

EL EXPERTO
nutrición

Las redes sociales y la gastronomía: un tándem para afianzar hábitos alimenticios saludables

Por Lidia Barrajón,
farmacéutica-
ortopeda,
coach personal
y nutricional



Las tecnologías de la información y comunicación (TICs) configuran nuestra manera de relacionarnos, estableciendo dos mundos en constante interacción: el online y el offline. En la farmacia podemos utilizar las herramientas y servicios que ponen a disposición las TICs (correo electrónico, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otros) para la promoción de hábitos alimenticios que favorezcan la salud.

Un dato a destacar es que el 51,57% de las 95 aplicaciones móviles de nutrición, dietética y hábitos saludables, revisadas en un estudio llevado a cabo por Nutrición Hospitalaria, fueron calificadas de baja calidad. Este estudio concluyó que, si estas aplicaciones se mejoran y se supervisan por profesionales, pueden suponer una herramienta de gran utilidad para la sociedad y el sistema sanitario.

Todas estas herramientas y servicios se engloban dentro de la denominada ciber salud o e-salud y constituyen pasos hacia delante en este camino de avance tecnológico, en el que la farmacia se encuentra inmersa.

Además, en este contexto de ciber salud hay que tener presente cómo es el perfil del e-paciente. Éste se caracteriza por participar activamente en el cuidado de su salud empleando herramientas de salud digital, ser más proactivo y tener un extenso conocimiento, por la gran cantidad de información a la que puede acceder.

Este e-paciente va a hacer uso de las redes sociales a la hora de adquirir conocimientos de nutrición. De manera que, en la rutina del comer saludable, tenemos que tener en cuenta que, además del coaching nutricional, el mindful eating, la planificación de la compra y el menú

LOS SEIS CONSEJOS BÁSICOS PARA QUE LA ESTRATEGIA ONLINE TENGA UN BUEN ENFOQUE:

	El público objetivo tiene que estar bien definido para adaptar la estrategia de comunicación
	Especializarse en una determinada área, donde poder ser referente
	Elegir las redes que mejor se adapten a la manera en la se quiera comunicar. Se pueden emplear varias redes sociales complementarias
	Planificar
	No limitarse a la teoría, implicando a los e-pacientes a que cuenten su experiencia creando conversaciones y proporcionándoles feedback
	Medir la difusión e identificar los contenidos que originan mayor interés

semanal, las TICs con las redes sociales, son fuentes de información sobre nutrición y pueden ser consideradas como elementos de adherencia a la hora de consolidar hábitos alimenticios saludables.

Por otro lado, estrechamente unidas a las redes sociales, están la gastronomía y las técnicas culinarias, ya que las publicaciones de las mismas pueden presentar esta temática, poniendo de relieve la importancia tanto del qué comemos como del cómo lo comemos, ya que una premisa para que los hábitos se afiancen es que la comida nos tiene que resultar sabrosa.

Las redes sociales, amplificadoras de las recomendaciones nutricionales

Sabemos que las redes sociales están compuestas por personas que siguen otras personas, con el fin de crear comunidades y obtener un beneficio mutuo. Es por ello que cubren una de las necesidades básicas que el psicólogo humanista Maslow señaló en su conocida pirámide: la necesidad de estar en contacto con otras personas, cubriendo el sentimiento de pertenencia.

En base a esta razón de ser de las redes sociales... ¿Cuáles son los tres motivos para aprovecharlas cuando queremos hacer educación nutricional?

1. Dan visibilidad y llegan a un gran número de personas, pudiéndose generar intercambio de información y conocimiento sobre alimentación.
2. Tienen capacidad de influencia: Los usuarios que siguen cuentas de comida saludable están más dispuestos a poner en práctica una alimentación saludable.
3. Permiten crear videos en directo, video-recetas, stories, reels, mensajería personalizada y hacer feedback, pudiendo concienciar para llevar a cabo hábitos alimenticios saludables.

La gastronomía, una gran aliada del comer saludable

El acto de comer va más allá de cubrir unas necesidades fisiológicas básicas: la calidad y la presentación de los alimentos elegidos son claves para el disfrute. Comer es una forma de comunicación no verbal, y mediante el proceso de cocinar podemos expresar afecto a nuestros seres queridos.

El objetivo de la gastronomía es estimular nuestros sentidos, a través de las texturas, olores, formas y sabores, generándonos recuerdos, emociones y pensamientos. El gastro mindfulness, es decir, poner la atención en todo lo que es capaz de evocar la gastronomía, es de utilidad en la generación de conductas alimentarias en las que se disminuye la impulsividad y se aumenta el bienestar.

Además, la forma de preparar los alimentos ejerce un impacto sobre la salud de las personas. Por ejemplo, se ha evidenciado que las técnicas culinarias saludables tales como el vapor, evitan en mayor medida la formación de compuestos nocivos para la salud y mantienen una mayor concentración de nutrientes en los alimentos.

Por otro lado, las intervenciones nutricional-culinarias, en las que se dan pautas de cómo cocinar y qué técnicas utilizar a través de talleres y video-recetas, han demostrado ser eficaces a la hora de lograr que las personas adopten un papel más proactivo en el cuidado de su salud con una mejor adherencia a la dieta mediterránea, así como una mejora medible en sus parámetros antropométricos (peso, cintura, IMC y masa grasa corporal) y bioquímicos (insulina, índice HOMA-IR y niveles de triglicéridos).

Así pues, se puede desmontar la creencia de que "comer sano es aburrido y poco sabroso" con la publicación de video-recetas o e-books con recetarios de cocina, promoviendo la innovación, la creatividad y, en definitiva, poniendo el énfasis en el importante papel que juega la gastronomía en la generación de hábitos alimenticios saludables. +

Referencias bibliográficas:

- San Mauro Martín I, González Fernández M, Collado Yurrita L. Aplicaciones móviles en nutrición, dietética y hábitos saludables; análisis y consecuencia de una tendencia al alza, *Nutr. Hosp.* 2014; 30(1):15-24.
- Domper J. La Gastronomía como herramienta de salud para un envejecimiento saludable. En: XXVI Jornadas Internacionales de Nutrición Práctica; 2022 Mar 29-31, Madrid.

¿CÓMO TIENEN QUE SER LAS PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PARA QUE TENGAN IMPACTO?

- Originales e interesantes.
- Coherentes a unos valores personales.
- Periódicas. Su publicación se tiene que hacer con cierta regularidad.
- Interactivas.
- Los mensajes han de ser claros, directos y estar avalados por fuentes.
- Honestas y transparentes. La base de la comunicación es la credibilidad, libre de conflicto de intereses.
- Respetuosas. El tono de las comunicaciones debe ser lo más aséptico y políticamente correcto posible.
- Adaptadas a los usuarios y a cada red social.
- Optimizadas para buscadores mediante palabras claves o hashtags.
- Correctas. Todo contenido publicado debe utilizar perfectamente el lenguaje y los signos de puntuación.

