



Información y divulgación sobre alimentación y nutrición

Cómo afrontar los riesgos de los bulos y la desinformación

◆ **Dra. Marcela González-Gross**

*Catedrática de la Universidad Politécnica de Madrid.
Presidenta de la Sociedad Española de Nutrición (SEÑ)*

◆ **Dr. Rafael Urrialde de Andrés**

*Vicepresidente de la Real Academia Europea de Doctores.
Vocal de la Junta Directiva de la Sociedad Española de Nutrición (SEÑ)*

Resumen: Los bulos o desinformaciones sobre alimentación y nutrición se han convertido en un hecho que va en aumento en España, impulsados por el desarrollo y la expansión de las redes sociales, generando una gran cantidad de información sin verificar, que puede crecer de forma exponencial. Estos mensajes falsos o engañosos se suelen difundir muy rápidamente porque apelan al miedo, al perjuicio para la salud o a las soluciones "milagro", lo que provoca que muchas personas cambien sus hábitos alimentarios basándose en información incorrecta, imprecisa o falsa.

La desinformación y los bulos sobre alimentación y nutrición representan un reto importante para la salud pública en España y en la Unión Europea y otros países de nuestro entorno. Aunque muchos de estos mensajes parecen inofensivos, pueden provocar decisiones alimentarias erróneas o generar miedo injustificado hacia ciertos alimentos y bebidas. Por ello, es fundamental fomentar el pensamiento crítico, consultar fuentes oficiales y confiar en la evidencia científica antes de creer o compartir información relacionada con la alimentación.

Debido a la problemática y los riesgos que tienen tanto para los consumidores como para las empresas de transformación de alimentos y bebidas los bulos y la desinformación en alimentación y nutrición, en los últimos años están surgiendo cada vez más voces que quieren combatir esta situación.

Palabras clave: Información. Desinformación. Alimentación. Nutrición. Redes Sociales. Alfabetización alimentaria.

La alimentación y nutrición, como cualquier otra ciencia, requieren de estudio y conocimiento en base a datos para su análisis y su posterior entendimiento, comprensión y aplicación. Pero quizás, en comparación con otras ciencias que se nos antojan más complejas, la alimentación desde hace años nos parece una ciencia muy cercana.

En los últimos años, la gran difusión en la ciencia de la nutrición ha tenido una proliferación de información muy amplia. Vamos a la compra, cocinamos los alimentos y comemos y bebemos varias veces al día y eso puede llegar a infundir una falsa sensación de “conocimiento”, ya que son actos de consumo de alimentos y bebidas que nos van a aportar los nutrientes necesarios o requeridos para un correcto metabolismo y fisiología humana.

Asimismo, en materia de alimentación y nutrición hay una importante transmisión de información entre generaciones en las familias, entre amigos, compañeros, etc., que en ocasiones es acertada, pero en otras muchas, no; pues a nivel científico-técnico son dos ciencias muy jóvenes, prácticamente, desde la segunda mitad del siglo XX. En general, los temas relacionados con la salud dan lugar a debate y a opinar con cierta facilidad, porque nos afectan muy de cerca y todo el mundo tiene opinión, muchas veces no basada ni en estudios ni datos.

EL ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

Hasta hace unos años, la información sobre temas relacionados con la salud procedía de medios con una línea editorial; principalmente de la prensa escrita, la radio y la televisión. La aparición de los medios digitales ha transformado el acceso a la información referente a temas de salud, haciéndolo mucho más accesible a todas las personas.

Un estudio realizado en Alemania en una muestra representativa de adultos, concluyó que el 76% de las personas que utilizan Internet tienen una baja competencia en materia de salud y que el 82 % no es capaz de valorar de forma correcta las informaciones relacionadas con temas de salud. Y de los temas relacionados con la salud donde mayor desinformación se propaga es precisamente en materia de nutrición.

Según la consultora Llorente y Cuenca, tres de cada 10 bulos en Internet hablan de comida y circulan siete veces más rápido que las noticias reales. Ya en los años 90 se aprobó un código de autorregulación entre la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas y el Ministerio de Sanidad y Consumo, supervisado y controlado por asociaciones de consumidores, para poder determinar qué declaraciones tenían o no fundamento científico y cuales eran totalmente infundadas o sin criterio científico.

De forma genérica, en 1996 se aprobó el Real Decreto 1907/1996, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades y servicios con pretendida finalidad sanitaria, conocido coloquialmente como la legislación de productos milagro, que incluía o daba cobertura también a los productos alimenticios.

Estos hechos, que también acontecían en otros países de la Unión Europea en los años 80, 90 y principios de los 2000, hizo que se aprobara el Reglamento 1924/2006 sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables, lo que permitió que por primera vez, sobre comunicación comercial de salud relacionada con alimentación y nutrición, se aprobara una lista positiva y se autorizaran las declaraciones en base al posicionamiento positivo de la European Food Safety Authority (EFSA), además de la autorización y aprobación de la Comisión Europea, a través de la publicación en base al Reglamento 432/2012 en la Diario Oficial de la Unión Europea.

Pero al igual que hasta prácticamente 2010-2015 todo el foco estaba sobre soportes de comunicación convencionales, hoy se debería adaptar toda la legislación vigente a los nuevos soportes digitales e incluso a



La desinformación en materia de alimentación y nutrición supone un verdadero reto para la salud pública. Influye en la elección de alimentos y lleva a las personas a desconfiar de las recomendaciones científicas. Existe consenso en relación a la importancia de la alfabetización alimentaria y de nutrición de la población para que pueda distinguir la ciencia de la pseudociencia e incluso de la no ciencia. El abordaje requiere de una acción combinada de profesionales de la salud, educadores, formadores e instituciones y entidades públicas y privadas con el fin de promover una comunicación nutricional basada en la evidencia científica y que sea accesible para el gran público.

todo lo relacionado y referido a prescriptores, tanto de carácter o ámbito social como del referido a la salud.

La desinformación se define como la propagación de noticias o informaciones falsas o no verificadas con la intención de influir, confundir o equivocar a determinadas personas o grupos de población.

Segado-Fernández y col. (2025) analizaron un total de 28 artículos para comprender la influencia de las redes sociales en la alimentación y nutrición. Los resultados destacan Instagram (50%) y YouTube (39,3%) como las redes sociales predominantes, lo que sugiere un cambio desde los medios tradicionales. La desinformación es generalizada (100%) y los usuarios difunden prácticas no verificadas, especialmente en Instagram (64,70%). El auge de las dietas milagro es preocupante, con superalimentos que pueden curar enfermedades como la COVID-19 generada por el SARS-COV-2 (14,28%) y la ortorexia (14,28%) recibiendo la mayor atención.

La ortorexia está vinculada a la difusión de desinformación, lo que exacerba su prevalencia. Además, el análisis revela cambios en los patrones alimentarios

o dietéticos, generando preocupación por la disminución de la popularidad y adherencia de la dieta mediterránea. Los autores concluyen que la desinformación sobre alimentación y nutrición, a través de las redes sociales, se está convirtiendo en un grave problema de salud pública.

La desinformación en materia de alimentación y nutrición supone un verdadero reto para la salud pública. Influye en la elección de alimentos y bebidas y lleva a las personas a desconfiar de las recomendaciones científicas. Existe consenso en relación a la importancia de la alfabetización alimentaria y de nutrición de la población para que pueda distinguir la ciencia de la pseudociencia e incluso de la no ciencia. El abordaje requiere de una acción combinada de profesionales de la salud, educadores, formadores e instituciones y entidades públicas y privadas con el fin de promover una comunicación nutricional basada en la evidencia científica y que sea accesible para el gran público.

ALFABETIZACIÓN ALIMENTARIA

Los expertos en alimentación, nutrición y salud coinciden en que es importante que las personas adquieran alfabetización en salud (del inglés, *Health literacy*), y en el tema que nos ocupa, alfabetización alimentaria.

La alfabetización alimentaria se refiere al conocimiento, habilidades y actitudes necesarios para tomar decisiones informadas en relación a los alimentos y bebidas y su impacto en la salud. A pesar de que cada vez hay mayor conciencia sobre la importancia de la alfabetización alimentaria, el analfabetismo alimentario es un problema global, afectando a personas de todas las edades, entornos y niveles socioeconómicos y culturales.

Según los autores Silva y col. (2023), el analfabetismo alimentario tiene repercusiones importantes, aumentando las desigualdades en materia de salud, sobre todo en poblaciones vulnerables, tanto por situación fisiológica como económica o social. Además, la alfabetización alimentaria es un campo complejo y multidisciplinar, y son muchos los retos que la comunicación en materia de salud debe asumir para promocionar de manera efectiva la alfabetización alimentaria y mejorar la salud.

INICIATIVAS EN ESPAÑA FRENTE A LA DESINFORMACIÓN

Debido a la problemática y los riesgos que tienen tanto para los consumidores como para las empresas de

transformación de alimentos y bebidas los bulos y la desinformación en alimentación y nutrición, en los últimos años están surgiendo cada vez más voces que quieren combatir esta situación.

Así, por ejemplo, en octubre de 2025, la Oficina Alimentaria de Llorente y Cuenca en colaboración con Newtral publicaron un informe titulado “Salud, Alimentación y Fake News”, que documenta cómo determinadas narrativas virales han sido capaces de desencadenar crisis comerciales y regulatorias en España, y en el que participó en el desarrollo y redacción uno de los autores de este artículo (Rafael Urrialde). El estudio pone el foco en quién impulsa estas dinámicas, cómo se propagan y qué pueden hacer empresas, reguladores, entidades no gubernamentales y medios de comunicación para anticiparse y responder con eficacia.

Precisamente plataformas o entidades de comunicación como Newtral o Kómoda News están trabajando en el análisis de las desinformaciones o bulos y construyendo mensajes reales y fidedignos en base a los datos científico-técnicos y de las regulaciones en derecho alimentario para hacer frente a la desinformación.

ALGUNOS EJEMPLOS DE BULOS Y DESINFORMACIONES

La mayoría de los mitos alimentarios carecen de base científica o técnica. Además, pueden dar lugar a prácticas nutricionales o dietéticas ineficaces o perjudiciales para la salud. Veamos algunos ejemplos.

- Valor nutricional de la leche y las bebidas vegetales.
- Alimentos sin gluten para personas no celíacas o alimentos sin lactosa para personas tolerantes a la lactosa.
- Comer pan engorda.
- El pan integral aporta menos calorías que el pan blanco.
- Lo natural es mejor que lo procesado.
- Edulcorantes.
- Aditivo E 330.
- Comer huevo sube el colesterol en sangre.
- Beber agua es malo.
- Chocolate y acné.
- Vinagre de manzana adelgaza.

- Zumos de limón en ayunas.
- Las bebidas alcohólicas son buenas para la salud.
- El azúcar produce calorías vacías.

COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS QUE SON SUPLEMENTOS NUTRICIONALES

También existe preocupación en relación a la desinformación en relación a los suplementos nutricionales. Un estudio reciente realizado en Alemania (Gauch y col, 2025) analizó los suplementos promocionados por influencers en Instagram. Dos tercios de los suplementos más anunciados aportaban dosis de vitaminas y minerales por encima de los valores máximos que se deben consumir a diario (UL), sin que además los influencers indicaran nada al respecto y los efectos negativos que pueden desencadenar en algunos casos. Concluyen los autores que se deberían tomar acciones legales para evitar la desinformación de los influencers en las redes sociales, similares a las ya adoptadas y recogidas en el Real Decreto 1907/1996 para el resto de los medios que incluyan comunicaciones comerciales con pretendida finalidad sanitaria que contravengan lo recogido en dicho real decreto.

CONCLUSIÓN

Los bulos o desinformaciones sobre alimentación y nutrición se han convertido en un hecho que va en aumento en España, aunque siempre han existido, pero que con el desarrollo y la expansión de las redes sociales se ha generado una gran cantidad de información, que puede crecer de forma exponencial, sin verificar. Estos mensajes falsos o engañosos se suelen difundir muy rápidamente porque apelan al miedo, al perjuicio para la salud o a las soluciones “milagro”, lo que provoca que muchas personas cambien sus hábitos alimentarios basándose en información incorrecta, imprecisa o falsa.



Durante situaciones de crisis sanitaria la difusión de bulos alimentarios aumenta de forma muy notable. Se comparten mensajes que pueden afirmar que ciertos alimentos o bebidas podían prevenir o curar las patologías o enfermedades, también que determinados productos importados, *per se*, son peligrosos. Estas afirmaciones generan confusión y preocupación entre la población, a pesar de que las autoridades sanitarias desmientan de forma repetida estas informaciones.

Las redes sociales y aplicaciones de mensajería digital pueden jugar un papel clave en la difusión de los bulos o desinformaciones o informaciones falsas. Muchos mensajes se presentan como advertencias urgentes, maquetadas o presentadas de forma muy llamativa y con una fuente de información supuestamente procedente de médicos o expertos en salud, incluso autoridades sanitarias, lo que aumenta su credibilidad. Sin embargo, en muchos casos no existe ninguna fuente fiable detrás de estas afirmaciones.

Para combatir este problema, en España existen diversas iniciativas de verificación y educación alimentaria. Organismos como la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), así como plataformas de verificación y divulgadores científicos, como *Kómoda News*, que trabajan para proporcionar información basada en evidencia científica e intentar desmentir los bulos. Además, se promueve la educación alimentaria y nutricional para aprender a identificar fuentes fiables y a cuestionar información sospechosa.

Por tanto, la desinformación y los bulos sobre alimentación y nutrición representan un reto importante para la salud pública en España y en la Unión Europea y otros países de nuestro entorno. Aunque muchos de estos mensajes parecen inofensivos, pueden provocar decisiones alimentarias erróneas o generar miedo injustificado hacia ciertos alimentos y bebidas. Por ello, es fundamental fomentar el pensamiento crítico, consultar fuentes oficiales y confiar en la evidencia científica antes de creer o compartir información relacionada con la alimentación. ■

BIBLIOGRAFÍA

- Miguel Herrero. Los bulos de la Nutrición. Editorial CSIC y Catarata. ISBN: 978-84-00-11315-5. Nº en la colección: 160 Salud, Alimentación y Fake News. Llorente y Cuenca. 2025.
- Kómoda News* (2026). <https://komoda.es/>
- Capocasa M, Venier D, Venier B, Chiarla C. Exploring nutritional myths and fake news: Impact and counteractions. *Clin Nutr ESPEN*. 2026;24;72:102947. doi: 10.1016/j.clnesp.2026.102947. Online ahead of print.

Las redes sociales y aplicaciones de mensajería digital pueden jugar un papel clave en la difusión de los bulos o desinformaciones o informaciones falsas. Muchos mensajes se presentan como advertencias urgentes, maquetadas o presentadas de forma muy llamativa y con una fuente de información supuestamente procedente de médicos o expertos en salud, incluso autoridades sanitarias, lo que aumenta su credibilidad. Sin embargo, en muchos casos no existe ninguna fuente fiable detrás de estas afirmaciones.

Emma C Gauch, Martin Smollich. [Misinformation and disinformation about dietary supplements in social media: limiting the risks, seizing the opportunities, and shaping structures]. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz*. 2025 Nov;68(11):1283-1290. doi: 10.1007/s00103-025-04138-x. Epub 2025 Oct 11.

Segado Fernández S, Jiménez Gómez B, Jiménez Hidalgo P, Lozano-Estevan MDC, Herrera Peco I. Disinformation about diet and nutrition on social networks: a review of the literature. *Nutr Hosp*. 2025;42(2):366-375. doi: 10.20960/nh.05533. PMID: 40008658.

Silva P, Araújo R, Lopes F, Ray S. Nutrition and Food Literacy: Framing the Challenges to Health Communication. *Nutrients*. 2023;15(22):4708. doi: 10.3390/nu15224708. PMID: 38004102; PMCID: PMC10674981.

Sobre la SEÑ: *la Sociedad Española de Nutrición, fundada en 1978, fiel a sus objetivos fundacionales, promueve el desarrollo de la nutrición y la alimentación como ciencias multidisciplinares a través de su Junta Directiva y los socios en todo el territorio nacional y con representación en todas las comunidades autónomas, con actividades y proyección internacional, siendo la única sociedad científica española del ámbito de la nutrición y la alimentación socia de la Federación Europea de Sociedades de Nutrición (FENS) y de la Unión Internacional de Sociedades de Nutrición (IUNS). Es una de las sociedades integrantes de FESNAD (Federación Española Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética).*