

## NOTA DE PRENSA

# Dietistas-Nutricionistas alertan de los intereses que esconde la desinformación en nutrición y exigen mayor ética y pensamiento crítico

- El Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas, con la colaboración de la Academia Española de Nutrición y Dietética y **Ágora Nutrición**, celebró el webinar “**Alimenta ConCiencia**”, con la participación de destacados *influencers* del mundo de la nutrición.
- Los profesionales reclamaron una comunicación más ética, transparente y basada en la evidencia científica, así como una mayor cooperación profesional para recuperar la confianza social.

**02 diciembre 2025** – Con motivo del [Día del Dietista-Nutricionista](#), el Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas (CGCODN) celebró, junto a la Academia Española de Nutrición y Dietética y con la colaboración de **Ágora Nutrición**, un webinar que reunió a reconocidos divulgadores y especialistas en comunicación científica. La sesión, integrada en la campaña [#AlimentaConCiencia](#), abordó desde distintos ángulos el impacto de la desinformación nutricional en la población y los retos que afrontan los profesionales para contrarrestarla. Este webinar forma parte de la campaña con el mismo nombre, que tiene como objetivo ayudar a la ciudadanía a identificar información fiable, denunciar el intrusismo y reforzar el papel del dietista-nutricionista como profesional de referencia.

El encuentro contó con **Beatriz Robles**, dietista-nutricionista y tecnóloga de alimentos; **Xusa Sanz**, dietista-nutricionista, enfermera, especializada en salud de la mujer; **Juan Revenga**, biólogo y dietista-nutricionista; **Miguel Ángel Lurueña**, tecnólogo de alimentos; y **Juan García La Roche**, fundador de la plataforma de verificación de contenidos **Ágora Nutrición**.

### La raíz de la desinformación: intereses, emociones y vulnerabilidad social

Y es que, pese a contar con más acceso a información que nunca, recientes estudios como el publicado en *The Lancet* recientemente alertando sobre el aumento en el consumo de ultraprocesados, nos indican que “comemos peor que nunca”. Los ponentes coincidieron en que los bulos sobre alimentación no surgen de forma inocente. Beatriz Robles recordó que “la desinformación siempre tiene un interés detrás”, y que estos mensajes suelen diseñarse para generar una reacción emocional intensa: si un contenido provoca miedo, indignación o euforia, “es una *red flag* que nos debe hacer sospechar”.

Además, se señaló que determinados colectivos son especialmente susceptibles a estos engaños. Xusa Sanz destacó durante el encuentro que “donde hay una insatisfacción, hay un nicho de mercado, y por este motivo las mujeres resultan más vulnerables a la desinformación”. La explotación comercial de inquietudes estéticas o de salud, unida al abuso del lenguaje científico —“basta un estudio en ratas para proclamar que hay evidencia”—, contribuye a generar mensajes que parecen rigurosos, pero no lo son

### Comunicación

Rebeca Valenciano

prensa@consejodietistasnutricionistas.com

Móvil 651 420 448

## **Ética y responsabilidad en la comunicación sanitaria**

Otra de las temáticas centrales fue la lacra del intrusismo y la ética profesional en redes sociales. Durante el webinar, Miguel Ángel Lurueña, recordó que “es ilegal que un profesional sanitario utilice su autoridad para generar miedo sobre un producto o crear una supuesta urgencia que desemboca en la venta de suplementos o programas propios”. Además, reivindicó que “la ética no se legisla”: la responsabilidad del profesional debe ir más allá de cumplir normas, integrando un compromiso real con la veracidad y el interés del paciente o consumidor.

Los participantes llamaron a hacer una reflexión profunda sobre los modelos actuales de divulgación y sobre la necesidad de reconocer la comunicación científica como una salida profesional más dentro de la dietética y la nutrición.

### **Red flags y criterios para identificar información fiable**

Durante la sesión, se ofrecieron también claves prácticas para ayudar a la ciudadanía a distinguir contenidos rigurosos de mensajes engañosos. Entre los principales signos de alerta se mencionaron las promesas excesivamente atractivas: “si algo es demasiado bonito, seguramente no sea cierto”, las propiedades “milagrosas” que se atribuyen a algunos suplementos o la restricción extrema de alimentos o grupos de nutrientes.

Otro de los comportamientos que nos deben hacer sospechar es el de cualquier contenido cuyo objetivo sea generar culpa: “Si te hace sentir mal, desconfía”, dijo Lurueña.

Los ponentes coincidieron en que es recomendable que los ciudadanos revisen periódicamente a quién siguen, eliminando cuentas que fomenten inseguridad, confusión o desinformación.

### **El reto: alfabetización alimentaria, pensamiento crítico y reconstrucción de la confianza**

Una de las conclusiones centrales del webinar fue que combatir la desinformación no puede recaer únicamente en la corrección de bulos. Tal como destacó Juan Revenga, “montar un bulo no cuesta nada y desmontarlo cuesta mucho”; por ello, la prioridad debe ser fortalecer el pensamiento crítico de la población, algo que sólo se consigue con una buena educación alimentaria desde edades tempranas. Como se enfatizó durante la sesión, “una parte de la responsabilidad recae en el consumidor, que debe aprender a no dejarse engañar”.

A esto se suma la necesidad de recuperar la confianza del público. Juan García La Roche subrayó que no basta con que un divulgador diga la verdad: si la audiencia no confía en quien la comunica, el mensaje pierde impacto. Sin embargo, cuando “la misma verdad la afirman 100 profesionales, se genera un efecto de refuerzo que contribuye a frenar la expansión de los bulos. Esta idea enlaza con la llamada a promover una mayor cooperación entre profesionales sanitarios y científicos”.

### **“Aunque la batalla parece perdida, hay que lucharla”**

Pese a la magnitud del reto, el encuentro finalizó con un mensaje de esperanza. Y es que, aunque la desinformación es un fenómeno difícil de frenar, también existen herramientas para avanzar: educación crítica, colaboración profesional, ética comunicativa y mensajes sencillos que conecten con la vida real.

En este sentido, Revenga dio un consejo práctico a la hora de guiarnos en la alimentación: “Cocina lo que comes”. Una invitación a volver a lo esencial como antídoto frente a la saturación de mensajes contradictorios.

**Comunicación**

Rebeca Valenciano

prensa@consejodietistasnutricionistas.com

Móvil 651 420 448