



Revista Española de Nutrición Humana y Dietética

Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics

EDITORIAL – **versión post-print**

Esta es la versión revisada por pares aceptada para publicación. El artículo puede recibir modificaciones de estilo y de formato.

Comunicación ética en redes sociales para la nutrición

Ethical communication in social networks for nutrition

Saby Camacho-López^{a*}, Edna J. Nava-González^b, Evelia Apolinar-Jiménez^c, Rafael Almendra-Pegueros^d, Alberto Pérez-López^e, Amparo Gamero^f, Ashuin Kammar-García^g, Miguel Angelo Duarte Junior^h, Tania Fernández Villa^{i,j}, Édgar Pérez-Esteve^k, Diego A. Bonilla^{l,m}, Macarena Lozano-Lorca^{n,o}, Eva María Navarrete-Muñoz^{p,q}

^a Nutrir México, Ciudad de México, México.

^b Facultad de Salud Pública y Nutrición, Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, México.

^c Unidad de Metabolismo y Nutrición, Departamento de Investigación, Hospital Regional de Alta Especialidad del Bajío, Secretaría de Salud, México.

^d Laboratorio de Investigación Traslacional en Farmacología, Facultad de Medicina, UASLP, México.

^e Departamento de Ciencias Biomédicas, Área de Educación Física y Deportiva, Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud, Universidad de Alcalá, Madrid, España.

^f Departamento de Medicina Preventiva y Salud Pública, Ciencias de la Alimentación y Medicina Legal, Facultad de Farmacia, Universitat de València, Valencia, España.

^g Dirección de Investigación. Instituto Nacional de Geriatria. Ciudad de México, México.

^h Departamento de Medicina Preventiva y Salud Pública, Facultad de Medicina, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España.

ⁱ Grupo de investigación en interacciones Gen - Ambiente y Salud (GIIGAS) / Instituto de Investigación en Biomedicina (IBIOMED), Universidad de León, León, España.

^j Centro de Investigación Biomédica en Red de Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), Madrid, España.

^k Departamento de Tecnología de Alimentos. Universitat Politècnica de València, Valencia, España.

^l División de Investigación, Dynamical Business & Science Society-DBSS International SAS, Bogotá, Colombia.

^m Grupo de Investigación Nutral, Facultad Ciencias de la Nutrición y los Alimentos, Universidad CES, Medellín, Colombia.

ⁿ Departamento de Enfermería, Facultad de Ciencias de la Salud de Ceuta, Universidad de Granada, Ceuta, España.

^o Instituto de Investigación Biosanitaria ibs.GRANADA, Granada, Spain

^p Grupo de investigación en Terapia Ocupacional (InTeO), Departamento de Patología y Cirugía, Universidad Miguel Hernández, Alicante, España

La Revista Española de Nutrición Humana y Dietética se esfuerza por mantener a un sistema de publicación continua, de modo que los artículos se publican antes de su formato final (antes de que el número al que pertenecen se haya cerrado y/o publicado). De este modo, intentamos poner los artículos a disposición de los lectores/usuarios lo antes posible.

The Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics strives to maintain a continuous publication system, so that the articles are published before its final format (before the number to which they belong is closed and/or published). In this way, we try to put the articles available to readers/users as soon as possible.

⁹ Instituto de Investigación Sanitaria y Biomédica de Alicante (ISABIAL), Alicante, España

* sabycamacho@gmail.com

Editor Asignado: Rafael Almendra-Pegueros, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

Recibido: 26/02/2022; aceptado: 27/02/2022; publicado: 28/02/2022

CITA: Camacho-López S, Nava-González EJ, Apolinar-Jiménez E, Almendra-Pegueros R, Pérez-López A, Gamero A, Kammar-García A, Duarte Junior MA, Fernández Villa T, Pérez-Esteve É, Bonilla DA, Lozano-Lorca M, Navarrete-Muñoz EM. Comunicación ética en redes sociales para la nutrición. Rev Esp Nutr Hum Diet. 2022; 26(1). doi: 10.14306/renhyd.26.1.1637 [ahead of print]

En la actualidad, existe una enorme diversidad de opciones y formatos para transmitir información. Las redes sociales, en este sentido, han desempeñado un rol crucial durante la última década. Desde la aparición en 2004 de la red social Facebook^{®1}, éstas han influido en la comunicación de muchas instituciones, sociedades o empresas, particularmente en la difusión individual de información de carácter privado. Así, las redes sociales han modificado la forma en la que se divulga la ciencia, acercando el conocimiento a la población de diversas maneras (e.g., infografías, vídeos, transmisiones en directo, entre otros).

El aumento vertiginoso en el consumo de información a través de redes sociales también ha agravado y originado problemas que permanecen sin resolver, como son la adicción a las nuevas tecnologías, la sobreexposición pública, el exceso de información o la falta de desconexión y reflexión². Además, el fenómeno de sobreabundancia de información ha sido declarado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como infodemia, definida como “una cantidad excesiva de información –en algunos casos correcta, en otros no– que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan”³. Debido a la facilidad para la obtención de información a través de las redes sociales, sin verificar fuente y veracidad, recabar información incorrecta, sesgada o mal interpretada podría afectar negativamente, influyendo en hábitos alimentarios, la percepción de la imagen corporal, la elección de alimentos y la salud de las personas⁴.

Como profesionales de la salud necesitamos considerar estos aspectos para entender cómo las personas buscan o evitan información y cómo esta influye en la toma de decisiones y afectan su comportamiento⁵. De hecho, varios fenómenos sociotecnológicos pueden generar confusión, malas prácticas y problemas en el desarrollo de conocimiento especializado y la comunicación de la ciencia en diferentes áreas, incluyendo la salud. Además de las mencionadas anteriormente, entre estas situaciones se encuentran los profesionales sesgados (e.g., *cherry picking*, frecuencia del argumento *ad verecundiam*)⁶, intereses monetarios y conflictos de interés, los influenciadores y su gran alcance⁷, revistas y congresos depredadores⁸, entre otros que se categorizan bajo los conceptos de ‘*scienciness*’ o pseudociencia⁹ y de contenido de baja veracidad y credibilidad¹⁰.

Considerando que las redes sociales son un medio de comunicación donde todos pueden tener su espacio, la comunidad de profesionales debe asegurarse de dar un uso adecuado como herramienta de transmisión de información desde el entorno científico/académico a la

población en general. En este sentido, se debe tener en cuenta que el contenido disponible debe promover prácticas basadas en la evidencia científica a través de una comunicación respetuosa y transformadora que cumpla unos niveles adecuados de veracidad¹¹.

Recientemente se ha propuesto que el contenido de divulgación en redes sociales como Twitter (e.g., los Twittorials) sea revisado por pares¹². Pese a que estas iniciativas permitirían eventualmente que los comités de evaluación académicos incluyan la divulgación en redes sociales como parte de la evaluación de las actividades profesionales, es importante reconocer que en la actualidad las redes sociales carecen de una estructura que permita integrar la revisión de alta calidad por pares académicos.

Las redes sociales constituyen para las/los Dietistas-Nutricionistas (DN) una oportunidad de cambio de hábitos en pacientes, clientes, consumidores y la sociedad al transmitir éticamente mensajes y contenidos en nutrición y alimentación con suficiente calidad y veracidad científica. En la comunicación en nutrición es esencial considerar no solo lo que se transmite, sino también cuándo, dónde y cómo se entrega la información. Esto ayuda a minimizar y contrarrestar la información sesgada e incorrecta que circula en diferentes medios electrónicos. No obstante, también es común que la información compartida pueda carecer de sustento y validez científica cuando, quien genera la información, no tiene la formación profesional o actualización en el área¹³.

Es importante resaltar que en la comunicación en línea y en las redes sociales se aplican los mismos principios de profesionalismo y ética que se usan en la comunicación presencial: sentido común, juicio profesional y pensamiento crítico, aunado a la responsabilidad y obligaciones de la comunicación digital, como la protección de datos y las políticas de publicación en redes sociales. Así, el uso correcto de las redes sociales por los profesionales de la nutrición contribuye a la promoción y educación de la salud, a brindar respuesta a preguntas de nutrición y alimentación, y a facilitar el diálogo entre la población y las/los dietistas-nutricionistas. Estos últimos deben tener en cuenta el peso y efecto de su comunicación, el uso de contenidos, imágenes y palabras procurando no causar desinformación ni daño a la salud (física o mental) de los pacientes. Lo anterior ya que las palabras o imágenes modifican el estado de ánimo, la autopercepción y tienen un efecto en el bienestar biopsicosocial del receptor. Estos contenidos pueden ser dañinos o curativos, por lo que se debe prestar atención a lo que se dice y la forma en la que se dice. El uso del lenguaje

centrado en la persona permite respetar la dignidad, el valor, las cualidades y las fortalezas de cada individuo^{14,15}.

Es fundamental no perder de vista que esta actividad profesional, la difusión de información en redes sociales y la dispersión de contenido de orientación en salud, alimentación y nutrición en el medio digital, debe poner como realidad axiológica por excelencia a las propias personas por encima de otros objetivos, tales como el prestigio profesional. En otras palabras, las personas son un bien en sí mismas, no un medio para conseguir seguidores o ventas.

Bajo este contexto, el equipo editorial de la Revista Española de Nutrición Humana y Dietética (RENHyD), invita a sus lectores/as a reflexionar sobre la comunicación que se emite en redes sociales. Es importante garantizar que los contenidos digitales contribuyan al bienestar de las/los internautas, desde la ética, la integridad y la evidencia científica, respetando la diversidad, fomentando la inclusión de la población y ayudando a que la audiencia pueda sentirse bien con la información recibida con el fin de que pueda emplearla para construir una vida más saludable. Además, la RENHyD con el fin de visibilizar los manuscritos publicados en la revista y que sirva para tomar decisiones basadas en la evidencia ha incorporado a la [guía de autoría](#) un apartado indicando que las personas autoras incluyan un mensaje sobre su manuscrito para difundir en estos medios.

CONFLICTO DE INTERESES

Los/as autores/as de este manuscrito son editores/as de la Revista Española de Nutrición Humana y Dietética.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Los/as autores/as son responsables de la investigación y han participado en el concepto, diseño, escritura y corrección del manuscrito.

FINANCIACIÓN

Los/as autores/as expresan que no ha existido financiación para realizar este manuscrito.

REFERENCIAS

- (1) Brügger N. A brief history of Facebook as a media text: The development of an empty structure. First Monday. 2015, doi: [10.5210/fm.v20i5.5423](https://doi.org/10.5210/fm.v20i5.5423).
- (2) Kuss DJ, Griffiths MD. Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. Int J Environ Res Public Health. 2017;14(3):311, doi: [10.3390/ijerph14030311](https://doi.org/10.3390/ijerph14030311).
- (3) World Health Organization. Novel Coronavirus (2019-nCoV): situation report, 3. Geneva: World Health Organization; 2020.
- (4) Rounsefell K, Gibson S, McLean S, Blair M, Molenaar A, Brennan L, et al. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. Nutr Diet. 2020;77(1):19-40, doi: [10.1111/1747-0080.12581](https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581).
- (5) Broniatowski DA, Kerchner D, Farooq F, Huang X, Jamison AM, Dredze M, et al. Twitter and Facebook posts about COVID-19 are less likely to spread misinformation compared to other health topics. PLoS One. 2022;17(1):e0261768, doi: [10.1371/journal.pone.0261768](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261768).
- (6) Andrade C. HARKing, Cherry-Picking, P-Hacking, Fishing Expeditions, and Data Dredging and Mining as Questionable Research Practices. J Clin Psychiatry. 2021;82(1):20f13804, doi: [10.4088/JCP.20f13804](https://doi.org/10.4088/JCP.20f13804).
- (7) Rogers A, Wilkinson S, Downie O, Truby H. Communication of nutrition information by influencers on social media: A scoping review. Health Promot J Austr. 2021, doi: [10.1002/hpja.563](https://doi.org/10.1002/hpja.563).
- (8) Forero DA, Oermann MH, Manca A, Deriu F, Mendieta-Zerón H, Dadkhah M, et al. Negative Effects of “Predatory” Journals on Global Health Research. Ann Glob Health. s. f.;84(4):584-9, doi: [10.29024/aogh.2389](https://doi.org/10.29024/aogh.2389).
- (9) Burke LM. Communicating Sports Science in the Age of the Twittersphere. Int J Sport Nutr Exerc Metab. 2017;27(1):1-5, doi: [10.1123/ijsnem.2017-0057](https://doi.org/10.1123/ijsnem.2017-0057).
- (10) Jenkins EL, Ilicic J, Barklamb AM, McCaffrey TA. Assessing the Credibility and Authenticity of Social Media Content for Applications in Health Communication: Scoping Review. J Med Internet Res. 2020;22(7):e17296, doi: [10.2196/17296](https://doi.org/10.2196/17296).
- (11) Pulido CM, Ruiz-Eugenio L, Redondo-Sama G, Villarejo-Carballido B. A New Application of Social Impact in Social Media for Overcoming Fake News in Health. Int J Environ Res Public Health. 2020;17(7):2430, doi: [10.3390/ijerph17072430](https://doi.org/10.3390/ijerph17072430).

- (12) Breu AC, Cooper AZ. Tweetorials: Digital scholarship deserving of inclusion in promotion portfolios. *Med Teach*. 2022;1-3, doi: [10.1080/0142159X.2022.2029383](https://doi.org/10.1080/0142159X.2022.2029383).
- (13) Peregrin T. Promoting Student Integrity: Ethical Issues in the Digital Age. *J Acad Nutr Diet*. 2018;118(8):1498-500, doi: [10.1016/j.jand.2017.08.115](https://doi.org/10.1016/j.jand.2017.08.115).
- (14) Crocker AF, Smith SN. Person-first language: are we practicing what we preach? *J Multidiscip Healthc*. 2019;12:125-9, doi: [10.2147/JMDH.S140067](https://doi.org/10.2147/JMDH.S140067).
- (15) Camacho-López S. Comunicación ética en nutrición. *Revista digital REDCien*. 2020;3(1):1-7.