

Expertas analizan el impacto de los *influencers* en los hábitos alimenticios

- “Hoy el gusto por alguna comida o bebida, deriva, en buena parte, de lo que vemos en el celular”, señalaron las investigadoras María Victoria Mairano y Constanza Faracce Macia
- Su análisis fue presentado en el Seminario Permanente Cocinas en México, organizado por la Coordinación Nacional de Antropología del INAH

En continuidad al eje de investigación 2023 del “Seminario Permanente Cocinas en México”, enfocado en la reflexión sobre la era digital y su influjo en los alimentos que se consumen, se realizó la tercera sesión del ciclo, con el tema “El comer en el siglo XXI. Una aproximación a las sensibilidades en torno a la comida en Instagram y Facebook”, a cargo de las profesoras de la Universidad Nacional de La Matanza, Argentina, María Victoria Mairano y Constanza Faracce Macia.

Dicho seminario, bajo la modalidad virtual, es un proyecto de la Secretaría de Cultura federal, a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), adscrito a la Coordinación Nacional de Antropología (CNA), el cual es coordinado académicamente por las investigadoras de la Dirección de Antropología Física, Edith Yesenia Peña Sánchez y Lilia Hernández Albarrán.

En su intervención, María Victoria Mairano señaló que el mundo enfrenta una serie de transformaciones tecnológicas, económicas, sociales, políticas y culturales que han dado pauta al concepto de “sociedad 4.0”, basada en el capitalismo y en el constante desarrollo tecnológico.

Esa expansión del consumo digital, anotó, provoca la modificación de prácticas como el trabajo, el impacto en el medio ambiente y las relaciones sociales, sobre este último aspecto, la interacción de las personas recae en el manejo constante de los celulares y su incursión en las redes sociales.

“Los *blogs*, sitios web, el uso de *hashtags* y los *influencers* promueven e inspiran la proliferación de determinadas emociones y sentidos frente a las elecciones alimentarias, entonces, hoy el gusto por alguna comida o bebida, deriva, en buena parte, de lo que vemos en el celular”, indicó.

Antes, dijo, lo gourmet se difundía en programas televisivos, revistas y recetarios impresos, pero hoy, las redes sociales, como Instagram y Facebook,

son clave para que las personas compartan sus creencias dietéticas, prácticas culinarias y opciones de restaurantes, transformando los hábitos de comer.

“Esta creación de contenido alimenticio en Instagram generó ideas publicitarias como el ‘instafan’ o ‘instagraticación’, donde los *influencers* son remunerados económicamente de acuerdo al número de seguidores y las vistas que tienen sus publicaciones de comida, creando así, una nueva forma de negocio donde el cibernauta es el cliente potencial”, explicó.

Por su parte, Constanza Faracce Macia presentó la investigación que realizó en los comedores comunitarios del partido de La Matanza, en Buenos Aires, Argentina, analizando la asistencia en alimentación comunitaria por parte de los gobiernos, la sociedad civil y los sectores escolares donde, también, cada organización usa las redes sociales para difundir sus campañas sociales.

Señaló que se vive en una sociedad del consumo a partir de lo visual y el disfrute inmediato, donde hay sectores del Estado que se favorecen de una vida así. Ambas docentes concluyeron que la etnografía digital es diferente al capitalismo digital, mientras una resalta la organización de los recursos para las campañas de desarrollo social y el consumo de alimentos del campo, la otra incita a qué consumir, dónde comprar y cuándo comer.

Las investigadoras han identificado *influencers* en Facebook e Instagram que promueven la comida saludable y la producción de los alimentos en huertas y el cuidado del medio ambiente; sin embargo, prevalecen otros que difunden los servicios y bienes de consumo de forma rápida y poco saludable.

Por último, sugirieron poner mayor atención a las políticas de las sensibilidades, es decir, entender, como usuarios, la psicología emocional que nos intentan transmitir los *influencers*, para ver el contexto y trasfondo que implica el consumo de cierto producto alimenticio.

La próxima sesión del Seminario Permanente Cocinas en México será el 6 de junio de 2023, con la participación de la académica de la Universidad Federal de Santa Catarina, Brasil, Krisciê Pertile Perini, quien dictará la ponencia “*Food trucks y/en food parks: nuevas prácticas sociales vinculadas al ‘eating out’*”. Las conferencias se transmiten en vivo por la página de la CNA en YouTube, de 11:00 a 14:00 horas.