



P361/S6-P40 RECETAS DE COCINA QUE ESTIMULAN EL CONSUMO DE ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS EN YOUTUBE

Mtra. Yolitzin Hernández¹, Dra. Patricia Aguirre Gamboa²

¹Centro de Estudios de Opinión y Análisis; Universidad Veracruzana, Xalapa, México, ²Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación; Universidad Veracruzana, Veracruz, México.

Introducción. YouTube es la segunda plataforma digital más importante a nivel global; ésta genera espacios bilaterales de comunicación entre el creador de contenido (YouTuber) y el espectador. Previamente se ha observado la presencia de publicidad en la plataforma que persuade del gusto, compra y consumo de alimentos ultraprocesados (AUP's). Asimismo, se ha identificado el papel del YouTuber como líder de opinión pública entre sus seguidores por lo que es necesario el monitoreo de los mensajes que estos emiten en torno al consumo de AUP's. El objetivo de este estudio es identificar las actitudes presentes en los discursos emitidos en videos de cocina de YouTube sobre el consumo de los alimentos ultraprocesados utilizados como contenido central del video. **Métodos.** Por medio de análisis de contenido se evaluaron videos en español publicados entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2022; pertenecientes a los canales de cocina con más suscriptores ($\geq$ a 3.5 millones) en YouTube; cuyo presentador fuera mexicano o extranjero residente en el país. Con ayuda de un libro de códigos se evaluó el contenido de variables descriptivas contexto, así como de contenido entorno a actitud y discurso. **Resultados.** Como resultados preliminares, se analizaron 75 videos, pertenecientes a seis canales de cocina. Los formatos de video más recurrentes son el tipo instruccional culinario ($n=61$) y comparación de productos ($n=8$). Donde la presencia de al menos un AUP fue del 38.7% ($n=29$); presentados tanto como un ingrediente extra en el 34.5% ($n=10$) de los casos, así como ingrediente principal 55.2% ($n=16$) en recetas de cocina dulce y urbana. Asimismo, la sugerencia de consumo fue predominantemente positiva relativa a exaltación de sabor y practicidad. Tanto el diseño del video como la manera de presentación del alimento podrían influir en la aceptación de un alimento; también, el amplio alcance de la plataforma tiende a hacer difusa la información presentada comprometiendo a los espectadores a comportamientos no adecuados como el excesivo consumo de alimentos ultraprocesados. **Conclusión.** Con esto se busca reflexionar sobre uso que se otorga a los AUP's en las recetas de cocina que estimularían su consumo de manera indirecta.

Palabras clave. videos de cocina, mensajes, alimentos ultraprocesados, You Tuber.

P362/S6-P41 ASOCIACIÓN ENTRE INSEGURIDAD ALIMENTARIA Y ESTRATEGIAS DE AFRONTAMIENTO PARA OBTENER ALIMENTOS CON CALIDAD DEL CONSUMO ALIMENTARIO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Dra. Alejandra Betancourt Núñez¹, Dra. María Fernanda Bernal Orozco¹, Pablo Alejandro Nava Amante¹, Dra. Barbara Vizmanos¹

¹Centro Universitario de Ciencias de la Salud, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jalisco, México.

Introducción. La calidad del consumo alimentario (CCA) analiza la alimentación en su conjunto en lugar de alimento por alimento. Los estudios sobre inseguridad alimentaria (IA) y estrategias de afrontamiento para obtener alimentos en asociación con CCA, son limitados. **Objetivo.** Nuestro objetivo fue analizar la asociación entre IA y estrategias de afrontamiento para obtener alimentos con CCA en estudiantes universitarios. **Métodos.** Diseño transversal. Muestra no aleatoria de estudiantes de una universidad pública de México. La IA se midió con la Escala Latinoamericana y Caribeña de Seguridad Alimentaria (ELCSA, 15-ítems); las estrategias de afrontamiento, con un cuestionario de 28 ítems; y la CCA con Mini-survey to evaluate food intake quality (Mini-ECCA, versión-2, 14-ítems). Se realizaron clusters jerárquicos (método de Ward y medida de bloque) para agrupar frecuencia de implementación de estrategias de afrontamiento. La asociación se realizó con Chi-cuadrada y regresión logística ajustada por edad y sexo. **Resultados.** Incluimos 315 estudiantes (74.3% mujeres, principalmente de nutrición, medicina y psicología, edad 21 ± 3 años). La frecuencia de IA fue 48.2% (25.7% IA-leve, 14.9% IA-moderada y 7.6% IA-severa). Los sujetos con IA implementaron con mayor frecuencia (algunas veces/siempre), versus aquellos con seguridad alimentaria ($p<0.05$), estrategias como hacer rendir los alimentos (62.5% vs. 28.8%), guardar alimentos para el futuro (22.4% vs. 6.1%), comer más cuando los alimentos eran abundantes (37.5% vs. 11.7%), comprar alimentos procesados baratos (62.5% vs. 28.2%), comer alimentos pocos saludables (46.1% vs. 15.3%), entre otras estrategias. Identificamos dos clusters: el cluster-1 realizó con mayor frecuencia ($p<0.05$) estrategias de afrontamiento comparado con el cluster-2. Realizar estrategias de afrontamiento (Cluster-1) se asoció negativamente con una CCA saludable (OR:0.49, IC95%: 0.26-0.95) y positivamente con una CCA no saludable (OR:1.74, IC95%: 1.03-2.94). Así también, la IA se asoció negativamente con una CCA saludable (OR:0.5, IC95%: 0.3-0.85). **Conclusión.** La IA y las estrategias de afrontamiento para obtener alimentos que realizan los estudiantes universitarios analizados no favorece la adherencia a una alimentación saludable.

Palabras clave: inseguridad alimentaria, seguridad alimentaria, calidad de dieta, estrategias de afrontamiento.

