

DIETAS DE MODA MÁS BUSCADAS EN INTERNET: UNA APROXIMACIÓN A SUS DIVULGADORES Y CONSUMIDORES EN LA ARGENTINA

DI COLA, Valeria A.; DUPRAT, Jesica Daniela S.; FUCARACCIO, Ma. Florencia; SIMONELLE, Lorena S., DÍAZ CÓRDOVA, Diego.

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Medicina, Escuela de Nutrición,
Buenos Aires, Argentina

RESUMEN

INTRODUCCIÓN: Internet y las redes sociales se han convertido en la principal fuente de difusión de dietas de moda.

OBJETIVO GENERAL: Explorar los tipos de dietas que se difunden en internet y caracterizar el perfil de quienes las divulgan y de la población que las busca.

MATERIAL Y MÉTODOS: Estudio descriptivo, transversal y cuali-cuantitativo. Se utilizó Google Trends para conocer las tendencias de búsqueda en internet para el término dieta en la Argentina en los últimos 5 años. Mediante un muestreo no probabilístico discrecional, se analizaron 7 perfiles de Instagram que difunden la dieta más buscada. Se realizó una encuesta por bola de nieve.

RESULTADOS: La dieta más buscada según Google Trends, fue la cetogénica. Los perfiles de Instagram analizados no respetan las recomendaciones de las 4 Leyes de la Alimentación ni las Guías Alimentarias para la Población Argentina. El 58,4% de los encuestados respondió que ha utilizado las redes para

buscar información acerca de dietas, siendo Google e Instagram los sitios más utilizados. La mayor parte de los encuestados que realizan o han realizado dietas son mujeres. El 90,8% de los encuestados consideró necesario el acompañamiento profesional para la realización de las dietas.

DISCUSIÓN: La búsqueda de dietas para bajar de peso en internet podría verse exacerbada debido al auge de su divulgación en redes sociales.

CONCLUSIÓN: La dieta más buscada en internet fue la cetogénica, actualmente de moda y siendo divulgada por influencers como estilo de vida de forma generalizada en las redes sociales más consultadas.

PALABRAS CLAVE: Dietas de moda; internet; redes sociales; dieta cetogénica; influencers.

ABSTRACT

INTRODUCTION: The internet and social networks have become the main source of dissemination of fad diets.

AIM: To explore the types of diets that are disseminated on the Internet and to characterize the profiles of those who disseminate these diets and of the population that seeks them.

METHODS: Descriptive, cross-sectional and qualitative-quantitative study. Google Trends was used to find out the internet search trends for the term diet in Argentina in the last 5 years. Using a discretionary non-probability sampling,

7 Instagram profiles that spread the most sought after diet were analyzed. A snowball sampling was used to gather responses for a survey.

RESULTS: The most searched diet, according to Google Trends, was the ketogenic diet. The Instagram profiles analyzed do not abide the recommendations of the 4 Dietary Laws or the Dietary Guidelines for the Argentine Population. 58.4% of respondents answered that they have used the internet to search for information about diets, with Google and Instagram being the most frequently used sites. Most of the respondents who perform or have performed diets are women. 90.8% of respondents consider professional guidance necessary for the realization of diets.

DISCUSSION: The quest for weight-loss diets on the Internet could be exacerbated by the rise of their dissemination on social networks.

CONCLUSIONS: The most searched diet on the Internet was the ketogenic diet, currently in fashion, which is widely disseminated by influencers as a lifestyle in the most consulted social networks.

KEYWORDS: Fad diets; Internet; social networks; ketogenic diet; influencers.