axel juca

qué puedes decir en redes

y qué no, si hablas de nutrición o de entrenamiento

Una guía práctica para publicar sin meterte en líos: las frases que conviene evitar, cómo reescribirlas y qué revisar antes de subir un reel.

Recurso gratis de @axeljuca · axeljuca.com/recursos-gratis/

antes de empezar

qué puedes decir en redes y qué no, si hablas de nutrición o de entrenamiento

©

1. **Es una guía orientativa**
   Resume normas públicas para que sepas dónde mirar. No es asesoría legal. Ante una duda concreta, pregunta a tu colegio profesional o a un abogado.

2. **La norma base**
   El Real Decreto 1907/1996 regula la publicidad de productos, actividades o servicios con «pretendida finalidad sanitaria». Incumplir sus artículos 4, 5 y 6 es infracción grave (art. 8).

3. **La regla de oro**
   Informar y enseñar está bien. Prometer resultados, asegurar curaciones o usar testimonios para vender, no.

lo que prohíbe la norma

Puntos del artículo 4 del RD 1907/1996 que más afectan a quien habla de comida y ejercicio en redes.

PUNTO	QUÉ DICE, EN CORTO	EN UN REEL SERÍA…
4.2	Sugerir propiedades adelgazantes o contra la obesidad.	«Con esto pierdes barriga», «el batido que adelgaza».
4.4	Dar seguridad de alivio o curación cierta.	«Se te quita la hinchazón seguro», «adiós al colon irritable».
4.7	Testimonios de profesionales sanitarios, famosos o pacientes, reales o supuestos, para inducir al consumo.	Capturas de mensajes de pacientes contentos para vender un plan o un producto.
4.8	Pretender sustituir la alimentación común.	«Cambia la cena por este batido».
4.12	Sugerir que algo potencia el rendimiento físico, psíquico, deportivo o sexual.	«Este suplemento te da más fuerza en el gimnasio».
4.13	Usar «natural» como algo ligado a efectos preventivos o terapéuticos.	«Es natural, así que no tiene efectos secundarios».
4.15	Pretender sustituir la consulta de profesionales sanitarios.	«No necesitas ir al médico, haz esto».
4.16	Atribuir efectos preventivos o terapéuticos sin pruebas reconocidas.	«El jengibre previene el resfriado».

Fuentes: RD 1907/1996 en el BOE

si eres profesional sanitario

qué puedes decir en redes y qué no, si hablas de nutrición o de entrenamiento

El artículo 5 va dirigido a ti.

No puedes respaldar con tu nombre, tu profesión o tu cargo la publicidad de los casos anteriores. Tampoco ampararla con un diagnóstico, un pronóstico o una prescripción, reales o supuestos, en ningún medio.

La prohibición alcanza también a quien aparente un carácter sanitario sin serlo. Si eres entrenador o entrenadora, no te presentes como si diagnosticaras o trataras.

Además, toda la información y la publicidad deben ser transparentes, exactas y veraces (art. 7.1).

cómo reescribirlo

La misma idea, contada sin prometer.

EVITA	MEJOR ASÍ
«Pierde 5 kilos en un mes con este plan».	«Así organizo un menú semanal cuando alguien quiere comer mejor sin pasar hambre».
«Este alimento quema grasa».	«Qué aporta **[alimento]** y en qué platos lo uso».
«Cura la ansiedad por comer».	«Tres cosas que reviso en consulta cuando alguien me cuenta que pica entre horas».
«Mira el cambio de mi paciente» (antes y después).	«Lo que trabajamos en las primeras semanas de consulta», sin fotos ni datos de nadie.
«Natural y sin efectos secundarios».	«Qué es, para qué se usa y qué dice la evidencia hasta ahora».
«Más fuerza con este suplemento».	«Qué preguntar a tu profesional antes de tomar un suplemento».
«No hace falta ir al médico».	«Si te pasa esto, consúltalo con tu médico. Esto es lo que yo puedo aportar».
«Garantizado» o «resultados seguros».	«Cada persona es distinta. Esto es lo que suele ayudar».

tres reglas más que se olvidan

Publicidad identificada	Si una marca te paga o te regala producto, dilo claro al principio: «publicidad» o «colaboración con **[marca]**». Las comunicaciones comerciales deben ser identificables (art. 20 de la LSSI).
Datos de pacientes	Su salud es un dato especialmente protegido (art. 9 del RGPD). Nada de fotos, capturas, iniciales o detalles que permitan reconocer a alguien sin su consentimiento explícito y por escrito.
Declaraciones de alimentos	Si hablas de un producto o una marca concretos, las propiedades saludables que le atribuyas deben estar autorizadas en el registro de la UE (Reglamento 1924/2006). Hablar de alimentos en general es otra cosa.

antes de publicar

qué puedes decir en redes y qué no, si hablas de nutrición o de entrenamiento

Repasa esta lista con cada reel o carrusel.

- [ ] ¿Prometo un resultado concreto (kilos, tallas, días)?
- [ ] ¿Digo que algo cura, quita o elimina un problema de salud?
- [ ] ¿Uso un testimonio, una captura o un antes y después para vender?
- [ ] ¿Aparece alguien reconocible sin su permiso por escrito?
- [ ] ¿Digo que algo sustituye a una comida, a un medicamento o a una consulta?
- [ ] ¿Uso «natural» como si fuera garantía de algo?
- [ ] ¿Hablo de rendimiento, energía o fuerza ligados a un producto?
- [ ] ¿Hay una marca detrás y no lo he dicho al principio?
- [ ] ¿Lo que afirmo se apoya en evidencia que podría enseñar si me la piden?
- [ ] Si he marcado alguna, reescribe la frase o quítala.

dónde mirar

Real Decreto 1907/1996, en el BOE: artículos 4 (prohibiciones), 5 (profesionales sanitarios), 6 (centros) y 7 (veracidad).

El código deontológico de tu colegio profesional: cada colegio tiene normas propias sobre publicidad y redes.

Ley 34/2002 (LSSI), artículo 20, y Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD), artículo 9.

Reglamento (CE) 1924/2006 sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables, y su registro de declaraciones autorizadas.

Fuentes: RD 1907/1996 · LSSI · RGPD · Reglamento 1924/2006

un reel que cumple y que engancha

Las normas no te quitan el gancho: te obligan a contar mejor. Si grabas con el móvil, te edito el primero gratis con ritmo, subtítulos y portada, y sin promesas que no puedas cumplir.

Pedir mi reel de prueba

Trabajo en remoto con consultas de toda España · @axeljuca

Guía orientativa actualizada en noviembre de 2026. No sustituye el asesoramiento legal ni las normas de tu colegio profesional.