

Las dietas 'estrella' en la prensa digital (2011-2020). Análisis semántico sobre patrones de alimentación

The 'star' diets in the digital press (2011-2020). Semantic analysis on eating patterns

As dietas 'estrelas' da imprensa digital (2011-2020). Análise semântica do discurso sobre padrões alimentares

Isabel Mendoza-Poudereux, Universitat de València, Valencia, España
(isabel.mendoza@uv.es)

Vanessa Roger-Monzó, ESIC Business & Marketing School, ESIC University, Valencia/Madrid, España (vanessa.roger@esic.edu)

Myriam Martí-Sánchez, ESIC Business & Marketing School, ESIC University, Valencia/Madrid, España (myriam.marti@esic.edu)

RESUMEN | Esta investigación realiza un análisis semántico de la prensa digital española acerca de las dietas y los hábitos de alimentación durante la última década. El período objeto de estudio se inicia el 1 de enero de 2011 y finaliza diez años después, el 31 de diciembre de 2020. Se lleva a cabo un análisis de los contenidos relativos a dietas y pautas de nutrición aparecidos en las versiones digitales de las cuatro cabeceras generalistas más leídas a nivel nacional (elpais.com, elmundo.es, lavanguardia.com y abc.es). Se han obtenido 643 registros que se han examinado mediante el software T-LAB. Los resultados muestran que la prensa aborda, especialmente, las características de cinco tipos de dieta (mediterránea, DASH, cetogénica, vegana y vegetariana), y los efectos que tienen en la salud, especialmente la dieta mediterránea. Las noticias se vinculan con numerosas dolencias que la dieta mediterránea puede reducir o prevenir. Se observa que estas informaciones se han desplazado a contextos científicos que enlazan esta dieta con un estilo de vida equilibrado y saludable.

PALABRAS CLAVE: dietas; nutrición; alimentación; prensa digital; lingüístico.

FORMA DE CITAR

Mendoza Poudereux, I., Roger-Monzó, V., & Martí-Sánchez, M. (2022). Las dietas 'estrella' en la prensa digital (2011-2020). Análisis semántico sobre patrones de alimentación. *Cuadernos.info*, (53), 205-228. <https://doi.org/10.7764/cdi.53.39159>

ABSTRACT | *This research conducts a semantic analysis of the Spanish digital press regarding diets and eating habits during the last decade. The period under study begins on January 1, 2011 and ends ten years later, on December 31, 2020. We carried out an analysis of the content related to diets and nutrition guidelines that appeared in the digital versions of the four most widely read generalist newspapers at the national level (elpais.com, elmundo.es, lavanguardia.com and abc.es). 643 records were obtained and examined using the T-LAB software. The results show that the press especially addresses especially the characteristics of five types of diet (Mediterranean, DASH, ketogenic, vegan and vegetarian) and the effects they have on health, especially the Mediterranean diet. The news are linked to numerous ailments that the Mediterranean diet can reduce or prevent. It is observed that this information has moved to scientific contexts that link this diet with a balanced and healthy lifestyle.*

KEYWORDS: *diets; nutrition; feeding; digital press; linguistic.*

RESUMO | *Esta pesquisa realiza uma análise semântica da imprensa digital espanhola sobre dietas e hábitos alimentares na última década. O período em estudo inicia-se em 1 de janeiro de 2011 e termina dez anos depois, em 31 de dezembro de 2020. Uma análise do conteúdo relacionado às dietas e orientações nutricionais que aparecem nas versões digitais das quatro manchetes generalistas mais lidas em todo o país (elpais.com, elmundo.es, lavanguardia.com e abc.es). Um total de 643 registros foram obtidos e examinados usando o software T-LAB. Os resultados mostram que a imprensa aborda, em particular, as características de cinco tipos de dieta alimentar (mediterrânea, DASH, cetogênica, vegana e vegetariana) e os efeitos que têm na saúde, especialmente a dieta mediterrânea. As notícias estão relacionadas com várias doenças que a dieta mediterrânea pode reduzir ou prevenir. Observa-se que essas informações têm sido deslocadas para contextos científicos que vinculam essa alimentação a um estilo de vida equilibrado e saudável.*

PALAVRAS-CHAVE: *dietas; nutrição; alimentação; mídia digital; linguístico.*

INTRODUCCIÓN

La sociología de la alimentación es un área de trabajo relativamente reciente, que en los últimos años ha cobrado relevancia científica internacional (Sanz-Porras, 2008). Como campo de investigación analiza y explica los problemas derivados de la globalización alimentaria, aborda los procesos de la llamada modernidad alimentaria y permite comprender las causas de estos cambios en las sociedades desarrolladas y sus consecuencias (Díaz-Méndez & García-Espejo, 2014).

Entre las causas sociales de dichos cambios es imprescindible entender los que se producen en la década de los 80 del siglo XX, cuando fueron ganando presencia alimentos sometidos a procesos de transformación con la consecuente diversificación y segmentación del consumo (Langreo & Germán, 2018). Este hecho multiplicó la oferta de alimentos procesados en el contexto de un nuevo modelo de consumo alimentario. Según estos autores, comienza una preocupación creciente por los efectos de la alimentación, traducidos en una nueva tendencia: el gasto alimentario fuera del hogar, pero también las patologías alimentarias: obesidad, bulimia, anorexia, etc.

Con la puesta en marcha del mercado único europeo en la década de los 90, el gasto alimentario se desplaza hacia la diversificación de productos de mayor calidad, más saludables, procesados y personalizados. Surgen nuevos segmentos de consumidores, como los de productos ecológicos, vegetarianos o de lo local, colectivos que conceden mucha importancia a la calidad diferencial (Langreo & Germán, 2018).

La preocupación por la salud alimentaria crece y se extiende a la actualidad, acentuada aún más si cabe por la pandemia de COVID-19. La tendencia de cambios alimentarios durante el confinamiento en España apunta a un mayor consumo de alimentos saludables, menor consumo de alimentos de menos interés nutricional y aumento de la práctica de cocinar en casa (Pérez-Rodrigo et al., 2020).

Respecto de las dietas para tratar la obesidad, la recuperación ponderal y el fenómeno frecuente de rebote no están exentos de riesgos. Por tanto, “fomentar la educación en alimentación y hábitos de vida saludable en la población es una responsabilidad de todos” (Bretón Lesmes, 2016, p. 204).

En esta corresponsabilidad los medios de comunicación juegan un rol fundamental. Con el salto de las dietas del ámbito sanitario al popular, la influencia de la moda, la publicidad y la imagen ganan presencia en este ámbito (Díaz-Méndez & González Álvarez, 2008). De hecho, existe evidencia del potencial de los medios de comunicación para contribuir a modificar los hábitos alimentarios y otros estilos de vida de manera favorable, repercutiendo en un mejor estado de salud de la población (Aranceta-Bartrina, 2016). De ahí la importancia de analizar sus contenidos.

Este trabajo busca estudiar cómo la prensa digital difunde las diferentes dietas para identificar cuáles son las que tiene una mayor visibilidad mediática. Asimismo, se pretende explorar en qué territorios semánticos se ubica el término dieta.

La mirada comunicacional de esta investigación supone una novedad para los estudios sobre el campo alimentario en España (Díaz-Méndez & García-Espejo, 2014), contribuyendo a reforzar su pertinencia.

El interés social y mediático de las dietas

El interés social y mediático en cuestiones sobre la salud alimentaria crece desde principios de siglo XXI con hitos importantes, como la estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad). Se inicia en 2005 y posiciona a España como pionera en la implantación de una política global de promoción de alimentación saludable y actividad física y prevención de la obesidad (Ministerio de Sanidad y Consumo, 2021). Diversos autores sostienen que los medios de comunicación crean marcos de referencia que colaboran en la creación de imágenes mentales sociales y, por lo tanto, moldean y configuran la sociedad (Cuesta et al., 2008; López Nomdedeu & Lobato Ramos, 2007).

Un año después de la estrategia NAOS, Fúster y sus colegas (2006) realizaron un análisis cuantitativo de las noticias de alimentación publicadas en la prensa madrileña, que concluye con que el término dieta aparece acompañado de distintos apellidos: uno es el de mediterránea, aunque también es notable la proporción de informaciones dedicadas a dietas de adelgazamiento o dieta Atkins, entre otras dietas milagro. También establecen que la palabra más repetida en las noticias directamente relacionadas con la alimentación es obesidad, seguida de lejos por anorexia, bulimia y trastornos alimentarios.

En el ámbito internacional son muy interesantes los aportes que tratan de comprender los factores que influyen en la calidad percibida de los sitios web que informan sobre dietas y nutrición (Jung et al., 2016). Indican que las variables precisión del mensaje, así como la experiencia de la fuente están relacionadas con la credibilidad. Las dietas también ha sido objeto de estudio en el contexto de las redes sociales. Por ejemplo el análisis de la influencia de la comercialización de alimentos y bebidas no saludables a través de las redes sociales y los juegos publicitarios (McCarthy et al., 2022), o en el caso de Estados Unidos la investigación sobre cómo las redes sociales afectan a los comportamientos saludables (Williams et al., 2014).

En España, la aprobación de la Ley 17/2011 de 5 de julio de seguridad alimentaria y nutrición (2011), con medidas para conocer los riesgos potenciales asociados con un alimento o a alguno de sus componentes, es otra muestra de la preocupación

social que, además, se extiende, al panorama mediático y marca el inicio del análisis de esta investigación.

Dicha ley surge para consolidar la estrategia NAOS, un código de salud de alcance nacional para invertir la tendencia de la prevalencia de la obesidad, mediante el fomento de una alimentación saludable y de la práctica de la actividad física. Dos años después, con la publicación del Libro Blanco de la Nutrición en España (Varela-Moreiras, 2013), se insiste en que los hábitos alimentarios de la población española resultan inadecuados y ocasionan malnutrición y problemas de salud como sobrepeso y obesidad.

En este contexto, García Lucio (2015) identifica una serie de errores cometidos por la prensa en su cobertura de los temas de alimentación en estos años. Destaca que ha fallado en su tarea de informar sobre la dieta mediterránea como estilo de vida, por centrarse demasiado en el valor de un solo producto, como el aceite de oliva, debido a su importancia para la economía española.

Las dietas y las modas

Los medios de comunicación también han contribuido a incorporar términos relacionados con las dietas al imaginario social. Es el caso de nomenclaturas como DASH, cetogénica, vegetariana, Atkins y, por supuesto, mediterránea. Por su parte, los diseñadores de dietas milagrosas las describen como saludables y con extrañas propiedades, pero siempre con indudables beneficios (Jáuregui-Lobera, 2017). Según Moreno-Castro (2006), los charlatanes, mediante la prensa, ofrecieron y ofrecen la solución a todos los problemas de la vida mezclando palabras sin sentido con manidos mantras.

Moreiras et al. (2009) elaboraron un documento en el marco de la Fundación Española de Nutrición y del Instituto de Nutrición y Trastornos Alimentarios de la Comunidad de Madrid para dar a conocer verdades y falacias referidas a las dietas. Este trabajo incluye una taxonomía en función del fundamento al que atribuyen su eficacia. Presenta más de 60 dietas con sus descripciones, características y efectos. Trata de concienciar sobre el hecho de que una dieta correcta “es aquella que cumple con los requisitos de ser equilibrada, variada y moderada y que hace posible el mantenimiento de un óptimo estado de salud” (Moreiras et al., 2009, p. 3). Y es en este punto donde sí existe consenso sobre un modelo alimentario ideal: se trata de la dieta mediterránea. Es el modelo alimentario más descrito por sus beneficios en todo el mundo y el modelo saludable de referencia (Serra-Majem, 2017).

Más allá de un conjunto de alimentos, la dieta mediterránea debe entenderse como un modelo cultural que involucra la forma en la que los alimentos se seleccionan, producen, procesan y distribuyen, dando lugar a un modelo ecológico, pues representa un patrón nutricional saludable, asequible y ambientalmente

sostenible (Serra-Majem & Ortiz-Andrellucchi, 2018). En esta misma línea destacan las recomendaciones de las *Guías alimentarias para la población española* (Aranceta Bartrina et al., 2016), que promueven una alimentación equilibrada, solidaria y sostenible integrada por productos de temporada.

Asimismo, es reconocida y valorada por todo el mundo por sus demostrados beneficios sobre la salud y la enfermedad (Márquez-Sandoval et al., 2008). Numerosas investigaciones la postulan como una forma de alimentación saludable, puesto que se relaciona con bajas tasas de enfermedades crónicas y alta esperanza de vida entre las poblaciones que las consumen (López-Gil et al., 2020).

Este consenso contrasta con su tratamiento mediático. Examinada por diversos autores (García Lucio, 2015), los medios presentan sus beneficios, pero sin aportar por una información científica de calidad sobre esta dieta.

OBJETIVOS

Este trabajo tiene como objetivo principal interpretar en términos teóricos cómo se construyen los marcos de significado del término dieta en el relato de la prensa digital española durante una década, desde el 1 de enero de 2011 hasta el 31 de diciembre de 2020. De este modo, será posible determinar la taxonomía que realizan estos medios con respecto de los patrones nutricionales y, específicamente, examinar los aspectos que se vinculan con la dieta mediterránea.

Tomando como referencia investigaciones anteriores (Roger-Monzó et al. 2021; Fúster et al. 2019; García-Lucio, 2015), se establecen las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué dietas tienen mayor visibilidad en la prensa? ¿Con qué atributos se relacionan?

Para ello, se lleva a cabo un análisis semántico de los contenidos relativos a dietas y pautas de nutrición aparecidos en las versiones digitales de las cuatro cabeceras generalistas más leídas a nivel nacional (elpais.com, elmundo.es, lavanguardia.com y abc.es). Al igual que en el ámbito de la alimentación, este tipo de análisis se ha realizado para examinar el relato periodístico de temas políticos (De Marco & Robles, 2011), de salud (Cano-Orón & Moreno-Castro, 2017) o de empresa (Martí-Sánchez et al., 2019), entre otros.

METODOLOGÍA

Para explorar y valorar el relato que realiza la prensa en línea sobre las dietas y patrones de alimentación, se ha procedido a analizar el corpus lingüístico de los contenidos relativos a este tema publicados en las versiones digitales de los cuatro diarios de información general más leídos a nivel nacional. Según datos del Estudio

General de Medios de la 3ª ola de 2020, las cuatro cabeceras principales de pago que, además, poseen un perfil ideológico diferente, son: *El País* (951.000 lectores/día), *El Mundo* (622.000 lectores/día), *La Vanguardia* (482.000 lectores/día) y *ABC* (433.000 lectores/día) (<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>).

El período analizado se inicia el 1 de enero de 2011 con la aprobación de la Ley 17/2011 de Seguridad Alimentaria y Nutrición y finaliza diez años después, el 31 de diciembre de 2020. La búsqueda de informaciones referentes a dietas se ha realizado a través de la herramienta Factiva[®], una base de datos de información propiedad de Dow Jones & Company[©].

La muestra incluye todos los artículos publicados en las cuatro cabeceras seleccionadas donde aparece el término dieta o dietas en el titular de la información. Se ha escogido el titular como elemento de referencia porque, aunque la prensa digital ha incorporado nuevos accesos a la información (textos, fotografías o gráficos), este sigue siendo el principal elemento informativo para el lector (Pou Amérigo, 2001). Asimismo, el titular sintetiza el contenido informativo y define la orientación que el medio otorga a la información incluida en el cuerpo de la noticia (Van Dijk, 1990). De este modo, la muestra obtenida es más precisa y depurada.

Inicialmente, se obtuvieron 1648 registros que, posteriormente, se filtraron por la temática salud, una opción que proporciona la herramienta Factiva[®] para lograr resultados más precisos. Así, se han podido excluir informaciones relativas a polémicas sobre las dietas de representantes políticos, entendidas como honorarios fijados por sus encargos. En esta fase se obtuvieron 663 piezas. Posteriormente, los contenidos se examinaron uno por uno para incluir únicamente los que hacían mención expresa a las dietas en el contexto de la nutrición. Los codificadores eliminaron del muestreo aquellos artículos que fueran repeticiones dentro del mismo medio de comunicación o que tuvieran fechas de publicación divergentes y se obtuvo una muestra final de 643 registros.

A partir del corpus lingüístico se realizó el análisis semántico sobre dietas a través del software T-LAB versión Plus 2020, un programa de análisis lingüístico y gráfico que permite realizar también análisis cuantitativos basados en resultados estadísticamente significativos. Este sistema utiliza dos tipos de factores para llevar a cabo el análisis textual. Por una parte, las unidades de contexto o contextos elementales (CE) son proporciones de texto del corpus correspondiente a unidades sintagmáticas de una o más frases, es decir, equivalen a fragmentos (párrafos) de las diferentes noticias. El software realiza esta segmentación de forma automática.

Por otra parte, las unidades lexicales son registros clasificados integrados por dos campos: palabra y lema. En el campo palabra se muestran las palabras tal y

como aparecen en el corpus lingüístico. En el campo lema se establecen las etiquetas atribuidas a grupos de unidades lexicales clasificadas según criterios lingüísticos o mediante diccionarios y plantillas semánticas definidas para la investigación. La selección inicial de unidades lexicales se realiza de forma automática en el propio sistema. Sin embargo, se recomienda realizar una clasificación manual y elaborar un listado propio que sea coherente con la finalidad del estudio (Lancia, 2017).

Este proceso se denomina lematización y consiste en examinar cada unidad lexical con los contextos elementales en los que se integra para establecer los cambios en la selección automática que proporciona el programa. Se exponen dos ejemplos: la unidad lexical dieta engloba los términos dieta y dietas. Ambos términos se han integrado en el lema dieta, ya que se ha considerado la frecuencia de repetición y dieta aparece en más ocasiones que dietas. Del mismo modo, la unidad lexical hidratos de carbono agrupa los términos hidratos de carbono y carbohidratos, si bien se emplea el lema hidratos de carbono, dado que es el término con mayor presencia cuantitativa en el corpus analizado.

La normalización automática inicial que suministra T-LAB proporcionó 3348 unidades lexicales ubicadas en el primer decil (10%), que presentan un umbral mínimo de frecuencia de 10 para garantizar la fiabilidad de los datos estadísticos. Después de realizar el proceso de lematización (clasificar, renombrar y reubicar las unidades lexicales disponibles), se identificaron 513 (a partir de aquí y para clarificar la exposición se utiliza el término lema como equivalente al término unidad lexical).

Con estos datos, se realizó un análisis de asociaciones de palabras centrado en los lemas que poseen mayor ocurrencia en el corpus, lo que permite determinar los principales ámbitos que se abordan cuando se hace referencia a las dietas y a los patrones de alimentación. Este enfoque micro permite explorar, medir y mapear las relaciones de concordancia entre los términos vinculados con las dietas (Lancia, 2017).

RESULTADOS

A partir de los 513 lemas identificados, el análisis textual aplicado al corpus lingüístico proporcionó las siguientes características cuantitativas en cuanto a contextos elementales:

- Contextos elementales analizados: 11.330.
- Contextos elementales clasificados: 10.990 (97%).

Lemas más frecuentes

El gráfico 1 ofrece la frecuencia de distribución de los lemas más frecuentes incluidos en el corpus lingüístico, tomando como punto de corte una presencia mínima de 450 apariciones.

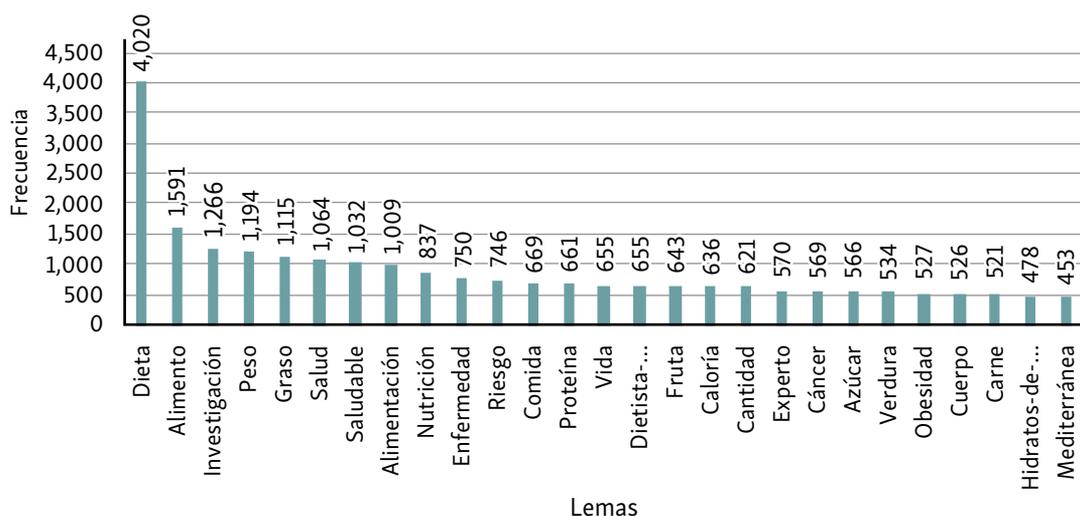


Gráfico 1. Lemas más frecuentes

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que los lemas de mayor frecuencia se asocian, fundamentalmente, con aspectos relativos a nutrición y al contexto científico-sanitario:

- Ámbito de la nutrición (dieta, alimento, peso, graso, alimentación, nutrición, comida, proteína, fruta, caloría, azúcar, fruta, verdura, carne, hidratos de carbono, mediterránea).
- Ámbito científico-sanitario (investigación, salud, saludable, enfermedad, riesgo, dietista-nutricionista, experto, cáncer, obesidad, pacientes, médico).

Así pues, los medios de comunicación vinculan las noticias sobre dietas con factores de interés social. A continuación, se muestran contextos elementales con los lemas que aparecen con más frecuencia en las informaciones que conforman el corpus lingüístico objeto de análisis.

Lo más importante es tener en casa alimentos como frutas, verduras, sopas o cremas caseras, carnes magras (pollo o pavo), y pescados frescos o congelados, pero sin elaborar.

El consumo de alimentos ricos en fibra como cereales integrales, legumbres, frutas y verduras produce mayor saciedad, contribuye a la mejora de la microbiota y resulta beneficioso para la salud.

La investigación proporciona más evidencia de los beneficios clínicos asociados con las dietas de reducción de peso, que ya se ha demostrado que previenen la diabetes tipo 2.

La dieta mediterránea como aliada contra el cáncer de mama. Las investigaciones científicas no dejan lugar a duda de la relación existente entre una buena nutrición y la prevención de enfermedades.

Análisis de coocurrencias. Asociaciones de palabras

Las unidades lexicales derivadas del estudio permiten desarrollar un análisis del número de veces en el que dos o más lemas aparecen en contextos elementales idénticos. De este modo, es posible examinar la relación entre lemas. En el diagrama radial del gráfico 2 se observa la relación entre el lema dieta y otros lemas con coocurrencias estadísticamente significativas (test Chi², $p < 0,05$).

Los lemas más próximos al centro del diagrama presentan un mayor nivel de coocurrencias, dado que cada uno de ellos se ubica a una distancia proporcional a su grado de asociación. Por el contrario, los lemas B más alejados del lema A analizado muestran menores niveles de coocurrencia. De forma cuantitativa, este diagrama se complementa mediante la tabla 1, que muestra la asociación de palabras con el lema dieta.

Así pues, se muestra la relación entre el lema dieta con otros lemas o palabras clave con coocurrencias estadísticamente significativas (test Chi², $p < 0,05$). La cuantificación de estas relaciones se representa conforme al coeficiente de asociación seleccionado (Coef; coeficiente de coseno), los valores de coocurrencia entre el lema A y los lemas B (AB), el estadístico Chi² y el p -valor, mostrando únicamente los lemas B que resultan estadísticamente significativos ($p < 0,05$).



Gráfico 2. Diagrama radial de asociación de lemas para dieta

Fuente: Elaboración propia.

LEMA_B	COEFF	CE_AB	CHI ²	p-valor
mediterránea	0,309	417	659,687	0,000
cetogénica	0,190	153	249,604	0,000
equilibrado	0,171	157	146,145	0,000
DASH	0,139	80	139,055	0,000
vegana	0,160	145	113,327	0,000
peso	0,265	580	99,979	0,000
riesgo	0,220	381	84,801	0,000
saludable	0,241	490	71,418	0,000
rico	0,179	241	67,604	0,000
vegetariano	0,134	112	65,699	0,000
rebote	0,120	80	65,564	0,000
investigación	0,255	575	61,486	0,000
gluten	0,156	181	50,413	0,000
pérdida	0,158	191	48,785	0,000
hidratos-de-carbono	0,171	237	43,345	0,000
sana	0,120	103	34,327	0,000
beneficio	0,132	133	32,345	0,000
alimento	0,262	663	30,989	0,000
animal	0,131	138	26,607	0,000
dietista-nutricionista	0,181	293	25,994	0,000
graso	0,221	468	22,769	0,000
alimentación	0,212	427	22,625	0,000
nutrición	0,195	358	20,986	0,000
dietético	0,135	154	20,711	0,000
proteína	0,175	286	18,592	0,000
mujer	0,131	147	18,123	0,000
vida	0,174	283	18,123	0,000
cáncer	0,165	249	17,942	0,000
cardiovascular	0,142	179	17,655	0,000
salud	0,212	439	17,128	0,000
niño	0,142	184	13,821	0,000
kilogramo	0,136	168	13,404	0,000
nutriente	0,139	178	12,563	0,000
verdura	0,154	225	10,838	0,001
hábito	0,134	169	9,797	0,002
enfermedad	0,175	303	8,489	0,004
caloría	0,161	258	7,611	0,006
pescado	0,126	152	7,381	0,007
experto	0,153	231	6,674	0,010
ejercicio	0,120	138	6,185	0,013
ingesta	0,121	142	5,830	0,016
carne	0,145	210	5,556	0,018
científico	0,122	145	5,178	0,023
investigador	0,122	145	5,178	0,023
obesidad	0,144	210	4,605	0,032

Coef: coeficiente de coseno empleado como valor del índice de asociación.

CE_AB: coocurrencia en los contextos elementales de aquellos lemas A objeto de análisis (dieta) y sus principales lemas B asociados que resultan estadísticamente significativos ($p < 0,05$).

Chi²: estadístico que contribuye a verificar la significación de las coocurrencias.

p-valor: probabilidad de que el valor estadístico calculado Chi² sea posible dada una hipótesis nula cierta.

El valor de significación exigida se ha fijado en $p < 0,05$.

Tabla 1. Análisis de asociaciones de palabras para el lema A (dieta)

Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo al estadístico χ^2 y p -valor, entre los primeros 10 lemas con mayor nivel de significación estadística con respecto al lema A (dieta) destacan los referidos a tipos de dieta: mediterránea, cetogénica, DASH, vegana y vegetariana. El resto de los lemas se relaciona con nutrientes y tipos de alimentos (gluten, hidratos de carbono, proteína, pescado, carne). Del mismo modo, se incluyen lemas asociados con la salud y el control del peso: equilibrado, peso, riesgo, saludable, rico (entendido como la cantidad de nutrientes de un alimento), rebote, pérdida, obesidad, cáncer, cardiovascular.

Puesto que las dietas constituyen el objeto de estudio, se procedió a establecer un análisis de coocurrencias basado en asociaciones de palabras para cada una de las cinco dietas que aparecen entre los 10 primeros lemas. De este modo, los gráficos 3, 4, 5, 6 y 7 muestran, respectivamente, la relación entre los lemas relativos a las dietas mediterránea, cetogénica, DASH, vegana y vegetariana con otros lemas cuya coocurrencia es estadísticamente significativa (test χ^2 , $p < 0,05$).

En el gráfico 3 se observa que los lemas con los que se relaciona mediterránea están vinculados con hábitos de alimentación (dieta, patrón), alimentos incluidos en esta dieta (aceite, pescado, verdura, legumbre) y dolencias que pueden estar asociadas a una mala nutrición (infarto, cáncer, tumor, hipertensión). Del mismo modo, se observan lemas como investigación, científico e investigador, que remiten a estudios realizados en torno a esta forma de alimentación. Asimismo, resulta destacable la presencia de los lemas embarazo, mujer y mama (seno), ya que vinculan la dieta mediterránea con este segmento de la población.

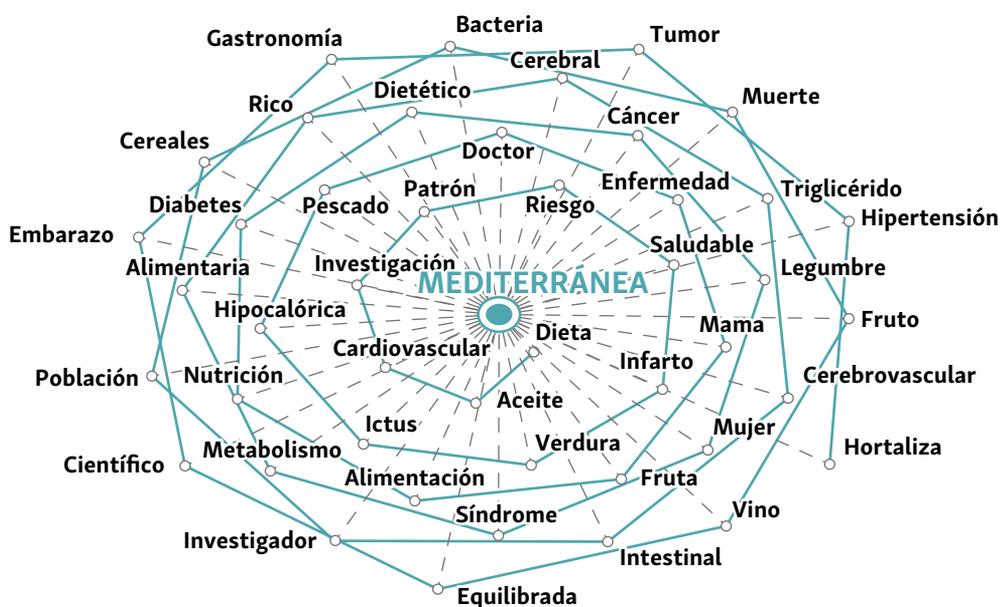


Gráfico 3. Diagrama radial de asociación de lemas para mediterránea

Fuente: Elaboración propia.

Se muestran diversos ejemplos de contextos elementales que hacen referencia a la dieta mediterránea. Se constata que es el tipo de alimentación que aporta mayores beneficios a la salud, según confirman los sucesivos estudios realizados sobre el tema.

Ahora los datos del Estudio Moli-sani muestran que una dieta tradicional mediterránea, rica en frutas, verduras, pescado, legumbres, aceitunas, aceite de oliva virgen extra y cereales, baja en carnes rojas y productos lácteos y con un consumo moderado de vino durante las comidas se asocia con una reducción del 25% de la mortalidad por todas las causas.

La dieta mediterránea reduce en un 41% el riesgo de degeneración macular relacionada con la edad (DMAE), una de las principales causas de ceguera.

Lo asegura una investigación, publicada en la revista 'Ophtalmology', que sugiere que una dieta de este tipo, en la que predomine el pescado, las verduras, el aceite de oliva o las legumbres, es beneficiosa para cualquier perfil de edad, ya sea con la enfermedad o con el riesgo de desarrollarla.

Estos resultados coinciden con la evidencia demostrada por Serra-Majem y Ortiz-Andrellucchi (2018), donde este tipo de dieta se presenta como un modelo saludable.

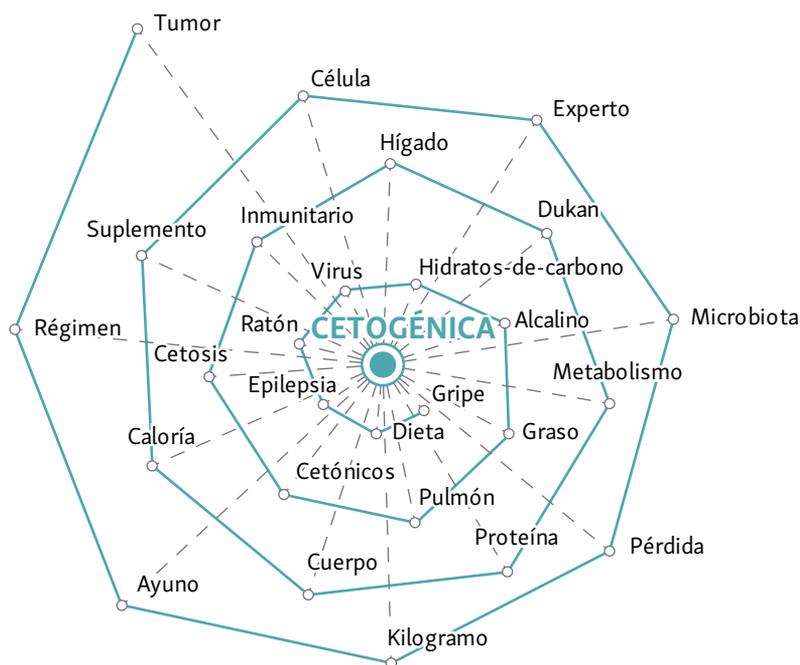


Gráfico 4. Diagrama radial de asociación de lemas para cetogénica

Fuente: Elaboración propia.

La dieta cetogénica o *keto* es un tipo de alimentación rica en grasas y baja en hidratos de carbono. Este patrón alimenticio fomenta el proceso de cetogénesis en el organismo, es decir, las grasas del cuerpo se emplean como fuente de energía. El diseño de esta dieta tiene lugar a partir del tratamiento nutricional en niños con epilepsia, ya que la producción de cuerpos cetónicos reducía las convulsiones en estos pacientes. Actualmente, es tendencia en los canales en línea (Modrego-Pardo et al., 2020) como dieta para perder peso de forma significativa durante los primeros seis meses de tratamiento (Bezerra et al., 2013).

Los principales lemas con los que se asocia cetogénica en el gráfico 4 son: gripe, dieta, epilepsia, ratón, virus e hidratos de carbono. Se hace referencia al origen de la dieta como parte de la terapia en pacientes epilépticos, pero también a diversos estudios que han experimentado una menor incidencia del virus de la gripe en ratones a los que se les administraba esta pauta alimenticia. Del mismo modo, el resto de lemas se asocian con los nutrientes que componen la dieta (en alta o baja cantidad) y a los procesos que genera en el organismo.

Por otra parte, destaca el lema Dukan, una polémica versión de la dieta cetogénica que gozó de gran popularidad a partir de 2010 y que poco tiempo después fue calificada como fraudulenta e ineficaz para adelgazar, así como arriesgada para la salud. Esta valoración fue realizada por la Asociación Española de Dietistas-Nutricionistas en un documento refrendado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (Basulto et al., 2011).

La dieta Atkins, otra versión de la dieta cetogénica que tuvo muchos adeptos en los primeros años del siglo XXI (Fúster et al., 2006), no tiene una presencia destacada durante el período analizado.

A continuación, se exponen algunos ejemplos de contextos elementales que hacen referencia a la dieta cetogénica.

Una dieta alta en grasas y baja en carbohidratos como la dieta cetogénica –baja en carbohidratos y rica en grasas– puede servir de gran ayuda para combatir el virus de la gripe, aunque de momento en ratones.

Los nutricionistas ven 'ilegal' y 'fraudulenta' la dieta Dukan. El Colegio de Dietistas y Nutricionistas de la Comunitat Valenciana (Codinucova) considera que las dietas proteinadas, con las que se consigue bajar peso de una forma rápida, son un método que "carece de rigor científico", es "fraudulento", "ilegal" y "con muchos riesgos para la salud".



Gráfico 5. Diagrama radial de asociación de lemas para DASH

Fuente: Elaboración propia.

La dieta DASH es el acrónimo del término *Dietary Approaches to Stop Hypertension*. Como su nombre indica, este enfoque dietético para frenar la hipertensión es un tipo de alimentación desarrollado para disminuir las cifras elevadas de presión sanguínea. Se basa en el consumo de nutrientes tales como proteínas, fibra, potasio, magnesio y calcio. Los alimentos que engloba son frutas, verduras, cereales integrales y lácteos bajos en grasa y limita el consumo de carne roja, dado su alto nivel de grasas saturadas. Además de favorecer la reducción de la hipertensión arterial, esta dieta se vincula con una reducción de peso corporal, de niveles de colesterol, de riesgo cardiovascular y de incidencia de diabetes mellitus tipo 2 (Apovian et al., 2018).

Los principales lemas con los que se asocia DASH en el gráfico 5 son hipertensión, potasio, dieta, arterial y magnesio. También se incluyen los lemas sobre tipos de alimentos y nutrientes que la dieta incorpora y lemas relativos a sus resultados. Asimismo, se observa que DASH se asocia al lema mediterránea. Esto se debe a que, en gran medida, la dieta DASH se asemeja a la dieta mediterránea y en el ranking de las mejores dietas que publica cada año la revista estadounidense *US News & World Reports* compiten entre las primeras posiciones durante 2019 (Best Weight-Loss Diets, n.d.).

Seguidamente se incluyen diversos ejemplos de contextos elementales que hacen referencia a la dieta DASH.

Tal es así que esta dieta DASH se encuentra especialmente recomendada para aquellas personas que necesitan reducir su riesgo cardiovascular y, así, evitar un infarto o un ictus.

La dieta DASH se basa en la ingesta de frutas, verduras, frutos secos, granos enteros, aves de corral, pescado y productos lácteos bajos en grasa, y una reducción del consumo de sal, carnes rojas, dulces y bebidas azucaradas.

En los últimos años la dieta DASH lideró la clasificación desde 2013 hasta 2018, si bien en los últimos dos años, 2019 y 2020, la DASH fue destronada por la dieta mediterránea.

Las dietas vegetarianas y veganas han ganado popularidad en los últimos años, puesto que pueden constituir un patrón de alimentación aconsejable para pacientes con diabetes mellitus tipo 2 y se vinculan con motivaciones éticas, ambientales y creencias culturales (Quintero et al., 2021). Se caracterizan por la abstinencia de consumo de proteína de origen animal y sus derivados, si bien existen diferentes tipos. Dependiendo de su categorización (lacto-vegetariana, ovo-vegetariana o pescetariana), las dietas vegetarianas pueden incluir lácteos, huevos o pescado. Por su parte, la dieta vegana excluye totalmente los alimentos de origen animal y sus derivados (Quintero et al., 2021).

En el gráfico 6 se observa que los lemas con los que se asocia vegana hacen referencia a los nutrientes que se incluyen en esta dieta y a los alimentos que excluye. Sin embargo, resulta relevante la asociación con los lemas padres, niño y riesgo. Esto se debe a que diversas informaciones abordan los efectos negativos que la alimentación vegana puede entrañar para el desarrollo infantil. Del mismo modo, el lema quimioterapia destaca por la presencia de noticias sobre la negativa de pacientes a recibir tratamiento oncológico y sustituirlo por una estricta dieta vegana. En este sentido, se observa que las publicaciones sobre este tipo de dieta oscilan entre los beneficios que aporta a la salud según diversas investigaciones y los peligros que supone para ciertos segmentos de la población o pacientes con determinadas enfermedades. Se aprecia que el lema vegetariana también aparece ligado a vegana, aspecto que se explica por la gran similitud que existe entre ambas dietas.

Al igual que sucede con el caso anterior, el gráfico 7 muestra que el lema vegetariana se asocia, principalmente, con lemas relativos a nutrientes y alimentos que se incluyen o excluyen en este patrón (B12, vitamina, vegetal, huevo, lácteo, animal, pescado), segmentos específicos de la población (adolescente, niño, pediatra) y dolencias (colesterol).

A continuación, se muestran ejemplos de contextos elementales con lemas referidos a dietas veganas y vegetarianas.

Una alimentación vegetariana o vegana, como cualquier otro tipo de alimentación, debe estar bien planificada. “El aumento del número de familias vegetarianas en nuestro país ha de motivar a los pediatras a conocer las características principales y la composición de los alimentos más comunes de estas dietas”, explica el doctor Moreno Villares.

Los estudios en niños y adolescentes vegetarianos muestran que su crecimiento y desarrollo está dentro del rango normal, aunque existe una tendencia a presentar un menor índice de masa corporal. Una dieta vegetariana mal planificada, como cualquier otro tipo de alimentación desequilibrada, puede tener consecuencias negativas sobre la salud y el crecimiento.

La youtuber que afirmaba que su dieta vegana le había curado el cáncer que padecía ha muerto precisamente por esta enfermedad. Mari López tenía un canal de YouTube que gestionaba desde su casa de Texas junto a su sobrina, Liz Johnson.

Los datos sugieren que el relato de la prensa cuando se refiere a las dietas se relaciona, principalmente, con los beneficios para la salud que proporcionan ciertos patrones de alimentación. Es el caso de las dietas mediterránea y DASH, que pueden reducir riesgos cardiovasculares, controlar la diabetes o frenar la hipertensión. No obstante, en referencia a las dietas cetogénica, veganas y vegetarianas se alerta de los efectos nocivos que pueden ocasionar en la salud –como consecuencia de la carencia de nutrientes– si están mal planificadas, aunque también se incide en los beneficios que conllevan, como la reducción de riesgos de enfermedades coronarias. Asimismo, se destaca que son dietas seguidas por *celebrities*, aunque después se haga mención a la necesidad de supeditarlas a un control médico.

CONCLUSIONES

Desde inicios del siglo XXI se asiste a un incremento relevante del interés social sobre ámbitos relacionados con la nutrición que queda reflejado en los medios de comunicación. Desde la implementación de la estrategia NAOS (Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad) en 2005, y su refuerzo con la Ley 17/2011, los medios de comunicación participan activamente en la creación de una opinión pública sobre cuestiones alimentarias, tal y como se desprende de los datos del barómetro del CIS sobre alimentación (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006).

Si en 2006 las noticias sobre dietas se vinculaban con la pauta mediterránea y con patrones de alimentación orientados a perder peso de forma fácil, durante la última década el foco es similar, pero con ciertos matices.

La dieta mediterránea sigue siendo el patrón nutricional más mencionado. Las noticias informan de los beneficios que aporta esta dieta con base en estudios actuales y rigurosos. No se asocia con aspectos como la obesidad, pero sí se vincula con numerosas dolencias que puede reducir o prevenir. Asimismo, se observa que se definen sus características, mencionando los alimentos que debe incorporar. El aceite de oliva sigue siendo el lema que más frecuentemente se asocia con la dieta mediterránea, tal y como señalaba García Lucio (2015), aunque no se centra únicamente en este producto y se intenta desmitificar creencias erróneas. En este sentido, se observa que las informaciones se han desplazado a contextos científicos que enlazan esta dieta con un estilo de vida equilibrado y saludable. Similares apreciaciones pueden aplicarse a las noticias sobre la dieta DASH.

En relación con las dietas cetogénica, vegetariana y vegana, existen numerosas noticias que se hacen eco de los resultados derivados de investigaciones sobre sus beneficios. Suelen tener un lenguaje sensacionalista, en el sentido de que las publicaciones hacen referencias a resultados prometedores pero incipientes sobre posibles aplicaciones de estos patrones alimenticios y que únicamente han funcionado en un estadio experimental en animales. También son destacables las referencias sobre la popularidad que estas dietas tienen entre las *celebrities* y los beneficios que les aportan, si bien siempre se incluyen los perjuicios que pueden derivarse si no están controladas por un experto.

Con respecto a la dieta cetogénica, en distintos períodos se han puesto de actualidad diferentes versiones muy polémicas, siempre vinculadas con famosos. De este modo, en los primeros años del siglo XXI, destacaba la dieta Atkins; una década antes, la dieta Dukan prometía la pérdida de peso sin esfuerzo. Actualmente, la dieta cetogénica o *keto* continúa sumando seguidores.

En el caso de las dietas vegetariana y vegana, se observa la presencia de noticias que avivan la polémica sobre su pertinencia. Estas informaciones surgen a partir de noticias trágicas sobre mujeres que han renunciado a tratamientos médicos para curar sus dolencias y los han sustituido por estas prácticas. Del mismo modo, sucesos fatales sobre la alimentación vegana en niños constituyen el motor que sirve a los medios para alertar sobre la necesidad de contar con el seguimiento de un experto acreditado a la hora de seguir una dieta de estas características, más allá de que sea una moda y funcione el boca-oreja.

Por otra parte, el término ultraprocesados, no exento de controversia por sus efectos nocivos para la salud, apenas experimenta relevancia mediática asociado con las dietas, por lo que se podría abordar desde un análisis específico. En este sentido, resultaría pertinente su posible asociación con la moda de *slow food* frente a *fast food*.

A partir del análisis semántico, se sugieren tres futuras líneas de investigación: en primer lugar, se observa que las informaciones sobre productos sin gluten o sin lactosa no tienen una presencia determinante. Por lo tanto, se proyectaría el estudio y clasificación en los medios de comunicación digitales y en las redes sociales de ese tipo de alimentos para valorar su impacto en los hábitos de alimentación y en el coste de la cesta de la compra. Asimismo, se trataría de identificar si la corriente ecológica, orgánica y de vida sana responde a un patrón de moda o se ha consolidado. Una última línea sugerida sería el estudio de los perfiles de los usuarios y su relación con el consumo de medios de comunicación a través de las encuestas de consumo y del Centro de Investigaciones Sociológicas.

FINANCIAMIENTO

Este estudio es un resultado del proyecto “Estudio de las modas en la alimentación a través del ecosistema comunicativo RTI2018-099663-B-I00” (ESMODA-ECO), dentro de la convocatoria 2018-2022 de proyectos de I+D de Investigación del programa estatal I+D+i orientadas a los retos de la sociedad. Ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y cofinanciado por fondos Feder de la Unión Europea. Agencia: MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033 y FEDER Una manera de hacer Europa.

REFERENCIAS

- Apovian, C., Brouillard, E., & Young, L. (2018). *Clinical Guide to Popular Diets*. CRC Press.
- Aranceta Bartrina, J. (2016). Los medios de comunicación, la educación nutricional y la información al consumidor (Mass Media, nutrition education and consumer information). *Revista Española de Comunicación en Salud*, 7-10. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/3116>
- Aranceta Bartrina, J., Arija Val, V., Maíz Aldalur, E., Martínez de Victoria Muñoz, E., Ortega Anta, R. M., Pérez-Rodrigo, C., Quiles Izquierdo, J., Rodríguez Martín, A., Román Viñas, B., Salvador i Castell, G., Tur Marí, J. A., Varela Moreiras, G., & Serra Majem, L. (2016). Guías alimentarias para la población española (SENC, diciembre 2016): la nueva pirámide de la alimentación saludable (Food guides for the Spanish population (SENC, December 2016): the new pyramid of healthy eating). *Nutrición hospitalaria: Órgano oficial de la Sociedad española de nutrición parenteral y enteral*, 33(8), 1-48. <https://doi.org/10.20960/nh.827>

- Basulto, J., Manera, M., Baladia, E., Moizé, V., Babio, N., Ruperto, M., & Sorigué, M. G. (2011). "Dieta" o "método" Dukan. Postura del Grupo de Revisión, Estudio y Posicionamiento de la Asociación Española de Dietistas-Nutricionistas (GREP-AED-N) (Dukan "diet" or "method". Posture of the Review, Study and Positioning Group of the Spanish Association of Dietitians-Nutritionists (GREP-AED-N)). Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Best Weight-Loss Diets 2022. (n.d.). *US News & World Reports*. https://health.usnews.com/best-diet/best-weight-loss-diets?int=hp_center_main_article_health
- Bueno, N. B., de Melo, I. S. V., de Oliveira, S. L., & da Rocha Ataíde, T. (2013). Very-low-carbohydrate ketogenic diet v. low-fat diet for long-term weight loss: a meta-analysis of randomised controlled trials. *British Journal of Nutrition*, 110(7), 1178-1187. <https://doi.org/10.1017/S0007114513000548>
- Bretón Lesmes, I. (2016). Revisión crítica de las dietas de moda en el tratamiento de la obesidad (Fad diets for obesity treatment: a critical review). *Anales de la Real Academia Nacional de Farmacia*, 82.
- Cano-Orón, L. & Moreno-Castro, C. (2017). Las terapias no convencionales en la campaña de las elecciones generales de 2015 (Complementary and alternative medicine therapies in the General Elections campaign of 2015). *Revista de Comunicación y Salud*, 7, 29-47. [https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2017.7\(1\).29-47](https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2017.7(1).29-47)
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2006). *Barómetro de septiembre 2006* (September 2006 Barometer). http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=5977
- Cuesta, U., Ugarte, A., & Menéndez, T. (Coords.). (2008). *Comunicación y salud: avances en modelos y estrategias de intervención* (Communication and health: advances in intervention models and strategies). Editorial Complutense.
- De Marco, S. & Robles, J. M. (2011). Acción colectiva en internet: el surgimiento del movimiento social republicano de Beppe Grillo (Collective Action and Internet: The Rise of the Republican Social Movement of Beppe Grillo). *Política y sociedad*, 48(1), 75-93.
- Díaz-Méndez, C. & García-Espejo, I. (2014). La mirada sociológica hacia la alimentación: análisis crítico del desarrollo de la investigación en el campo alimentario (A sociological perception of food: a critical analysis of research developments in the study of food). *Política y Sociedad*, 51(1), 15-49. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/39504>
- Díaz Méndez, C. & González Álvarez, M. (2008). Industria y alimentación: de la publicidad referencial a los alimentos funcionales (Industry and food: From referential advertising to functional foods). In C. Díaz Méndez & C. Gómez Benito (Coords.), *Alimentación, consumo y salud* (Food, consumption and health) (pp. 105-129). Fundación La Caixa.
- Fúster, F., Ribes, M. Ángel, Bardón, R., & Marino, E. (2009). Análisis cuantitativo de las noticias de alimentación en la prensa madrileña en 2006 (Quantitative analysis of food news in the Madrid press in 2006). *Revista Española De Documentación Científica*, 32(1), 99-115. <https://doi.org/10.3989/redc.2009.1.664>
- García Lucio, C. (2015). La dieta mediterránea en la prensa (The Mediterranean diet in the press). *Mediterráneo Económico*, (27), 307-318. <https://publicacionescajamar.es/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/mediterraneo-economico-27-nutricion-y-salud/737>

- Jáuregui-Lobera, I. (2017). Fad diets, miracle diets, diet cult... but no results. *Journal of Negative and No Positive Results*, 2(3), 90-93. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.1301>
- Jung, E. H., Walsh-Childers, K., & Kim, H. S. (2016). Factors influencing the perceived credibility of diet-nutrition information web sites. *Computers in Human Behavior*, 58, 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.044>
- Lancia, F. (2017). T-LAB tools for text analysis. <https://www.tlab.it/features/>
- Langreo, A. & Germán, L. (2018). Transformaciones en el sistema alimentario y cambios de dieta en España durante el siglo XX (Transformations in the food system and the role of industrial and food distribution changes in the Spanish diet during the twentieth century). *Historia Agraria: revista de agricultura e historia rural*, (74), 167-200. <https://doi.org/10.26882/histagar.074e061>
- Ley 17/2011, de 5 de julio, de seguridad alimentaria y nutrición (Law 17/2011, of July 5, 2011, on food safety and nutrition). *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, Spain, July 6, No. 160.
- López-Gil, J. F., Camargo, E. M., & Yuste, J. L. (2020). Adherencia a la dieta mediterránea en escolares de Educación Primaria partícipes en actividad física: una revisión sistemática (Adherence to the Mediterranean Diet in Primary Education pupils involved in physical activity: a systematic review). *Cultura, Ciencia y Deporte*, 15(44), 267-275. <https://doi.org/10.12800/ccd.v15i44.1468>
- López Nomdedeu, C. & Lobato, A. (2007). La necesidad de una buena comunicación sobre nutrición y salud: evolución de la imagen del huevo (The need for good communication on nutrition and health: evolution of the image of the egg). En R. M. Ortega, A. M. Requejo, & R. M. Martínez (Eds.), *Nutrición y alimentación en promoción de la salud* (Nutrition and food in health promotion) (pp. 250-265). Ministerio de Educación y Ciencia.
- Márquez-Sandoval, F., Bulló, M., Vizmanos, B., Casas-Agustench, P., & Salas-Salvadó, J. (2008). Un patrón de alimentación saludable: la dieta mediterránea tradicional (A healthy eating pattern: the Mediterranean diet traditional). *Antropo*, 16, 11-22. <http://www.didac.ehu.es/antropo/16/16-3/MarquezSandoval.htm>
- Martí-Sánchez, M., Cervantes-Zacarés, D., & Ortigosa-Blanch, A. (2019). Entrepreneurship in the digital press: a semantic analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 416-431. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2019-0394>
- Mc Carthy, C. M., de Vries, R., & Mackenbach, J. D. (2022). The influence of unhealthy food and beverage marketing through social media and advergaming on diet-related outcomes in children—A systematic review. *Obesity Reviews*, e13441. <https://doi.org/10.1111/obr.13441>
- Ministerio de Sanidad y Consumo. (2021). *Estrategia NAOS* (NAOS Strategy). Agencia Española de Seguridad Alimentaria. https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia_naos.htm
- Modrego-Pardo, I., Solá-Izquierdo, E., & Morillas-Ariño, C. (2020). Tendencia de la población española de búsqueda en internet sobre información relacionada con diferentes dietas (Spanish population trends in Internet searches for information on different diets). *Endocrinología, Diabetes y Nutrición*, 67(7), 431-437. <https://doi.org/10.1016/j.endinu.2019.11.003>
- Moreiras Tuny, O., Núñez, C., del Pozo, S., Cuadrado, C., Ávila, J. M., Ruiz, E., & Varela-Moreiras, G. (2009). *Dietas y Productos Mágicos* (Diets and magical products). Instituto de Nutrición y Trastornos Alimentarios en colaboración con la Fundación Española de la Nutrición. <https://www.fen.org.es/storage/app/media/imgPublicaciones/181120093354.pdf>

- Moreno-Castro, C. (2006). Ingredientes mágicos y tests clínicos en los anuncios como estrategias publicitarias (Magic ingredients and clinical tests in commercials as advertising strategies). *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 14(27), 123-128. <https://doi.org/10.3916/C27-2006-19>
- Pérez-Rodrigo, C., Citores, M. G., Hervás Bárbara, G., Ruiz Litago, F, Casis Sáenz, L., Aranceta-Bartrina, J., Arija Val, V., López-Sobaler, A. M., Martínez de Victoria, E., Ortega, R. M., Partearroyo, T., Quiles Izquierdo, J., Ribas Barba, L., Rodríguez Martín, A., Salvador Castell, G., Tur, J. A., Vidal Ibáñez, M., Valera-Moreiras, G., & Serra-Majem, L. (2020). Cambios en los hábitos alimentarios durante el período de confinamiento por la pandemia COVID-19 en España (Changes in Eating Habits During Lockdown Period Due to the COVID-19 Pandemic in Spain). *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 26(2), 28010.
- Pou Amérigo, M. J. (2001). Los titulares de prensa y los nuevos servicios de información por correo electrónico y teléfono móvil (Headlines at the new e-mail and wap information services). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (7), 145-157. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110145A>
- Roger-Monzó, V., Cabrera García-Ochoa, Y., & Moreno-Castro, C. (2021). Dietas confinadas: análisis del discurso de la prensa sobre la nutrición en tiempos de COVID-19 (Restricted diets: analysis of the press discourse on nutrition in times of COVID-19). *Profesional de la Información*, 30(6), 14. <http://www.profesionaldelainformacion.com/contenidos/2021/nov/roger-cabrera-moreno.html>
- Serra-Majem, L. (2017). *Dieta mediterránea: una visión global* (The Mediterranean diet as an example of food and nutrition sustainability: a multidisciplinary Approach). Reial Acadèmia Europea de Doctors.
- Serra-Majem, L. & Ortiz-Andrellucchi, A. (2018). La dieta mediterránea como ejemplo de una alimentación y nutrición sostenibles: enfoque multidisciplinar. *Nutrición hospitalaria*, 35(SPE4), 96-101. <https://www.nutricionhospitalaria.org/articles/02133/show>
- Quintero, E. T., Sarmiento, J. C., Corredor, M. C. V., & Pimentel, J. (2021). Dietas vegetarianas/veganas en el control del perfil glucémico en el paciente con diabetes mellitus tipo 2: una revisión exploratoria (Vegetarian/vegan diets in the control of the glycemic profile in patients with type 2 diabetes mellitus: an scoping review). *Medicina naturista*, 15(1), 8-15. <http://www.medicinanaturista.org/content/view/16/35/>
- Sanz Porras, J. (2008). Aportaciones de la sociología al estudio de la nutrición humana: una perspectiva científica emergente en España (Sociological contributions to the study of human nutrition: a developing scientific perspective in Spain). *Nutrición Hospitalaria*, 23(6), 531-535.
- Van Dijk, T. A. (1990). Social Cognition and Discourse. In H. Giles & W. P. Robinson (Eds.), *Handbook of Language and Social Psychology* (pp. 163-183). John Wiley & Sons.

SOBRE LAS AUTORAS

ISABEL MENDOZA POUHEREUX, Doctora en Biotecnología con Mención Europea (2013) por la Universitat de València; Master en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras (2015). Ha participado en diversos proyectos europeos de investigación, relacionados con la Biotecnología Vegetal y la Agricultura, tanto desde un punto de vista técnico como en labores de comunicación. Actualmente compagina su labor en el grupo de investigación ScienceFlows y los proyectos CONCISE y PERSIST_EU con su trabajo como jefa de comunicación de The Global Plant Council.

 <https://orcid.org/0000-0003-4018-0475>

VANESSA ROGER MONZÓ, Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universitat Politècnica de València (2010). Licenciada en Ciencias de la Información –especialidad Imagen Visual y Auditiva– por el CEU San Pablo (2000), en Periodismo por la Universitat de València (2005) y en Publicidad y RR.PP. por la Universitat Oberta de Catalunya (2015). Acreditada por AVAP, posee un sexenio de investigación. Actualmente, es coordinadora del grado de Comunicación y RR.PP. en ESIC Business & Marketing School y forma parte del grupo Scienceflows de la UV.

 <https://orcid.org/0000-0002-7498-0406>

MYRIAM MARTÍ SÁNCHEZ, Doctora en Comunicación por la Universitat de València (2010), Licenciada en Periodismo por el CEU-San Pablo (1998) y Máster en Marketing Digital por ESIC Business & Marketing School (2022). Acreditada por ANECA como ayudante doctor (2019) contratada doctora/profesora de universidad privada (2020) y sexenio de investigación (2021). Desde 2012 es coordinadora académica y docente en ESIC Business & Marketing School Valencia y directora del Grado en Comunicación y RR.PP. En investigación, participa en congresos y publica en revistas de impacto.

 <https://orcid.org/0000-0003-4344-4464>