

Investigadoras alertan de los bulos nutricionales con una campaña en redes sociales

► Un estudio de la UV indica que los 'influencers' son quienes más determinan los hábitos alimenticios

LEVANTE-EMV. VALÈNCIA

■ El proyecto CADENUSA (Campaña de Sensibilización sobre Desinformación y Bulos en Nutrición y Seguridad Alimentaria), financiado por la Cátedra UNESCO y dirigido por tres investigadoras del grupo ScienceFlows de la Universitat de València (UV), busca educar a la población en temas de nutrición a través de la detección de los bulos en Internet, sobre todo en estudiantado universitario. El estudio ha lanzado una encuesta para conocer cuáles son las principales fuentes de información de los bulos y ha

publicado un manual con buenas prácticas para comunicación.

«Las redes sociales ofrecen más contenidos, más diversidad temática y más puntos de vista, pero también más desinformación», afirma la UV en un comunicado. De hecho, una investigación de ScienceFlows reveló cómo la población considera que los influencers son los que influyen en mayor medida en las decisiones de alimentación, por encima de familiares, conocidos o incluso profesionales. Con el objetivo de dotar a la población de las herramientas necesarias para diferenciar la información basada en evidencias científicas de los bulos, el equipo ScienceFlows ideó un manual informativo y vídeos divulgativos en los que expertos de diferentes campos abordan las cuestiones sobre nutrición y alimentación.