

Estudio realizado por:

Sociedad Española de Neurología
(SEN) y la **Universidad Rey Juan**
Carlos (URJC)

Centro de Investigación Biomédica
en Red de Fisiopatología de la
Obesidad y Nutrición (CIBEROBN)
del Instituto de Salud Carlos III

IKEA



La ciencia
de lo que se
cuece en la
cocina

Introducción

Sentarse a la mesa a disfrutar de la comida es una práctica común en gran parte de la humanidad. Sin embargo, la irrupción de los dispositivos digitales y el auge de la sociedad hiperconectada han hecho que la manera como nos comportamos en el comedor de casa, del trabajo o en un restaurante hayan cambiado de forma significativa. Hoy no es nada extraño ver a personas solas o acompañadas revisando el móvil mientras comen, a veces incluso sin intercambiar apenas palabras. Nuestro entorno es otro, pero ¿cuáles son sus consecuencias?

IKEA, junto a la **Sociedad Española de Neurología (SEN)**, la **Universidad Rey Juan Carlos (URJC)** y el **Centro de Investigación Biomédica en Red de Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN)** del Instituto de Salud Carlos III han impulsado el presente informe basado en sendas investigaciones de campo: la primera, realizada con metodologías biométricas e inteligencia artificial; la segunda, con cuestionarios en población clínica y general.

Con estas herramientas, ha sido posible analizar la influencia de los dispositivos digitales, registrando las emociones y conductas alimentarias tanto al preparar o consumir comida casera o procesada. Analizando tanto cuando la ingesta se

produce en solitario como en compañía y, lo que ocurre cuando utilizamos el móvil y sus efectos en los hábitos alimentarios, así como los posibles factores de riesgo para el desarrollo de trastornos de la conducta alimentaria u otros problemas relacionados con la ingesta y la alimentación. Estas investigaciones se han realizado en entornos cotidianos, pero también en escenarios controlados de laboratorio.

Esperamos que la información que detallamos a continuación sea de utilidad para las personas, para su salud, y que facilite la apertura de espacios de reflexión y de concienciación a partir de evidencias científicas. El objetivo es disponer de información de calidad que permita elaborar propuestas que contribuyan a la adopción de hábitos y rutinas más saludables en torno a la mesa, con un foco especial en el uso de dispositivos móviles y su impacto en el bienestar.

A continuación, describimos las características, objetivos, metodología, resultados y principales conclusiones de cada una de las investigaciones realizadas para saber cómo comemos.



Estudio elaborado por la **Sociedad Española de Neurología** junto con la **Universidad Rey Juan Carlos** en colaboración con **IKEA**

Biometría e IA para conocer las emociones en la mesa





**Ana Luisa
Reyes Menéndez**

Es Catedrática de Universidad en Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Sobresaliente cum laude con su tesis doctoral y Premio extraordinario de doctorado. Ha realizado una estancia post-doctoral en el RCC en Harvard en 2018 donde se especializó en el estudio del comportamiento del consumidor online con IA.

Es directora del Grupo de Investigación consolidado en Análisis Biométrico e Inteligencia Artificial de la URJC (BIACO). Dirige el Laboratorio de Neurociencia de la FCEE de la URJC.

Ha liderado proyectos de investigación aplicada con grandes instituciones, entre ellos una colaboración con el Museo Thyssen-Bornemisza y Quirónsalud, en la que las obras de arte fueron clasificadas según las emociones que evocan. Ha participado como Speaker en TEDx URJC. En 2017 fue ganadora de la Tesis en 3 minutos (3MT), en 2018 fue ponente de Pint of Science en la sección ¿Mente Maravillosa? con una ponencia titulada ¿Cómo evitar que la IA te quite el puesto? En 2019 resultó Semifinalista

de Famelab con una ponencia sobre Neurociencia ¿Multitarea, depende? con 2000 visualizaciones en Youtube. También fue keynote speaker en 2020 en Innovation Explorer en Bulgaria (Sofia) con la ponencia Neuromarketing con una audiencia de 1500 directivos. Reyes ha impartido 4000 horas de docencia de marketing con puntuación Excelente en docencia (93,02/100 puntos) y ha dirigido 110 trabajos de investigación entre TFG, TFM y tesis doctorales.

Ana Luisa ha publicado 36 artículos científicos en revistas indexadas, muchos como primera autora, y ha participado en 9 proyectos de investigación, cuatro como investigadora principal, incluyendo dos europeos. Fue consultora experta del Parlamento Europeo en IA y robótica. Además, está certificada en análisis biométrico avanzado por iMotions en Copenhague. Sus investigaciones han sido publicadas en Journal of Business Research, International Journal of Information Management, Technological Forecasting and Social Change, European Management Journal, IEEE Access, PeerJ Computer Science, International Journal of Consumer Studies.



**Dr. Jesús
Porta-Etessam**

Presidente de la Sociedad Española de Neurología (SEN), Jefe del Servicio de Neurología Hospital Universitario Fundación Jiménez Díaz. Es además Profesor y Director del área de Neurociencias de la Facultad de Ciencias Biomédicas y de la Salud de la Universidad Alfonso X el Sabio.

El Dr. Porta es licenciado en Medicina y Cirugía y doctor en Neurociencias por la Universidad Complutense de Madrid. Su trayectoria profesional le ha permitido consolidarse como un referente en neurología clínica, especialmente en áreas como las cefaleas, la neurooftalmología, neurología y trastornos funcionales. **Actualmente, preside la Sociedad Española de Neurología** y ocupa la vicepresidencia del Consejo Español del Cerebro y es Fellow por la European Academy of Neurología. Además, lidera el Servicio de Neurología del Hospital Universitario Fundación Jiménez Díaz. Es profesor y Director del área de Neurociencias de la Facultad de Ciencias Biomédicas y de la Salud de la

Universidad Alfonso X el Sabio después de haber desempeñado labores docentes en la Universidad Complutense de Madrid durante más de 16 años

Con más de 25 años de experiencia, el Dr. Porta ha contribuido a la neurología con más de 250 artículos publicados en revistas internacionales, más de 50 capítulos de libros y más de 100 ponencias científicas. A lo largo de su carrera, ha combinado su labor clínica, docente, investigadora, divulgativa y de gestión, lo que le ha permitido recibir reconocimientos como el premio científico de la Sociedad Española de Neurología por sus investigaciones en cefaleas, el galardón Best in Class para su unidad de cefaleas, y figurar en los rankings de los mejores médicos de España, según El Confidencial (2023, 2024 y 2025), **premio Merco al liderazgo reputacional** en Neurología los años 2023, 2024 y 2025, y ha sido seleccionado por Forbes como uno de los 100 mejores médicos de España.

Biometría e IA para conocer las emociones en la mesa

El estudio **“Identificando las emociones en los hábitos culinarios con IA y equipos biométricos”**, que han desarrollado la Sociedad Española de Neurología (SEN) y la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) en conjunto con IKEA, tiene como objetivo detectar y caracterizar las emociones evocadas probables mientras las personas realizan hábitos culinarios cotidianos, concretamente cocinar y comer. Para ello, se han planteado una serie de preguntas que han guiado la investigación:

- ¿Cómo influye la compañía social en la experiencia emocional mientras se cocina y durante la comida frente a realizarlas en solitario?
- ¿Qué efecto tiene el uso del teléfono móvil sobre el estado emocional mientras se cocina y durante la comida?
- ¿Puede el uso del móvil sustituir emocionalmente a la interacción social mientras se cocina o durante la comida?
- ¿Cuál es el contexto emocionalmente más favorable mientras se cocina y durante la comida?
- ¿Cómo se distribuyen la valencia y la intensidad emocional en función de cocinar/comer solo, acompañado o con móvil?
- ¿Qué emociones básicas se ven más afectadas por el contexto social mientras se cocina?
- ¿Cómo evolucionan las emociones a lo largo del tiempo durante la actividad de cocinar?
- ¿Varía la evolución temporal de la alegría según el contexto (solo, acompañado, con móvil) mientras se cocina?
- ¿El uso del móvil incrementa el estrés durante la preparación de alimentos?
- ¿Es la experiencia emocional mientras se cocina un estado estable o un proceso dinámico?
- ¿Qué condición genera la experiencia emocional más negativa durante la comida?
- ¿La presencia de compañía social reduce los estados emocionales negativos mientras se cocina y durante la comida?



Metodología: registros biométricos

La investigación biométrica se realizó en base a cuatro técnicas:

- La medición de la conducta dérmica (GSR)
- El reconocimiento facial (FEA)
- El eye tracking (ET)
- El electroencefalograma (EEG)

Se utilizó un enfoque multimétodo que integra los tres tipos de registros biométricos. De esta manera, es posible clasificar las emociones básicas registradas en cada una de estas actividades, su valencia positiva o negativa y la activación o intensidad con el fin de extraer conclusiones.

Se realizaron dos experimentos. **El primero reflejaba una situación real de la vida diaria**, como es cocinar o comer en la cocina, y **el segundo un contexto controlado de laboratorio**, donde las personas han podido observar vídeos que reproducen las situaciones sobre comida y alimentación y reaccionar frente a las emociones que sentirían si ellos estuvieran en esas situaciones.

Se analizaron más de 157.000 datos de electroencefalografía, reacciones de la piel y expresiones faciales en cocinas reales y en laboratorio.

Con estos dos entornos, se pueden comparar los resultados. En las **cocinas**, cada uno de los cinco participantes del estudio pasó por tres situaciones, tanto al cocinar como al comer:

- Esc.1:** solo, sin pantallas. En silencio y sin distracciones.
- Esc. 2:** solo, con el móvil. Utilizando contenidos de la red social TikTok.
- Esc. 3:** acompañado. Interactuando con otras personas.

En la fase de laboratorio, se evaluó a 50 sujetos que visualizaron ocho vídeos de 13 segundos que mostraban escenas distintas, según el tipo de comida (casera y procesada), el contexto social (solo o acompañado) y el uso de pantallas (con o sin ellas).

Se han registrado los efectos en seis emociones básicas, definidas de manera muy simplificada como respuestas o reacciones corporales observables:

alegría / tristeza / miedo / ira / sorpresa / asco / aversión

Las emociones se organizan en dos ejes:

- **Valencia:** de agradable a desagradable.
- **Intensidad/Arousal:** de calma a alta excitación.



Esc. 1



Esc. 2



Esc. 3

Conclusiones: comer con pantallas afecta más a los jóvenes

Vivir la experiencia de preparar alimentos o de comer junto a otras personas y/o interactuando con dispositivos digitales tiene efectos en nuestras emociones. La compañía social se presenta como modulador emocional más potente, ya que tiene la capacidad de transformar una tarea rutinaria en una experiencia de alta gratificación.

El uso del teléfono móvil no es neutro: es un potente modificador de la calidad sensorial y afectiva de la experiencia alimentaria

La compañía da más alegría. El acompañamiento social es el principal "motor" de bienestar y de alegría en el hogar. Se ha podido comprobar que cocinar acompañado aumenta la alegría en un 232% respecto a hacerlo solo (+12,44 puntos biométricos) y fue mucho más notorio que el registrado en laboratorio. Por otra parte, comer acompañado reduce el sentimiento de rechazo en un 23,5%. La compañía rompe la neutralidad funcional de la tarea, que deja de verse como un "trámite" y la convierte en una experiencia positiva.

Los dispositivos electrónicos aplanan las emociones. El uso de móviles u otros dispositivos no provocan emociones de tristeza de manera directa, pero deteriora la experiencia. Su efecto se traduce en un "aplanamiento" de las emociones positivas. Por ejemplo, su impacto reduce la alegría en un 32%. El móvil en la cocina incrementa el estrés en 1,57 puntos y no logra sustituir la interacción humana. Por otra parte, comer con móvil presentó la valencia más negativa (-52,5), siendo peor que comer solo.

Los contenidos digitales impiden la degustación. Al interactuar con redes sociales, el comensal entra en un estado similar al de alerta que fragmenta la atención e impide degustar los alimentos de manera consciente. De esta manera, se deja de disfrutar del color y el sabor del alimento. El impacto de la pantalla se acentúa con el paso del tiempo.



El escenario emocional óptimo para el cerebro humano es la combinación de comida casera, en compañía y sin pantallas

Los jóvenes, más sensibles a las pantallas. El impacto negativo de las pantallas es cuatro veces mayor en jóvenes (19-35 años) que en adultos mayores de 51 años. En los jóvenes, el móvil reduce la alegría de forma mucho más acusada, posiblemente porque son más conscientes de la interferencia tecnológica o phubbing (práctica que consiste en ignorar a una persona presente para prestar atención al móvil).

El móvil no logra reemplazar a las personas. Los datos recabados en una cocina real confirman que el uso del teléfono móvil no reproduce el beneficio de la compañía humana. Por el contrario, genera emociones casi idénticas a las que se registran cuando se cocina solo, pero con un incremento añadido del estrés (+1,57 puntos) por la atención dividida.

Comida casera vs. comida procesada. Aunque no hay grandes diferencias, la comida procesada genera una leve respuesta de "miedo" o desconfianza biométrica (+1,56 puntos), posiblemente por la falta de control sobre el origen del producto y del "arte" del cocinado. También redujo ligeramente la alegría.

Ellos se estresan más en los fogones. En cuanto a sexos, las mujeres registran de media 5,11 puntos más de alegría que los hombres en todos los contextos culinarios, lo que se entiende como una mayor conexión afectiva con estos escenarios. Ellos presentan más niveles de estrés (+4,39 puntos) y rechazo (+3,41 puntos) al enfrentarse a estas tareas. Sin embargo, estas diferencias se mitigan en contextos sociales positivos. De ello se puede concluir que contar con buena compañía en los hábitos culinarios actúa como regulador emocional universal.

Comer con el móvil registró la valencia más negativa a nivel emocional, siendo incluso peor que comer solo.



Recomendaciones



La investigación demuestra científicamente que la respuesta emocional ante nuestra alimentación depende menos del alimento que hay el plato y mucho más de con quién compartimos la comida, de la desconexión digital y de vivir el momento presente.

1. Mejor, en compañía.

La compañía humana no puede ser sustituida por estímulos digitales o dispositivos electrónicos. Estar acompañado mejora la absorción de nutrientes (se come más despacio) y reduce el riesgo de obesidad al facilitar la saciedad consciente.

2. El escenario óptimo.

El mayor bienestar se alcanza con la combinación de comida casera, acompañada y sin pantallas, que maximiza la alegría (17,8% del espectro emocional) y equilibra la intensidad de la experiencia.

3. Mejor experiencia culinaria sin pantallas.

Comer frente a una pantalla activa un estado cerebral similar a la alerta, impidiendo la degustación y convirtiendo el acto de comer en un simple trámite.

4. Diseño de cocinas más sociales.

Los diseñadores de espacios culinarios deberían priorizar entornos que faciliten la interacción cara a cara y minimicen las distracciones tecnológicas.



Estudio elaborado por el **Centro de Investigación Biomédica en Red de Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN)** de **Instituto de Salud Carlos III** en colaboración con **IKEA**

Impacto de la Digitalización en los Hábitos Alimentarios





**Susana
Jiménez Murcia**

Especialista en Psicología Clínica y Doctora en Psicología. Coordinadora del Plan Territorial de Salud Mental de la zona Metropolitana Sur de Barcelona. Jefa del Servicio de Psicología Clínica y Directora de Programa de Juego Patológico y otras Adicciones Comportamentales, del Hospital Universitario de Bellvitge, Barcelona. Profesora Agregada (Acreditación Catedrática), Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud, Universitat de Barcelona (UB). Investigadora de la Fundació Institut d'Investigació Biomèdica de Bellvitge-IDIBELL. Co-Jefe del Grupo de Psiconeuroendocrinología de los Trastornos Alimentarios y de las Conductas Adictivas en IDIBELL y Co-IP de Grupo en la Red de Excelencia en Investigación: Fisiopatología de la

Obesidad y la Nutrición (CIBERObn). Ha publicado más de 450 artículos científicos en revistas de impacto (ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3596-8033>) e impartido más de 500 ponencias nacionales/internacionales. Ha recibido numerosos premios de investigación, labor clínica e innovación: Sanitarias 2024; Doctora de Alcalá-2024; Mejores Ideas Diario Médico 2011-2019, Best European Serious Video Game for Health 2011, Colegiada de Honor-2024 Colegio de Psicólogos de Cataluña y Great Achievement Award-2025 de la Sociedad Mundial de Adicciones Conductuales (ISSBA).



**Fernando
Fernández Aranda**

Catedrático de Psicología de la Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud, Universidad de Barcelona, Especialista en Psicología Clínica, Licenciado en Psicología con Grado por la UB y Doctor en Psicología por la Universidad de Hamburgo. Director científico del IDIBELL hasta 2024. Director de la Unidad de Trastornos de la Alimentación del Hospital Universitario de Bellvitge (HUB) y Director de la Unidad Integral de TCA de Alta Complejidad y Duración, Martorell-HUB. Subdirector del CIBERObn, ISCIII. Jefe de Grupo de Investigación en IDIBELL. Codirector de la sección de Trastornos de la Alimentación de la World Psychiatric Association (WPA). Premios Internacionales Clínicos y de Investigación: AED Meehan Hartley Award-2004; AED Leadership Research Award-2015 y Hilde Bruch

Lecture Award-2017. ICREA Academia-2024 y Medalla Josep Trueta-2025 al Mérito Sanitario. Past-Presidente de la Eating Disorders Research Society. Editor Jefe de la European Eating Disorders Review (2011-2021) y actual Editor asociado de Psychotherapy and Psychosomatics. Más de 530 artículos publicados en Revista Internacionales/ ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2968-9898>

Impacto de la Digitalización en los Hábitos Alimentarios

La segunda investigación es un estudio piloto titulado “**Impacto del uso de pantallas en los hábitos sociales asociados a la alimentación**” y desarrollado por el **Centro de Investigación Biomédica en Red de Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN)** del **Instituto de Salud Carlos III**. Se parte de la premisa de que la alimentación no es un acto únicamente funcional, sino que es un fenómeno híbrido donde el contexto es muy relevante, y donde especialmente la presencia de otras personas, pero también la tecnología, redefinen la experiencia emocional asociada a la ingesta. Es decir, los dispositivos digitales han reconfigurado el espacio de la comida, tradicionalmente reservado para la interacción social.

La investigación tiene en cuenta varios conceptos clave. Por una parte, están los estilos de ingesta, que son tres:

Estilo Restrictivo: caracterizado por el establecimiento de controles y reglas rígidas sobre la alimentación, como las dietas estrictas, el conteo calórico o la exclusión de alimentos. Además, la privación puede provocar episodios de sobreingesta.

Estilo Emocional: se caracteriza porque la comida se usa como una estrategia para regular emociones, por ejemplo, el estrés, el aburrimiento, la tristeza o incluso la alegría.

Estilo Externo: aquí la ingesta se guía más por estímulos externos que por el hambre y depende, por tanto, de la disponibilidad de comida, el contexto social o la publicidad.

También se parte de la idea de que actualmente las personas tienden a **sobrevalorar la utilidad de las redes sociales** a la hora de regular sus emociones, o para sentirse socialmente aceptados. Esta creencia es clave en el uso problemático de la tecnología.

Por último, se destaca el concepto de **Aislamiento Social asociado a la alimentación**, que se define por el escenario en el que la persona consume alimentos sola, convirtiéndose en un posible marcador de riesgo psicosocial.



Metodología:

Se realizó un estudio piloto transversal con 208 participantes. El 66,7% de la muestra eran mujeres, y con un rango entre 18 y 82 años. Se dividió la muestra en dos grupos: el grupo clínico (130 personas), que padecían algún tipo de trastorno alimentario o adicción a las nuevas tecnologías y el grupo de población general.

El objetivo principal fue analizar cómo el uso de pantallas repercute en los hábitos alimentarios y en las conductas sociales asociadas de la población española. Y más concretamente:

Conocer los hábitos de uso de pantallas.

Comprender cómo el uso excesivo de los dispositivos digitales influye en los momentos de comida.

Analizar la relación entre el uso de pantallas y los hábitos alimentarios.

Estudiar si existen diferencias entre dichos hábitos y las relaciones entre poblaciones clínicas y no clínicas.

La información se recabó a través de un cuestionario específico (Impacto Negativo de las Pantallas sobre los Hábitos Alimentarios (NIS-Scale – Negative Impact of Screens on Eating and Social Behavior), diseñado para este proyecto. El cuestionario tenía 44 ítems que incluyen cuestiones sociodemográficas, hábitos alimentarios y el uso de pantallas y hábitos de sueño. Asimismo, se utilizaron la escala Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ), que mide los tres estilos de ingesta desadaptativos, y la escala Plan-net 25, que evalúa la sobrevaloración de la utilidad relativa de las redes sociales cuando su uso es problemático.

De forma paralela, y para analizar los resultados de la NIS-scale, en población general española, se analizaron 2.609 casos (52% mujeres y 48% hombres), representativos en género, edad y lugar de procedencia.

Se utilizaron cuestionarios de hábitos y escalas validadas relacionadas con los estilos de ingesta y la sobrevaloración de la utilidad de las redes sociales.



Conclusiones: casi nadie come sin usar el móvil

La mesa se ha digitalizado y el uso de pantallas ya no es una actividad accesorio a la hora de la comida, sino que se sitúa como el nuevo escenario alimentario. La incidencia de dispositivos digitales conectados, especialmente el móvil, ha transformado un espacio social en un contexto potencialmente solitario, con implicaciones directas en el bienestar psicológico. Prácticas como ver vídeos o consultar las redes sociales (uso pasivo de pantallas) se han normalizado, pero constituyen un factor que desregula la conducta alimentaria, fomentando la ingesta motivada por estímulos externos, afectando claramente al bienestar emocional.

El uso del teléfono móvil no es neutro: es un potente modificador de la calidad sensorial y afectiva de la experiencia alimentaria.

Por otra parte, también se observaron diferencias significativas con la población clínica, que utiliza las pantallas como refugio ante el aislamiento social severo, especialmente en días festivos.

Cubiertos, servilletas... y pantallas. Una de las principales conclusiones del estudio es que comer sin pantallas es ya una práctica minoritaria, una excepción. Menos del 2% de la muestra se alimenta en un entorno libre de pantallas. La digitalización de la comida es un fenómeno transversal que no depende de manera directa de otros factores, como la actividad laboral.

El riesgo del aislamiento social. Se ha evidenciado que el grupo clínico come solo con mayor frecuencia (7 veces más entre semana y 18 veces más los fines de semana) que la población no clínica. De ello se puede concluir que el aislamiento en la mesa podría constituir un marcador de riesgo psicosocial que debe ser abordado en entornos terapéuticos. La comunicación humana es un factor protector de la salud alimentaria.

El móvil, el rey de la mesa. En cuanto al uso de distintos dispositivos electrónicos, el móvil es el protagonista indiscutible. Los resultados indican que está presente en casi la mitad de las comidas entre semana (47%) y en más de la mitad los fines de semana (53%).

Jóvenes, los comensales más vulnerables. El grupo clínico que se ha estudiado es más joven, de alrededor de 28 años (6,1 años menos de media) y, a la vez, es el que hace un uso significativamente mayor de las pantallas, más del doble que la población general, con 5,36 horas por día frente a las 2,49 horas en población general.

Más conectados e insaciables. En cuanto a los estilos de ingesta, el estilo de comer "externo" se asocia más frecuentemente con prácticas como revisar el correo o jugar videojuegos mientras se come. Esto podría deberse a que las personas con este estilo de ingesta no prestan atención a las señales internas de saciedad.

Percepción de las redes sociales. Comer solo no está asociado a una mayor valoración de las redes. El factor clave en este sentido es la cantidad de tiempo que se pasa conectado a estas plataformas: estar más horas en TikTok o Instagram sí genera una creencia de que estas redes son esenciales para la aceptación social y la regulación emocional.

Cómo y con quién comemos es clave. El bienestar psicológico depende de la forma como comemos y con quién desarrollamos esta actividad. La digitalización no es un espacio de conexión, más bien al contrario, es un escenario de soledad o aislamiento que tiene consecuencias directas en nuestro bienestar psicológico y en los hábitos alimentarios.

Mejor si nos comunicamos. Charlar en la mesa es una actividad protectora de la conducta alimentaria y se asocia a patrones de ingesta más saludable: fomenta una relación más consciente y menos impulsiva con los alimentos. Además de reducir el estilo de ingesta emocional, que usa la comida como respuesta a estados afectivos negativos, también limita la ingesta externa, que no atiende a señales de hambre o saciedad del individuo. Al contrario de lo que ocurre con el uso de las pantallas, la interacción social ayuda a mantener la atención en un contexto social saludable.

Uso nocturno de pantallas. A mayor uso nocturno de pantallas, menos horas de sueño y peor descanso (31% duermen menos de 6 horas/día).



La progresiva digitalización está transformando la comida en un acto solitario, mientras que la comunicación preserva un espacio social esencial para la salud mental.

Aprendizajes extraídos de ambos estudios

A continuación, resumimos algunas de las conclusiones que aparecen en común en ambas investigaciones sobre el impacto del uso de dispositivos digitales en los hábitos culinarios:

La pantalla, una barrera al acto social de comer. En los dos estudios analizados la tecnología se ha convertido en un nuevo estándar en la mesa y pone de relieve el efecto “barrera” que tiene el uso de los dispositivos, especialmente el móvil, ya que individualiza la experiencia de cocinar o de comer. El smartphone reduce la alegría y sitúa al cerebro en un estado de alerta que degrada la experiencia y el proceso de digestión, según se desprende del estudio de la Sociedad Española de Neurología (SEN) y la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).

Vulnerabilidad juvenil. A diferencia de los mayores, que muestran niveles más elevados de resiliencia, el segmento más joven, entorno a los 28 años, es el grupo más expuesto al uso de pantallas, como subraya el estudio Centro de Investigación Biomédica en Red de Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN) del Instituto de Salud Carlos III. Sus niveles de alegría caen más cuando integran los dispositivos electrónicos en la mesa, según el estudio de la SEN y la URJC.

La cocina refuerza la salud mental y cerebral. Cocinar y comer en compañía, interactuando con otras personas, no tiene efectos positivos únicamente en el ámbito de la nutrición, sino que actúa como un mecanismo de regulación emocional que reduce el estrés y aumenta el afecto positivo, mejorando el bienestar. El principal beneficio se da sin pantallas, sobre todo cuando se dialoga durante el acto de comer y se plantea como un acto social, como apunta el estudio de la SEN y la URJC.

Las redes sociales acentúan el riesgo de aislamiento. El hecho de comer solo se perfila como un factor de riesgo que se retroalimenta con el uso excesivo de redes sociales, especialmente en perfiles clínicos o con vulnerabilidad hacia los trastornos alimentarios, según desvela el informe de CIBEROBN.





El diseño de los espacios donde cocinamos y donde comemos debe fomentar la interacción social cara a cara para mejorar nuestros hábitos culinarios y recuperar la experiencia social.

Sin consciencia alimentaria. La distracción digital impide que el cerebro procese adecuadamente los sabores o la sensación de saciedad y otras experiencias sensoriales, transformado el momento de la comida en un simple "trámite". Es decir, deriva en una pérdida de control consciente sobre lo que se ingiere, según apunta el estudio de CIBEROBN.

El reto: recuperar el espacio social. Los datos extraídos de ambas investigaciones sugieren la urgencia de recuperar el espacio de la cocina y la mesa como zonas "libres de pantallas" para proteger la salud emocional y fomentar vínculos sociales sólidos.

En definitiva, más allá del valor nutricional, importa "cómo y con quién" comemos, siendo el uso de dispositivos una barrera que degrada la calidad de la experiencia alimentaria y fomenta conductas desadaptativas.

Tack!

