culinarias que más le interesaron en la búsqueda. Se destaca también un importante porcentaje de estudiantes (38%) que manifestó que la información que obtiene la utiliza para dar consejos a otras personas.

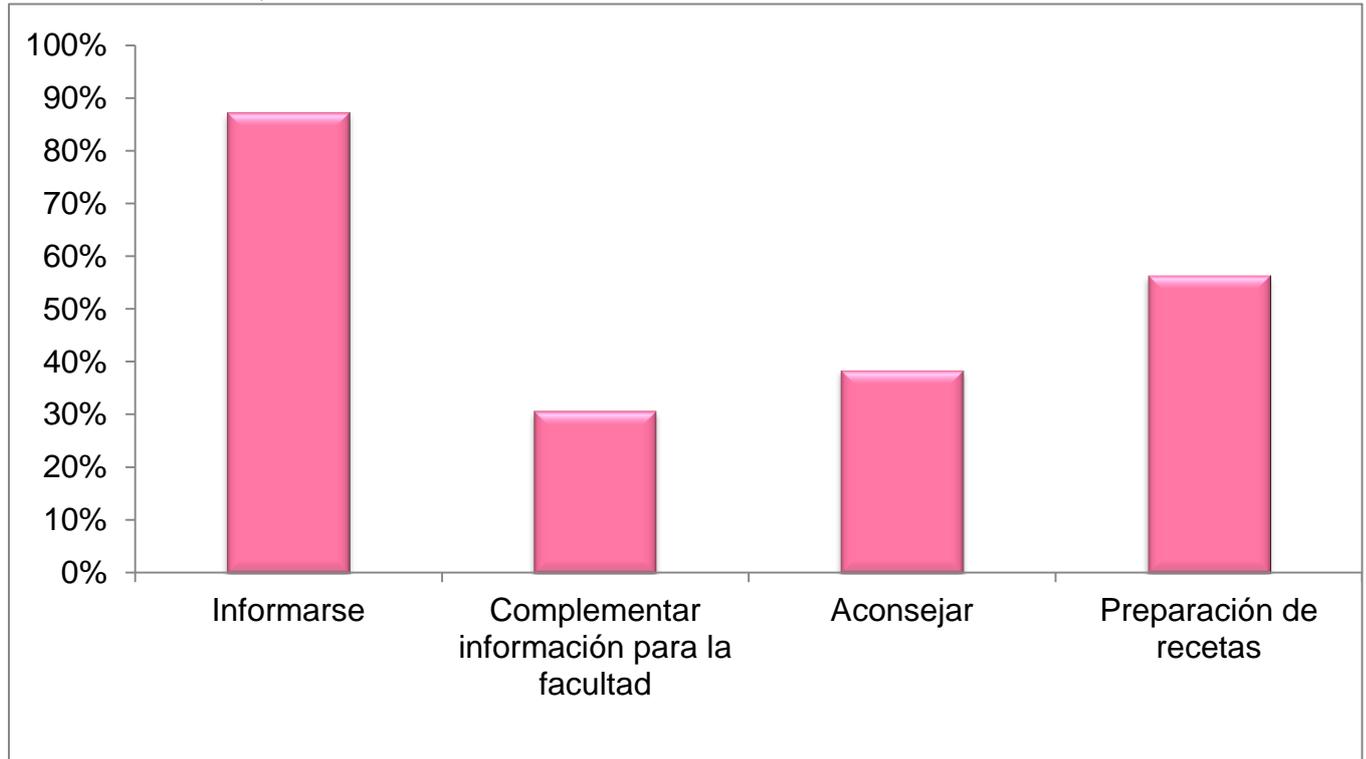


Figura 7: Distribución porcentual de la utilidad de la información buscada por los estudiantes de la Licenciatura en Nutrición, UNC, 2019.

Aquellos estudiantes que manifestaron que realizan búsquedas en los medios para informarse lo explicaron:

E.N°27 “Más que nada para informarme y conocer sobre distintos temas, me interesa buscar información si tengo alguna duda...”.

E.N°31 “Para informarme más que nada, me gusta estar al día de los nuevos métodos, como te dije con los deportistas o en el caso este del básquet, porque casi siempre las dietas se basan en ser ricas en hidratos de carbono y en este caso no”.

E.N°32 “Intento informarme a cerca de la duda que tengo o intentar conocer más sobre ese tema. Por ahí no para la facu, pero a veces veo algo en anatomía que tiene que ver con algo de nutrición voy y lo busco, pero no me sirve para el parcial, solo para saber”.

A continuación se plasman las expresiones de aquellos encuestados que afirmaron que la información obtenida la utilizan para realizar preparaciones culinarias.

E.N°10 “Me gusta mucho preparar recetas saludables y también no saludables, porque me gusta que la gente piense que lo saludable no es algo estricto sino que tiene un abanico amplio de alimentos. Que aprendan que es un hábito y no una prohibición o restricción, por eso me gusta compartir recetas que sean saludables, ricas, que sean aptas para celíacos, hipertensos, diabéticos, etc. y me voy informando con distintos nutricionistas que sigo”.

E.N°18 “Las busco y las aplico, por ejemplo con las recetas que busco me sirven para ir aplicando en la vida diaria y comer más variado”.

E.N°19 “Trato de copiar las recetas y generar mis propios hábitos saludables, para mostrar también que se puede cocinar rico y sano...”.

Cabe mencionar que algunos estudiantes refirieron que no sólo las preparan sino que posteriormente las comparten en sus redes sociales, explicándolo:

E.N°9 “[...] trato de implementar las recetas saludables, y si me gustan las comparto en mi Instagram o por ahí subo una foto de lo que hice y mis amigas me piden la receta asique se las paso”.

E.N°35 “Trato de compartirlas en las redes para informar a otras personas que no sepan, y sino comentar con amigos o con mi familia, charlar sobre eso [...]”.

De los relatos de los estudiantes que mencionaron que la información obtenida de los medios de comunicación la utilizan para aconsejar a otras personas se pueden destacar:

E.N°2 “[...] trato de ponerlo en práctica para mí y para aconsejar a mis allegados”.

E.N°4 “Aprender yo, poder aplicarla y practicarla y poder dar un consejo de algo que sea factible”.

E.N°9 “Cuando leo cosas de diabetes y colesterol, aconsejo a mi familia por que sufren de esto”.

E. N°18 “Me gusta por ejemplo cuando leo algo que me interesa aplicarlo en mí y poder contarles a mis amigas o a mi familia que siempre me preguntan cosas sobre nutrición”.



DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Córdoba en el año 2019 y tuvo como objetivo analizar la utilización de los medios de comunicación para obtener información sobre temáticas de alimentación y nutrición, por parte de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC.

Se hallaron escasos estudios actualizados vinculados al uso de los medios de comunicación para indagar sobre temáticas de alimentación y nutrición por parte de estudiantes universitarios, particularmente de la Licenciatura en Nutrición.

Uno de los estudios más concordantes, fue la investigación de Lemos Carreras *y col.* (2016) sobre el uso actual de las redes sociales como herramientas para la educación alimentaria nutricional realizada a la población en general, el cual revela que el 83% de la población participante son mujeres, dato que concuerda con la presente investigación que mostró un 83% de mujeres participantes. Esta coincidencia del dato porcentual podría deberse a que la mayoría de las personas que estudian la Licenciatura en Nutrición son mujeres.

En relación al rango etario, mientras que el presente estudio quedó conformado por estudiantes de 18 a 20 años de edad, el trabajo de Lemos Carreras *y col.*, estuvo compuesto principalmente por estudiantes entre 21 a 30 años.

En cuanto a los medios de comunicación más utilizados, el presente estudio mostró que los más usados fueron las páginas de internet y redes sociales con un 92% y 90% respectivamente. En contraste, un estudio realizado en la Universidad Nacional de Loja sobre medios de comunicación y hábitos alimenticios de estudiantes de la carrera de electromecánica, mostró que el medio de comunicación más utilizado era Internet con un 48% (Arévalo Yunga, 2015).

Haciendo referencia al uso de redes sociales, en el presente estudio se destacó el uso de Instagram con un 74%, seguido de Facebook con un 23%, y Twitter mostró niveles insignificantes de uso con un 3%. Esta diferencia podría deberse a que Instagram se popularizó a partir del año 2014, especialmente entre la población más joven, aumentando considerablemente la cantidad de

usuarios registrados en dicha red. Al contrastar con el estudio de Lemos Carreras y *col.* (2016), el mismo reflejó que el 98% de su muestra utiliza redes sociales y dentro de estas, la más usada fue Facebook con un 99%, seguido de YouTube e Instagram con un 69% cada uno, y en menor proporción Twitter con un 40%.

Por su parte, un estudio referido al uso académico de redes sociales en la Universidad de Málaga, reveló que Tuenti (89%) fue la más elegida entre los estudiantes, seguida de Facebook (75%) y Twitter (26%) (Gómez y *col.*, 2011). Cabe mencionar que Tuenti no es una red social popular en nuestro país.

En cuanto al uso de las páginas de internet, en el presente estudio, el 64% de la muestra refirió utilizar páginas web, mencionando el uso de motores de búsqueda como Google, Pubmed, Medline, Scielo y un 20% mencionó utilizar YouTube con fines informativos. Estos datos se asimilan a los obtenidos por el estudio realizado en una Universidad de Lima Metropolitana, que reveló que el 81% de los estudiantes señalaron a Google como el navegador más utilizado seguido de YouTube con un 32% a fin de buscar información para actividades informativas (Figuroa Portilla, 2016).

En referencia a la verificación de las fuentes de información, la presente investigación, mostró que más de la mitad de los estudiantes buscaban cuentas que corresponden a profesionales Licenciados/as en Nutrición, dato que coincide con el estudio de Lemos Carreras y *col.* (2016) que destacó el valor que los estudiantes le daban a las cuentas manejadas por un profesional de la salud.

Se encontraron similitudes respecto de las temáticas más indagadas en los medios de comunicación ya que, tanto la presente investigación como el estudio de Lemos Carreras y *col.* (2016), coinciden en señalar a las recetas o preparaciones culinarias como dentro de las más indagadas.

Cuando se indaga sobre la utilización de los datos que obtenían de los medios de comunicación, los estudiantes de esta investigación refirieron que ponen en práctica las recetas o preparaciones culinarias sugeridas en los medios. Dicho hallazgo se encuentra en concordancia con el estudio de Lemos Carreras y *col.* (2016) quienes observaron que las personas tomaban en cuenta los consejos que los referentes brindaban y realizaban las recetas.



CONCLUSIÓN

En esta investigación se analizó la utilización de los medios de comunicación para buscar información sobre alimentación y nutrición por parte de los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC utilizando un enfoque mixto, lo cual resultó una herramienta útil para ahondar más profundamente en la temática investigada. De esta manera se posibilitaron aproximaciones a los intereses específicos que tienen estos estudiantes sobre temáticas vinculadas a la alimentación y nutrición, como así también al uso, sentidos y significados que dan a la información que obtienen de estos medios.

Se pudo reconocer que los estudiantes de esta carrera utilizan preferentemente las redes sociales para realizar búsquedas e informarse sobre estas temáticas, con una clara preferencia por la red social Instagram. Dicho hallazgo se encuentra en concordancia con las tendencias actuales de migración de jóvenes de la red social Facebook a Instagram. Este fenómeno puede estar vinculado a la potencialidad que tienen estas redes para cumplir con una serie de factores y demandas de la población más joven, dado que se adaptan a su ritmo de vida, intereses tecnológicos, necesidad de socialización e intereses personales (Marcelino y col., 2015).

La principal temática de indagación por parte de los estudiantes fueron las recetas culinarias, manifestando muchos de ellos que posteriormente las elaboran, y en ocasiones, las replican en sus propias redes sociales. Dicho hallazgo nos hace suponer que indagar y ampliar los conocimientos sobre modos de preparación culinaria, les permitiría modificar sus propias prácticas alimentarias. Si bien no se profundizó sobre las características de dichas recetas, algunos refirieron que se trataban de preparaciones “saludables”.

Precisamente, la posibilidad que tiene Instagram de generar contenido en un formato visual y sencillo, atributo valorado por los usuarios como elemento para compartir la creación gráfica personal, les permite convertir sus espacios personales en modos de comunicación instantánea, posibilitando a otras personas “seguidoras” ampliar el campo de conocimiento sobre dicho tema (Marcelino y col., 2015). Esta práctica, puede denotar en qué medida estos estudiantes consideran que las nuevas tecnologías suponen un elemento que propicia algún tipo de cambio en las prácticas alimentarias, en una doble perspectiva: para la sociedad y para sí mismos.

Por otro lado, los estudiantes destacaron el uso habitual de YouTube como medio de información, una herramienta que refirió ser utilizada con menor grado de verificación de información que las redes sociales, y de la cual no se han identificado estudios más específicos acerca de su impacto en los espacios universitarios (Domínguez y col., 2015).

En materia de información acerca de nutrición y alimentación los medios digitales, y particularmente las redes sociales, se han convertido en la primera fuente de contenidos para los estudiantes, dado que manifestaron utilizarlas principalmente para informarse y ampliar sus conocimientos sobre el área temática.

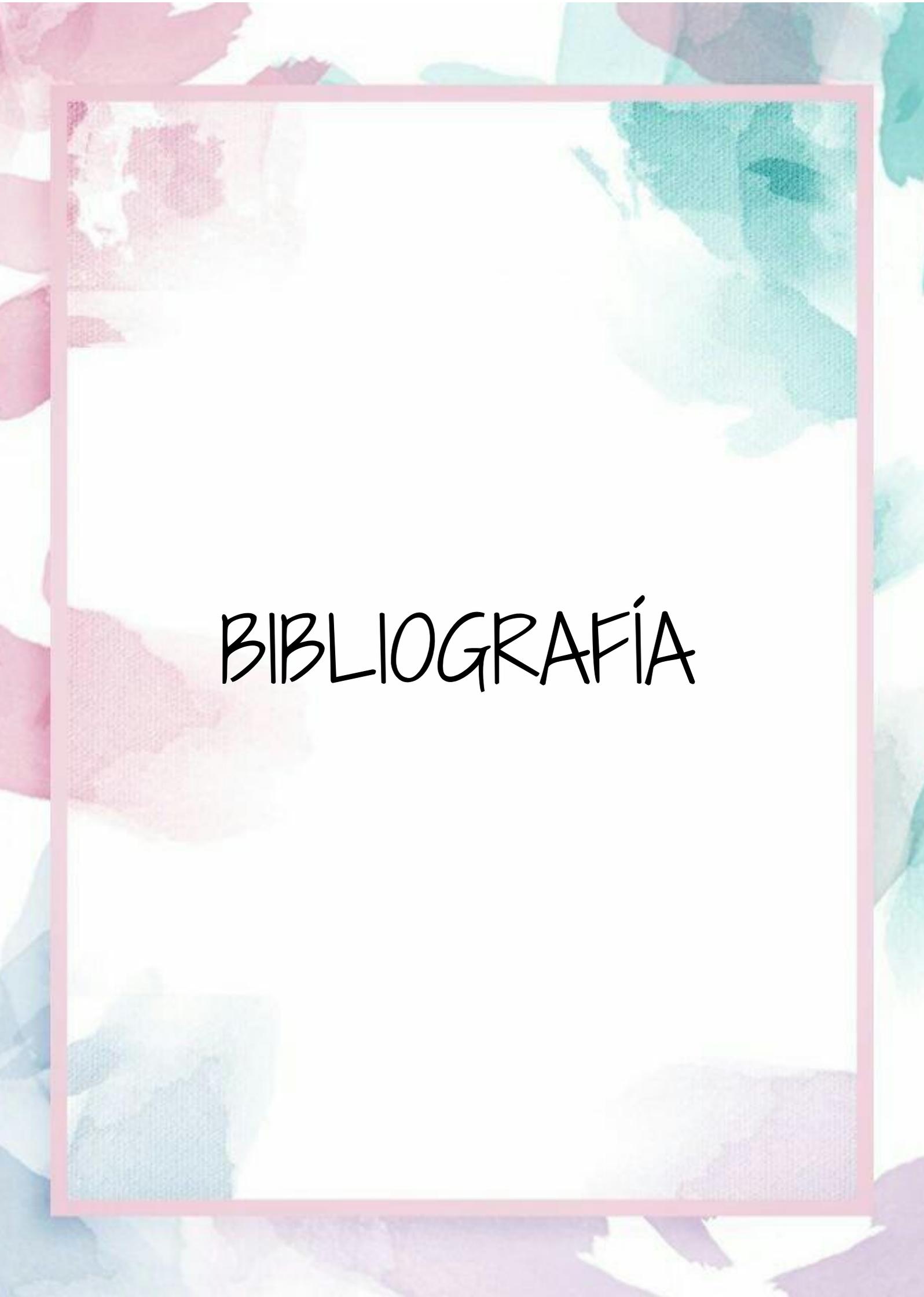
Se destaca que algunos de los entrevistados refirieron que utilizan la información para aconsejar a otras personas. Esta práctica no fue estudiada en profundidad en el presente estudio, pero se considera fundamental continuar con la indagación, debido al nivel de responsabilidad que implica la reproducción de información, especialmente por parte de estudiantes que se encuentran en proceso de formación con especificidad en el área temática. Cabe destacar que el plan de estudios de la carrera refiere que, como resultado de las experiencias educativas desarrolladas a lo largo de la misma, se espera que el Licenciado en Nutrición que egresa de esta Universidad, esté en condiciones de demostrar conocimientos, comprensión, habilidades y actitudes que le permitan “apreciar la validez científica de la información disponible y contribuir al incremento de los conocimientos humanos en el campo de las Ciencias de la Nutrición a través de una educación continua...” y “actuar con seguridad y ética en el ejercicio de su profesión...” (Plan de Estudios, Escuela de Nutrición, FCM, UNC).

Como aliciente, entre los hallazgos de la presente investigación, los estudiantes refirieron que consultan o “siguen” un importante número de perfiles o cuentas que son administradas por Licenciado/as en Nutrición. Al respecto, nos pone a reflexionar sobre la importancia que tiene la formación específica sobre el uso de las redes sociales por parte de los futuros profesionales de la nutrición, ya que la creciente tendencia de promoción y marketing profesional, como así también los nuevos modos de intervención profesional, parecen estar vinculados a las redes sociales.

Lo anteriormente analizado, posibilita una mirada a través de la cual interpretar el fenómeno de los medios de comunicación y su vinculación con los temas alimentarios en los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición, entendiendo que se trata de un escenario complejo y dinámico, en donde es necesario ampliar el campo de estudio.

En este marco, en donde los medios de comunicación, y en particular el auge de las redes sociales, le imprime ciertas particularidades a los modos de comunicarse e informarse, se considera necesario continuar la indagación y reflexión acerca de los usos y prácticas sociales que desarrollan los estudiantes con estas herramientas digitales, tanto para su formación profesional como para la divulgación de información, dado que parece ser una comunidad que tiene amplia curiosidad sobre el área específica, y busca como fuente y como modalidad de divulgación, aquellos medios de comunicación emergentes, adaptados a sus ritmos y modos de vivir.

Los resultados de este estudio no sólo permitieron reconocer las prácticas vinculadas a los medios de comunicación de estos estudiantes, sino también repensar de manera crítica los procesos formativos e incluir de forma temprana la discusión sobre el uso de las redes sociales como medio de información y divulgación científica. Particularmente se confirma la necesidad de generar futuras líneas de investigación que permitan sistematizar los estudios sobre esta temática, identificar avances y nuevos desafíos.



BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Rodríguez, D.E. y Said Hung, E . (2010). “Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook”. *Zona Próxima*. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/viewFile/1145/725>
- Arevalo Yunga, R. A. (2015) *Medios de comunicación y hábitos alimenticios de estudiantes de la carrera de electromecánica de la Universidad Nacional de Loja*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Loja, Ecuador.
- Bergero, M. (2013). El tratamiento de la alimentación en los medios. [Medio digital]. Recuperado de: <http://redaccion351.com/politica-y-sociedad/el-tratamiento-de-la-alimentacion-en-los-medios/>
- Bergero, M. y Del Campo, M. L. (2017). Los significados sobre la alimentación saludable de mujeres de un barrio periférico de la ciudad de Córdoba. *Perspectivas en Nutrición Humana*, 19 (2), 151-165.
- Bourdieu, P. (1997). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Madrid, España: Siglo XXI.
- Brunner, J. (2003). *Educación e internet ¿la próxima revolución?*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Castells Olivan, M. (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Recuperado de: http://eva.fhuce.edu.uy/pluginfile.php/89992/mod_resource/content/3/LA_SOCIEDAD_RED-Castells-copia.pdf
- Castells Olivan, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza.
- Criado, E. M. (2007). El conocimiento nutricional apenas altera las prácticas de alimentación: el caso de las madres de clases populares de Andalucía. *Revista Española de Salud Pública*, 81 (5), 519-528.
- Deltell Cerdá, G. (2019). *Mujeres nutricionistas en Instagram: Un análisis crítico de la profesión* (tesis de grado). Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad de Alicante, Alicante, España.
- Deuze, Mark (2012): *Media Life*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.

- Diaz Noci, J. y Meso Ayerdi, K. (1999) *Periodismo Electrónico Multimedia.* Recuperado de: https://www.academia.edu/4933261/Periodismo_Electr%C3%B3nico
- Domínguez Goya, E. (2012). *Medios de comunicación masiva.* Viveros de la Loma, México: Red Tercer Milenio.
- Domínguez, F. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado de conocimiento. *Revista de comunicación.* Recuperado de: <https://revistadecomunicacion.com/pdf/2015/Art048-069.pdf>
- El-Sahili González, L.F.A (2014). Vislumbrando los fenómenos psíquicos, complejidad y alcance de la red social más grande del mundo. México: Universidad de Guanajuato.
- Escuela de Nutrición – Facultad de Ciencias Médicas. *Carrera.* Córdoba, Recuperado de: <https://nutricion.fcm.unc.edu.ar/carrera/>
- Espinar Ruiz, E., y González Río, M. J. (2009). *Jóvenes en las redes sociales virtuales: un análisis exploratorio de las diferencias de género.* Universidad de Alicante, España.
- Figueroa Portilla, C.S. (2016). El uso del smartphone como herramienta para la búsqueda de información en los estudiantes de pregrado de educación de una universidad de Lima Metropolitana. *Educación, 25* (49), 29-44.
- Golovina, N. (2014, mayo). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas.* Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=709/70930408011>
- Gómez, M., Roses, S. y Farias, P. (2011). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar, 19* (38), 131-138. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/14-PRE-13426.pdf>
- González-Soltero, R., Blanco, M.J., Biscaia, J.M., Mohedano, R.B, Grille-Mariscal, M. y Blanco, M.A.(2015). Análisis del contenido, posicionamiento y calidad de páginas web en español relacionadas con la nutrición y los trastornos de la conducta alimentaria. *Nutrición*

Hospitalaria.

Recuperado

de

<http://www.nutricionhospitalaria.com/pdf/8122.pdf>

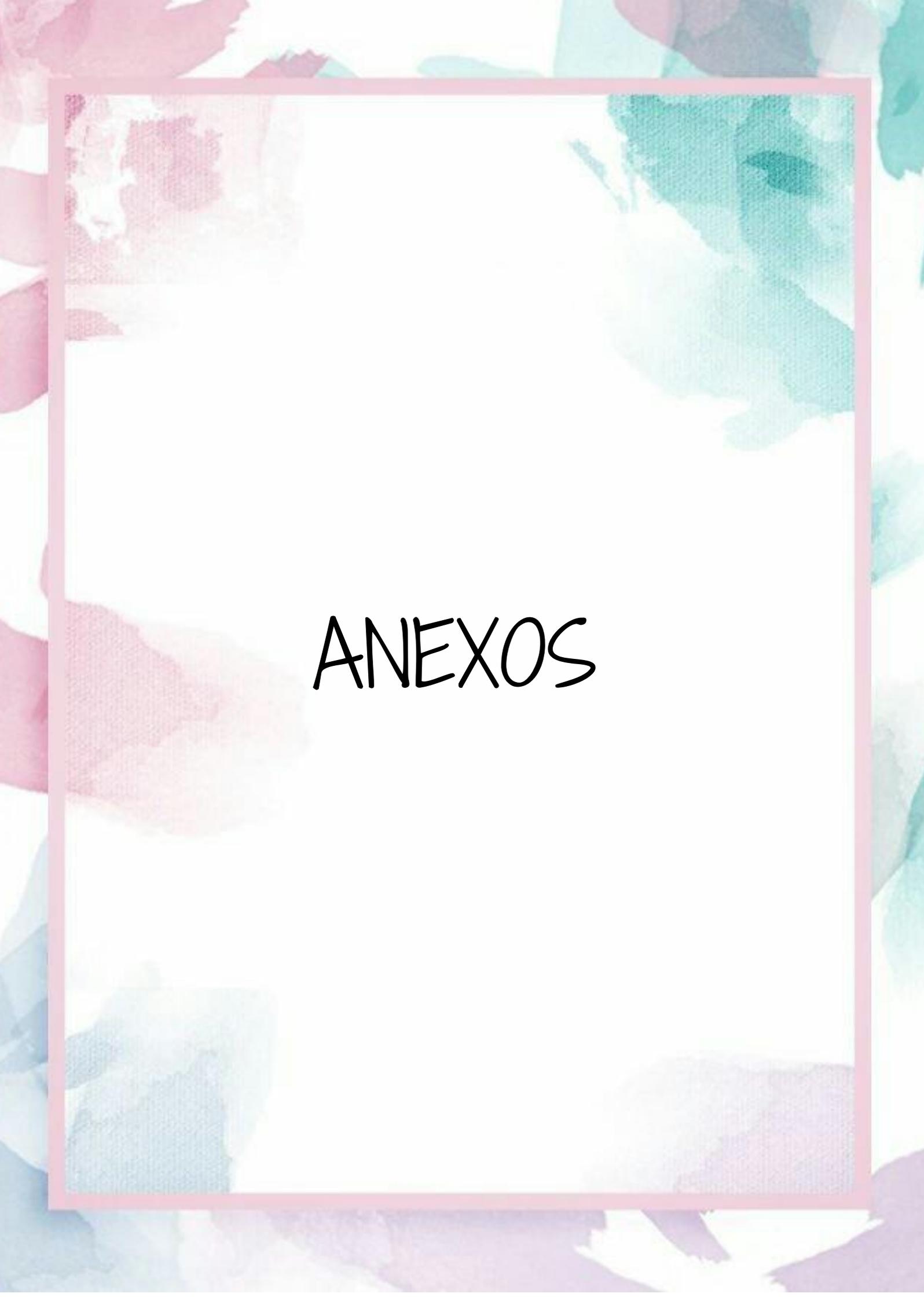
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M.P. (2007). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hipperdinger, L. y Leiggener, M.J. (2015). *Análisis de publicidades de productos alimenticios emitidas en los canales infantiles transmitidos en la Ciudad de Córdoba*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.
- Lemos Carreras, M.B., Longato, M.c., Masci, C.D. y Mendoza, D.F. (2016). *El uso actual de las redes sociales como herramienta para la educación alimentaria-nutricional* (Tesis de grado). Recuperado de: <http://old.fmed.uba.ar/escuelanutricion/revistani/pdf/17b/otn/747c.pdf>
- López, M. A., Llanos, I. del P., y Díaz, J. M. (2012). La televisión y su relación con el estado nutricional y frecuencia de consumo en niños de un conjunto habitacional de Talca, Chile. *Revista chilena de nutrición*, 39(4), 129-134.
- Mafla Orozco, V. (2016). *Significados acerca de 21 las modificaciones del cuerpo influenciados por el uso y consumo de las redes sociales*. Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia.
- Marcelino, M. y Georgina, V. (2015). Migración de los jóvenes Españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *ICONO 14*, 13(2), 48-72.
- Mendizabal, V. (2014). Hacia un nuevo contrato entre ciencia y sociedad: el papel de la comunicación científica. Portal de comunicación. Recuperado de: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=32
- Ministerio de Educación de la Nación Argentina. (2010). *Los adolescentes y las redes sociales*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/cterrones/los-adolescentes-y-las-redes-sociales-ministerio-de-educacin-argentina>
- Molina Prendes, N. y Quintana, M. (2019). Jóvenes universitarios ecuatorianos entre redes y avatares de la información. *Edumecentro*, 11 (1), 8-28. Recuperado de:

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S207728742019000100008&lng=es&nrm=iso

- Montoya Martinez, S. (2017). *Las redes sociales virtuales y su influencia en los hábitos saludables de alimentación y ejercicio, en los jóvenes universitarios en la ciudad de cali*. Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia.
- Moreno Ruiz, E., Del Pozo de la Calle, S., Valero Gaspar, T., Avila Torres, J. M. y Varela Moreiras, G. (2013). *Estudio de hábitos alimentarios y estilos de vida de los universitarios españoles*. Fundación Española de Nutrición y Universidad CEU San Pablo, Madrid.
- Navarro, A. y Del Campo, M. L. (2015). *Hacia una didáctica de la Nutrición: Herramientas Pedagógicas para la Educación Alimentaria Nutricional*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Pereira Perez, Z. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. *Educare*, 15 (1), 15-29.
- Rainie, L. y Wellman, B. (2014). *Networked: The New Social Operating System*. Recuperado de: C:/Users/54351/Downloads/2114-8304-1-PB.pdf
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T., y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega. *Anales de Psicología*, 30 (2), 642-655.
- Revuelta, G. (2006). Salud y medios de comunicación en España. *Gaceta Sanitaria*, 20 (1), 203-208.
- Román, V., y Quintana, M. (2010). Nivel de influencia de los medios de comunicación sobre la alimentación saludable en adolescentes de colegios públicos de un distrito de Lima. *Anales de la Facultad de Medicina*, 71(3), 185-190.
- Sandoval, C. G. y Al-ghassani, A. (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.
- Santamaría Ochoa, C.D., Catalán Matamoros, D. y Merced Macías de León, J. (2016). Utilización de las redes sociales sobre temas de salud

en población universitaria de México. *Revista Española de comunicación en salud*, 7(1), 15-28.

- Schoenbach, V.J. (1999). *Comprendiendo los fundamentos de la epidemiología*. Chapel hill, Carolina del Norte. Recuperado de: <http://www.epidemiolog.net/es/endesarrollo/Introduccion.pdf>
- Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organización, mercados y sociedad*. Epistemología y técnicas. de las Ciencias: Buenos Aires.



ANEXOS

Encuesta

- Sexo:
 - Varón
 - Mujer
 - Otro
- Edad:
 - 18 a 20 años
 - 21 a 23 años
 - 24 a 26 años
 - 27 a 30 años
- ¿Utilizás medios de comunicación para informarte sobre temáticas de alimentación y nutrición?
- ¿Con qué frecuencia utilizas estos medios de comunicación, **para informarte sobre temáticas de alimentación y nutrición?**

	Frecuentemente lo utilizo	A veces lo utilizo	Nunca lo utilizo
Televisión			
Revistas/Periódicos			
Radio			
Páginas de Internet			
Redes sociales virtuales			
Otros (especificar)			

- Si utilizás **televisión** para informarte sobre temas de alimentación y nutrición ¿Recordás algún programa que hayas visto últimamente donde obtuviste información sobre esta temática? ¿Por qué te intereso dicho/s programa/s?
- Si utilizás alguna/s **revista/s o diario/s** para informarte sobre temas de alimentación y nutrición, ¿Recordás el nombre de algún medio que hayas buscado o leído sobre la temática? ¿Por qué te interesó dicho diario o revista?
- Si utilizás **radio** para informarte sobre temas de alimentación y nutrición ¿Recordás algún programa que hayas escuchado últimamente donde obtuviste información sobre esta temática? ¿Por qué te intereso dicho programa?

- Si utilizás algunas **páginas de internet** ¿Cuál es el formato que más utilizás para informarte sobre alimentación y nutrición?
 - Blogs/foros
 - Youtube
 - Páginas web
 - Otros. ¿Cual/es?.....

➤ De cada página de internet que se responda afirmativamente se consultará ¿Recordás alguna/s página/s que visites con mayor frecuencia? ¿Por que te interesa la misma?

.....
- Si utilizás alguna **red social** ¿Cuál/es es/son la/s que más utilizás para informarte sobre alimentación y nutrición? (Enumerar según orden de prioridad)
 - Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - Otros. ¿Cual/es?

De cada red que se responda afirmativamente se consultará: ¿Recordás alguna/s cuenta/s o perfiles que sigas y/o consultes más frecuentemente? ¿Por qué te interesa dicho perfil o cuenta?

.....

- En el caso de utilizar **otros tipos de medios de comunicación** ¿Cuáles recordás? ¿Por qué te interesa este tipo de medios de comunicación?
- Si buscás información en medios de comunicación, ¿Cuáles son los **temas** sobre alimentación y nutrición que más te interesa indagar en los mismos? Se puede marcar más de una opción
 - Recetas y preparaciones
 - Propiedades de los alimentos
 - Patologías ¿Cuál/es?
 - Consejos sobre alimentación y nutrición

- Dietas especiales ¿Cual/es?
 - Veganismo/ Vegetarianismo
 - Otros ¿Cuáles?
-
- ¿Qué utilidad le das a la información que indagas en los medios de comunicación?

Consentimiento Informado

Por la presente doy mi autorización para ser entrevistado/a por *Bruno Martínez, Malen, Flores Grey, Marianella y/o Verde, María Fernanda* para la investigación que se está desarrollando en la Escuela de Nutrición de la Facultad de Ciencias Médicas, de la Universidad Nacional de Córdoba sobre la “Utilización de los medios de comunicación para obtener información sobre temáticas de alimentación y nutrición en los estudiantes de primer año de la Licenciatura en Nutrición de la UNC, en el año 2019”.

Se me ha informado que las personas que participan en el estudio han sido elegidas al azar y lo hacen en forma voluntaria siempre que decidan colaborar.

Mi participación es totalmente voluntaria y tengo claro que aun después de iniciada la entrevista puedo negarme a responder alguna de las preguntas o dar por terminada mi participación.

La participación en el estudio implica responder a la entrevista que se realiza en forma individual y que tendrá una duración máxima de 10 minutos.

Doy mi consentimiento para que las entrevistadoras graben mis respuestas, las cuales son confidenciales y en ningún informe de este estudio se identificará a la persona entrevistada.

Queda asentado que yo no recibiré un beneficio directo como resultado de mi colaboración.

Cualquier duda podrá ser consultada con *Bruno Martínez, Malen, Flores Grey, Marianella y/o Verde, María Fernanda* o con *Bocco, Romina* en la Escuela de Nutrición, de la Facultad de Ciencias Médicas, de la UNC al Te: (0351) 4334027 o al e-mail: brunomalen@gmail.com.

Entrevistada.....

Entrevistadora.....

Firma.....

Firma.....

Glosario

Blog: Página web, generalmente de carácter personal, con una estructura cronológica que se actualiza regularmente y que se suele dedicar a tratar un tema concreto.

Comunidades virtuales: Grupos de individuos e instituciones organizados cibernéticamente en torno a un margen de intereses específicos, cuyas interacciones, vínculos, relaciones y comunicaciones se dan a través de Red.

Dietas especiales: Aquellas dietas destinadas a tratar alguna patología en particular.

Facebook: Red social que tiene como objetivo intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de internet.

Fitness: Una buena forma física por lo general se adquiere como resultado de una nutrición adecuada, la práctica de ejercicio físico de moderados a vigorosos, y un descanso apropiado.

Instagram: Aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos.

Twitter: Red social que permite comunicarse y compartir contenidos en tiempo real desde cualquier lugar en el mundo a través de internet.

Youtube: sitio web para compartir vídeos subidos por los usuarios a través de internet.