

Revisión Sistemática de Literatura sobre la Difusión de Desinformación Relacionada con la Nutrición en Redes Sociales

Váleri Codesido-Linares¹; María Hernández-Herrera², María Luisa García-Guardia³.

¹ Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España; ² Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Oviedo, España; ³ Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, España.

Resumen

Fundamentos: este artículo, enmarcado en el proyecto europeo NUTRIWELLB (2022-1-ES01-KA 220-HED-000089546), analiza la desinformación sobre nutrición en redes sociales y su impacto en la salud pública, e identifica patrones de propagación y estrategias clave para mitigar sus efectos. Los objetivos fueron examinar la literatura científica sobre el tema para analizar los enfoques predominantes sobre desinformación nutricional en redes sociales y contribuir al desarrollo de estrategias efectivas de intervención.

Métodos: siguiendo PRISMA, se realizó una búsqueda en Scopus, Web of Science, PubMed y Cochrane (2018-2023), aplicando criterios rigurosos de selección y análisis cualitativo y cuantitativo.

Resultados: la desinformación nutricional afecta la percepción y comportamiento social, con variaciones según el contexto cultural. Se destaca la necesidad de alfabetización mediática y regulación.

Conclusiones: este estudio aporta evidencia clave para diseñar estrategias de educación, regulación y tecnología, promoviendo un entorno digital confiable y respaldado por expertos en salud.

Palabras clave: Desinformación; Nutrición; Redes Sociales; Salud.

Systematic Literature Review on the Dissemination of Nutrition-Related Misinformation on Social Networks

Summary

Background: this article, framed within the European project NUTRIWELLB (2022-1-ES01-KA 220-HED-000089546), analyses nutritional misinformation on social media and its impact on public health, and identifies patterns of spread and key strategies to mitigate its effects. The objectives were to review the scientific literature on the topic to analyse the predominant approaches to nutritional misinformation in social media and contribute to the development of effective intervention strategies.

Methods: following PRISMA, a search was conducted in Scopus, Web of Science, PubMed and Cochrane (2018-2023), applying rigorous selection criteria and qualitative and quantitative analysis.

Results: nutritional misinformation affects social perception and behaviour, with variations according to cultural context. The need for media literacy and regulation is highlighted.

Conclusions: this study provides key evidence to design education, regulation and technology strategies, promoting a trusted digital environment supported by health experts.

Key words: Misinformation; Nutrition; Social Media; Health.

Correspondencia: María Hernández Herrera
E-mail: hernandezhmaria@uniovi.es

Fecha envío: 24/03/2025
Fecha aceptación: 07/11/2025

Introducción

Desinformación en redes sociales

La desinformación en la era digital es un problema creciente y notable en redes sociales y medios de comunicación. Se define como la difusión deliberada de información falsa o engañosa, generalmente impulsada por intereses económicos, políticos o estratégicos (1). Aunque las redes sociales pueden ser herramientas eficaces para la comunicación sobre seguridad alimentaria por su rapidez y accesibilidad (2), también facilitan la propagación de desinformación y contenidos sensacionalistas debido al bajo costo de generación y difusión de información (3). Cuando la desinformación afecta a la nutrición y la alimentación, sus consecuencias pueden comprometer la salud pública y las prácticas sostenibles. Las noticias falsas sobre salud en redes sociales representan un riesgo significativo (4), ya que pueden influir en las percepciones, decisiones y comportamientos de la población. Conceptos como *fake news* y noticias falsas han adquirido relevancia por su impacto en la opinión pública. En la práctica, las *fake news* imitan el formato de los medios tradicionales, pero carecen de sus procesos organizativos y objetivos legítimos. Se superponen con la desinformación —información falsa difundida intencionalmente para engañar— y la información errónea —contenido incorrecto sin intención de manipular—. Su impacto en redes sociales es una preocupación para la salud pública (4), ya que afecta la efectividad de campañas e iniciativas de concienciación y bienestar.

A pesar de la creciente influencia de las redes sociales, la formación de los profesionales de la salud en su uso es limitada. Muchas instituciones imponen restricciones o proporcionan pautas imprecisas, lo que perpetúa conductas percibidas como no

profesionales (5). En Twitter, por ejemplo, se han identificado actores maliciosos como *spambots* y *trolls* que amplifican la desinformación (4). En este sentido, el papel de los medios y los discursos dominantes en la percepción pública sigue siendo un campo de investigación en expansión.

Desinformación sobre nutrición

Las redes sociales son un recurso valioso, y no tan explorado, para comprender las preocupaciones ciudadanas sobre la alimentación. Plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *TikTok* permiten a instituciones y expertos difundir información relevante, mientras que las empresas las emplean para reforzar su imagen y acercarse a los consumidores. Al mismo tiempo, los ciudadanos participan activamente en debates sobre nutrición y alimentación (6). Sin embargo, este entorno también facilita la propagación de desinformación en áreas clave como dietas, alimentos procesados, alérgenos, suplementos vitamínicos y prácticas nutricionales sostenibles. Factores como el etiquetado confuso o artificioso, junto a la manipulación informativa, favorecen la viralización de bulos alimentarios (7), generando percepciones erróneas entre los usuarios.

Eventos como brotes de enfermedades infecciosas incrementan la búsqueda de información sobre alimentación y nutrición, en ocasiones exponiendo a las personas a datos incorrectos o tergiversados (8). La regulación sobre la comercialización y publicidad de productos, especialmente suplementos deportivos, es crucial para evitar el consumo de productos sin respaldo científico (9). Asimismo, grupos vulnerables, como los padres de niños con cáncer, recurren a redes sociales y motores de búsqueda para obtener orientación sobre nutrición, enfrentando el riesgo de adoptar

prácticas poco saludables debido a información errada (10). En este contexto, plataformas como *TikTok*, *Bilibili* y *Kwai* han ganado popularidad al proporcionar contenido accesible sobre salud y nutrición, con millones de usuarios en países como China (11).

Dada la creciente difusión de información nutricional en redes, resulta fundamental evaluar su veracidad para mitigar riesgos en la salud pública. En este marco, se ha realizado la primera revisión sistemática sobre desinformación nutricional en redes en un periodo de cinco años. A partir de estos hallazgos, se busca fundamentar estrategias que mitiguen los efectos negativos de la desinformación a nivel individual y colectivo, proporcionando una base para futuras investigaciones y acciones orientadas a fortalecer la información veraz sobre nutrición.

Este artículo se enmarca en el proyecto europeo NUTRIWELLB, que busca identificar y combatir la desinformación sobre nutrición, especialmente en redes sociales y plataformas digitales. Su enfoque combina el análisis de brechas con estrategias para fortalecer la resiliencia y desarrollar soluciones personalizadas. Basado en evidencias científicas, se trata de mejorar las medidas contra la manipulación informativa y fomentar estrategias proactivas. En este sentido, la investigación sobre desinformación resulta fundamental para cerrar brechas de conocimiento y abordar amenazas híbridas e interferencias extranjeras (12); motivo por el cual el presente manuscrito tiene por objetivo detectar y analizar la literatura relacionada, así como sus enfoques principales.

Material y métodos

Para diseñar la metodología se siguieron las directrices del protocolo PRISMA para una revisión sistemática. La misma examina exhaustivamente los informes publicados sobre el tema en cuestión para encontrar respuestas a una pregunta de investigación claramente definida. Se trata de averiguar cuáles son los estudios publicados en un periodo de 5 años sobre desinformación en temas de nutrición en las redes sociales. Para ello, se utilizaron diversos criterios de inclusión y exclusión para identificar los resúmenes que se incluyeron en la revisión y, posteriormente, se sintetizaron los hallazgos (13). Tras varias pruebas con una diversidad de palabras clave sinónimos de desinformación (fake news, misinformation, information manipulation), de nutrición (dieta, alimentación, comida) y redes sociales (Facebook, TikTok, Instagram), se realizaron búsquedas en las bases de datos PubMed, Web of Science (WoS), Cochrane and Scopus aplicando las búsquedas términos de título, resumen y palabras clave siguiendo la siguiente estructura — en inglés —:

(i) [misinformation OR "fake news" Or disinformation Or rumo* OR false OR mislead]

AND

(ii) [online Or social OR media OR news OR Facebook OR google OR Instagram OR TikTok]

AND

(iii) [spread OR propagate OR disseminat* OR circulat* OR communicat* OR diffuse OR broadcast]

AND

(iv) [food Or diet* Or eat* OR supplements OR nutrition*] Tras realizar las búsquedas con una horquilla temporal del año 2018 al 2023, los resultados fueron los siguientes:

Base de datos	Resultado
Scopus	225
WOS	156
PubMed	94
Cochrane	2

Tabla 1. Resultados en las bases diversas bases de datos.

El proceso se estructuró en dos etapas principales: la primera consistió en la identificación y clasificación de la literatura científica, mientras que la segunda se dedicó al análisis tanto cualitativo como cuantitativo de los documentos seleccionados. En la figura 1 se presenta un resumen general del enfoque metodológico seguido en esta investigación.

Se llevó a cabo un proceso de depuración de los artículos para garantizar la pertinencia y calidad del material analizado. En primer lugar, se eliminaron aquellos que resultaban ser repeticiones residuales (Razón 1), evitando así la redundancia en el corpus de estudio. Asimismo, se descartaron los artículos centrados exclusivamente en la COVID-19 (Razón 2), dado que su enfoque no respondía a los objetivos específicos de la investigación. Del mismo modo, se suprimieron aquellos trabajos que no abordaban la nutrición (Razón 3), ya que este aspecto constituía un eje central del estudio.

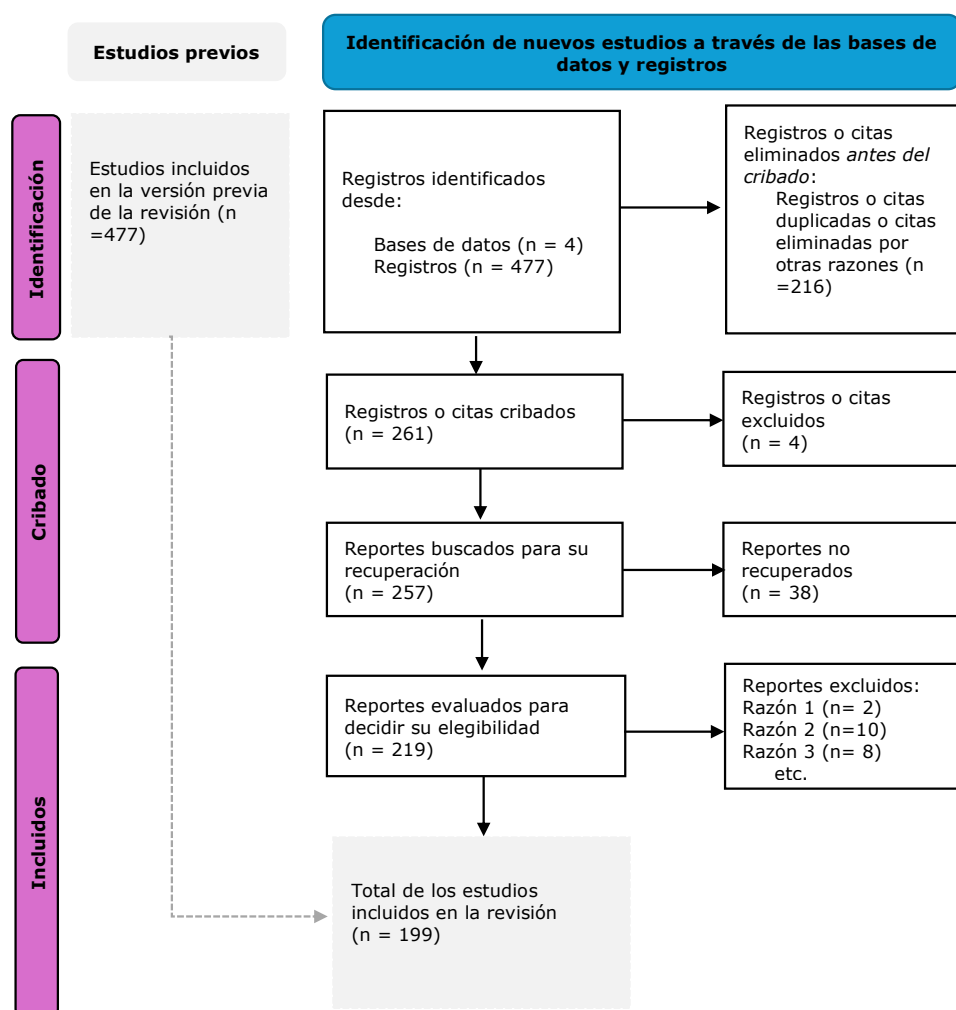
Tras esta depuración inicial, se seleccionaron 67 artículos completos para la aplicación de un cuestionario. La selección se realizó siguiendo criterios de afinidad con el proyecto de investigación, asegurando que los textos escogidos abordaran de manera equilibrada la nutrición, el papel de las redes sociales y la interrelación entre ambos aspectos. Este proceso permitió contar con

un conjunto de artículos altamente relevantes, garantizando así un análisis más preciso y ajustado a los objetivos del estudio.

Resultados y discusión

Exposición descriptiva de resultados

Los textos examinados, elegidos mediante una búsqueda detallada, abordaban las preocupaciones relativas a la propagación de información incorrecta en temas de nutrición y salud, ya fuese de manera deliberada o accidental, a través de redes sociales o de internet. Sin embargo, la perspectiva variaba dependiendo del contexto cultural. En España, se observó un aumento de rumores y manipulación de la información en redes sociales que distorsionaba la percepción pública sobre estos temas; en China, se manifestó preocupación por la distribución de datos erróneos acerca de los alimentos transgénicos y la seguridad alimentaria; en Brasil, se ponía en duda la validez de la información relacionada con el ejercicio y la salud; en Estados Unidos y Canadá, se destacaban investigaciones centradas en la pandemia de la COVID-19 y las narrativas engañosas que influyeron en las percepciones durante ese tiempo; de forma similar, en naciones árabes se estudiaban las percepciones de la población respecto a los riesgos alimentarios derivados de la crisis sanitaria.

Figura 1. Diagrama PRISMA


Este primer análisis de los artículos, mediante la revisión de títulos y resúmenes, permitió identificar cinco temas clave: 1) la propagación de información errónea sobre nutrición y salud y su efecto en la percepción y el comportamiento social; 2) las redes sociales como el canal primordial para la diseminación de desinformación en estos ámbitos; 3) métodos de comunicación de información veraz para educar a la comunidad y contrarrestar la credibilidad atribuida a la información incorrecta; 4) el impacto psicológico y conductual que se deriva de la exposición a información

errónea; y 5) políticas y normativas diseñadas para regular, restringir y penalizar la difusión de dicha información incorrecta.

En cuanto a las palabras clave, las que más se repitieron, de mayor a menor frecuencia, fueron (Figura 2): *social media*, *nutrition*, *health*, *misinformation* y *fake news*. Esto es significativo y muestra que muchos estudios clasificaban su trabajo como *misinformation*, en lugar de *desinformation*, dado que no establecen un vínculo entre la difusión de información incorrecta y malas prácticas, sino que esta surge de la falta de conocimiento o formación del propio comunicador.

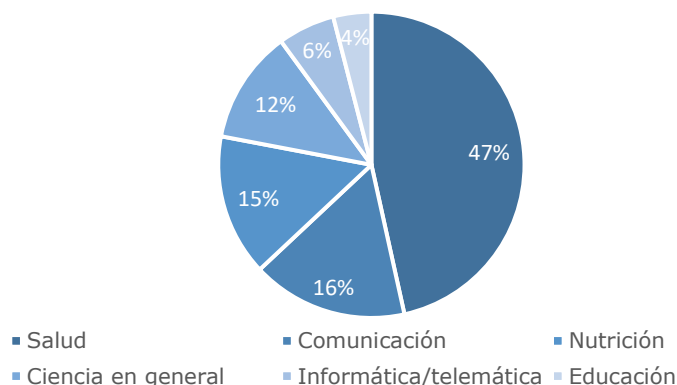
Figura 2. Keywords más mencionadas en los artículos.



Asimismo, respecto a la temática abordada, el 53,8% de los artículos incluían la palabra nutrición (25,4%) o términos similares (28,3%), tales como suplementación vitamínica o seguridad alimentaria, mientras que el 46,3% restante estaban vinculados a otras palabras relacionadas con la salud. Esto sustenta que el ámbito principal de las revistas donde se publicaban fuesen el de salud (46,3%) y manifestaba el carácter

interdisciplinario de los demás artículos aparecidos en revistas de diversa índole: comunicación (16,4%), nutrición (14,9%), ciencia en general (11,9%), informática/telemática (6%), educación (4%) y otros campos. Finalmente, casi la totalidad de los artículos estaban escritos en inglés, idioma principal de la divulgación científica, más en estos temas de relevancia global.

Figura 3. Ámbito principal de las revistas.



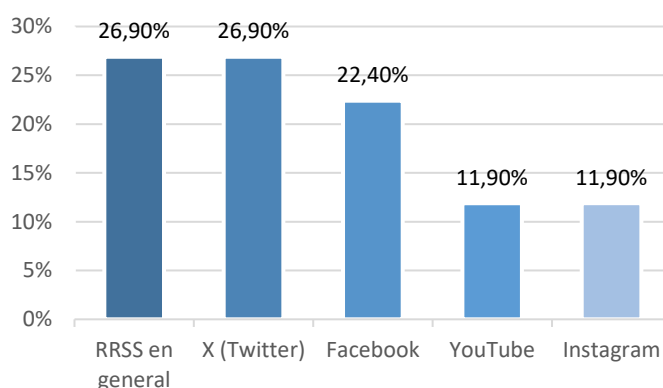
Por otro lado, las redes sociales no eran el objetivo de estudio principal de las investigaciones, ya que abordaban la

divulgación de información falsa o errónea a través de otras plataformas, como internet o blogs, o se hablaba de redes sociales en

general. No obstante, los artículos que centraban en alguna red social, en específico tomaban como objetivo de estudio X (antiguamente *Twitter* y cuyos cambios organizativos recientes le habían colocado en el epicentro de la desinformación) o

Facebook, 26,9% y 22,4% respectivamente, siendo residuales aquellos que se centraban en *YouTube* e *Instagram* (11,9% cada uno), y si lo hacían solían ser acompañando a las anteriormente mencionadas.

Figura 4. Redes sociales objeto de estudio.



Desde una perspectiva metodológica, el 32,8% de los estudios eran descriptivos, seguidos por analíticos (29,9%), comparativos (25,4%) y, por último, explicativos (11,9%). La ausencia de hipótesis en la mayoría de los trabajos se relacionaba con la falta de una definición clara de los universos de estudio, de ahí que la técnica de muestreo fuese intencional o por conveniencia en el 40% de los casos. Enfoques cualitativos, mayoritariamente inductivos, solían tomar muestras pequeñas (1-50 casos), y los cuantitativos, sobre todo multi-variables, tomaban muestras más grandes (por encima de 2000 casos). Entre las técnicas empleadas destacaban el análisis documental (68,2%), principalmente de contenido (57,4%), y las encuestas (27,3%), tanto de actitud (15,6%) como de opinión (10,9%).

Implicaciones prácticas

En cuanto a las implicaciones prácticas, como parte de la investigación se rastrearon las conclusiones y recomendaciones principales a las que llegaron los artículos analizados. A nivel macro, se encontró en un contexto complejo debido al crecimiento de la información falsa o errónea en el campo de la nutrición, y todos concordaban en que este fenómeno tenía un impacto en las creencias de la sociedad y sus prácticas alimenticias.

La capacidad de la desinformación para transformarse y adaptarse representaba otro aspecto relevante destacado por los autores. Dicha información hacía uso de estrategias de marketing que apelaban a las emociones y emplean tácticas persuasivas para generar impacto. Campañas con etiquetados confusos y datos manipulados no solo desilusionaban a los consumidores, sino que también dañaban la reputación de las marcas involucradas.

A nivel más específico, eran plataformas de redes sociales, como X y *Facebook*, los principales vehículos para la propagación de estas narrativas falsas, y elementos, como *bots* e *influencers*, desempeñaban un rol fundamental en la distribución de estos datos transmitiendo información no verificada al interior de comunicaciones que parecían legítimas. Esta combinación erosionaba la confianza de los consumidores hacia las marcas y organizaciones, ya que era complicado distinguir entre lo que era fiable y lo que no, generando un clima de desconfianza.

Un aspecto crucial en la propagación de rumores radicaba en el efecto de las actitudes individuales. Las visiones negativas tendían a afianzar creencias ya existentes, resaltando el sesgo humano hacia la confirmación de sus propias creencias y facilitando así la diseminación de la desinformación. En contraste, las visiones positivas tenían un efecto menos significativo. Este patrón fue evidente durante la crisis de la COVID-19, cuando circularon numerosos mitos y teorías conspirativas relacionadas con la nutrición, lo que llevó a decisiones perjudiciales, tales como el rechazo de tratamientos fundamentados con evidencia científica o el abuso de suplementos.

En este sentido, los suplementos alimenticios y herbales se promocionaban a menudo con promesas exageradas o no verificadas, influyendo en las decisiones de los consumidores de manera significativa. Este patrón se replicaba en narrativas falsas sobre alimentos genéticamente modificados y dietas inmunoestimulantes, exponiendo a los usuarios a una vulnerabilidad informativa que podría evitarse con un marco educativo más robusto.

En este contexto, se señalaba como crucial avanzar en la alfabetización mediática y aplicar regulaciones que frenasen este fenómeno. Factores como la autoeficacia digital y la disposición al cambio eran determinantes para que los consumidores identificasen información errónea. Sin embargo, cambiar creencias profundamente arraigadas sigue siendo un desafío, incluso con intervenciones educativas respaldadas por evidencia.

Los resultados revelan el alcance de la desinformación en el ámbito de la nutrición, promovida por la difusión de información incorrecta. En este escenario, los *bots* e *influencers* adquieren una relevancia notable, sobre todo en las redes sociales; esta problemática ha sido el foco de múltiples investigaciones previas (4). La desinformación influye en las decisiones alimenticias de los individuos, socava la confianza en el sistema de salud pública y perjudica la credibilidad de los expertos en salud y nutrición.

La emergencia sanitaria provocada por la COVID-19 intensificó estas cuestiones, aumentando la inquietud por la alimentación y favoreciendo el consumo de productos sin respaldo científico, como los suplementos que supuestamente fortalecen el sistema inmunológico (14). Estas observaciones subrayan la necesidad apremiante de fortalecer las estrategias regulatorias y educativas para mitigar los efectos negativos de las narrativas falsas.

Según la teoría de la difusión de rumores (15), estas narrativas tienden a circular más rápidamente cuando suscitan emociones negativas o respuestas instintivas. Por lo tanto, la desinformación se ve incentivada por la carga emocional y la controversia que caracteriza a muchas de estas narrativas (16). Asimismo, los individuos con menor habilidad

en alfabetización digital son más vulnerables a ser engañados por información errónea.

La educación en medios y alfabetización digital es fundamental. Estudios han revelado que proporcionar acceso a información clara y precisa puede reducir las creencias erróneas (10), así como equipar a las personas para enfrentar la desinformación, tal como señala la *Inoculation Theory* (17). Sin embargo, modificar conceptos profundamente arraigados continúa siendo un desafío significativo, lo que subraya la necesidad de intervenciones sostenidas y culturalmente adaptadas (11).

Conclusiones

Para abordar esta problemática es fundamental establecer mecanismos para supervisar contenidos digitales, diseñar herramientas que evalúen la fiabilidad de la información y fomentar campañas educativas que refuercen la alfabetización mediática. Al mismo tiempo, los profesionales de la salud y las instituciones deben asumir un rol más activo en la promoción de información accesible y basada en evidencia, contribuyendo a construir un entorno informativo más saludable.

Por tanto, para enfrentar el creciente problema de la desinformación en nutrición, y salud, se requiere de un enfoque integral que combine tres pilares: educación, tecnología y regulación, lo que se podría sintetizar en las cinco estrategias clave que se proponen a continuación:

1. Educar para diferenciar la verdad de la ficción: hoy más que nunca es necesario enseñar a las personas cómo identificar fuentes confiables y evaluar información en internet. Programas educativos que promuevan la alfabetización digital y el uso de herramientas como el *fact-checking*

pueden ser determinantes para reducir la influencia de narrativas falsas.

2. Reglas claras para las plataformas digitales: las redes sociales tienen que asumir su responsabilidad. Esto significa implementar medidas concretas, como la verificación de contenido y sancionar cuentas que propaguen información errónea. Estas acciones deben seguir estándares internacionales para que su aplicación sea coherente y efectiva.

3. Aprovechar la tecnología para frenar las mentiras: herramientas avanzadas, como los algoritmos de inteligencia artificial, pueden detectar y corregir desinformación en tiempo real. Al mismo tiempo, es crucial desarrollar sistemas accesibles que permitan a los usuarios comprobar la credibilidad de las fuentes por sí mismos.

4. Dar voz a los expertos en salud: los profesionales de la salud tienen un papel esencial en esta lucha. En los últimos años, muchos médicos han incrementado su presencia en redes sociales, especialmente en el ámbito de la nutrición, e incluso algunos han dado el salto a la televisión en abierto. Para contrarrestar la desinformación, es fundamental que más profesionales de la salud sigan esta tendencia, compartiendo información basada en evidencia. Este esfuerzo sería aún más efectivo con el respaldo de instituciones que proporcionen recursos y formación especializada.

5. Trabajar en equipo, más allá de disciplinas: resolver un problema tan complejo requiere la cooperación de múltiples sectores. Expertos en salud, tecnología, comunicación y políticas públicas necesitan trabajar juntos para diseñar soluciones efectivas. Alianzas entre universidades, gobiernos y empresas privadas son un camino prometedor.

Agradecimientos

La presente investigación se enmarca en el Proyecto Erasmus+ 2022 Nutrition and WellBeing Fact Checking for The HE-NUT RIWELL B (2022-1-ES01-KA 220-HED-000089546) de la Universidad Complutense de Madrid en colaboración con la Universidad Nova de Lisboa.

Este manuscrito también ha sido posible gracias al apoyo del Proyecto Europeo Nutriwellb, bajo la identificación 2022-1-ES01-KA220-HED-000089546, así como la ayuda JDC2022-049248-I financiada por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033 y por la “Unión Europea NextGenerationEU/PRTR”.

Referencias

1. Gertrudix M, Carbonell-Alcocer A, Arcos R, Arribas CM, Codesido-Linares V, Benítez-Aranda N. Disinformation as an obstructionist strategy in climate change mitigation: a review of the scientific literature for a systemic understanding of the phenomenon. *Open Res Europe* 2024;4:169. Disponible en: <https://doi.org/10.12688/openreseurope.18180.2>
2. Soon JM. Consumers' Awareness and Trust toward Food Safety News on Social Media in Malaysia. *Journal of Food Protection* 2020;83:452-459. Disponible en: <https://doi.org/10.4315/0362-028X.JFP-19-415>
3. Wang Y, Mckee M, Torbica A, Stuckler D. Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. *Social science & medicine* 2019;240:112552. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112552>
4. Pulido CM, Ruiz-Eugenio L, Redondo-Sama G, Villarejo-Carballido YB. New Application of Social Impact in Social Media for Overcoming Fake News in Health. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020;17:2430. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijerph17072430>
5. Katz M, Nandi N. Social Media and Medical Education in the Context of the COVID-19 Pandemic: Scoping Review. *JMIR Med Educ* 2021;7:e25892. Disponible en: <https://doi.org/10.2196/25892>
6. Delmastro M, Zollo F. Viewpoint: Social monitoring for food policy and research: Directions and implications. *Food Policy* 2021;105:102147. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102147>
7. Rodríguez NA, Fernández C. Bulos y manipulación informativa sobre nutrición en redes sociales: análisis de dos casos de empleo de técnicas de neuromarketing en torno al azúcar. *Revista de Comunicación de la SEECI* 2022;55:246-260. Disponible en: <https://orcid.org/0000-0002-0201-7741>
8. Chen B, Shao J, Liu K, Cai G, Jiang Z, Huang Y, et al. Does eating chicken feet with pickled peppers cause avian influenza? observational case study on Chinese social media during the avian influenza A (H7N9) outbreak. *JMIR public health and surveillance* 2018;4:e8198. Disponible en: <https://doi.org/10.2196/publichealth.8198>
9. Molina L, Sospedra I, Perales A, González-Díaz C, Gil-Izquierdo A, Martínez-Sanz JM. Analysis of health claims regarding creatine monohydrate present in commercial communications for a sample of European sports foods supplements. *Public Health Nutrition* 2021;24:632-640. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/S1368980020005121>
10. Warner EL, Barbati JL, Duncan KL, Yan K, Rains SA. Vaccine misinformation types and properties in Russian troll tweets. *Vaccine* 2022;40:953–960. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2021.12.040>
11. He Z, Wang Z, Song Y, Liu Y, Kang L, Fang X, et al. The Reliability and Quality of Short Videos as a Source of Dietary Guidance for Inflammatory Bowel Disease: Cross-sectional Study. *J Med Internet Res* 2023;25:e41518. Disponible en: <https://doi.org/10.2196/41518>

12. Arcos R, Gertrudix M, Arribas C, Cardarilli M. Responses to digital disinformation as part of hybrid threats: a systematic review on the effects of disinformation and the effectiveness of fact-checking/debunking. *Open Res Europe* 2022;2:8. Disponible en: <https://doi.org/10.12688/openreseurope.14088.1>
13. Adin A. A Guide for Systematic Reviews: PRISMA. *Turk Arch Otorhino-laryngol* 2019;57:57-58. Disponible en: <https://doi.org/10.5152/tao.2019.4058>
14. Charilaou L, Vijaykumar S. Influences of News and Social Media on Food Insecurity and Hoarding Behavior During the COVID-19 Pandemic. *Disaster Med Public Health* 2021;17:e58. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/dmp.2021.315>
15. Allport GW, Postman L. The psychology of rumor. Nueva York, Henry Holt, 1947; pp 1-269.
16. Rodríguez C. Una reflexión sobre la epistemología del fact-checking journalism: retos y dilemas. *Revista de Comunicación* 2020;19:243-258.
17. McGuire WJ. Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. En: Berkowitz L (ed). *Advances in experimental social psychology*. Nueva York, Academic Press, 1964; pp 191-229.

