

BULO FIGHTERS

CIENCIA AGAINST BULOS

JÓVENES, FOTOPROTECCIÓN
Y DESINFORMACIÓN: QUÉ
PIENSAN, QUÉ HACEN Y A QUÉ
BULOS ESTÁN EXPUESTOS



ACADEMIA ESPAÑOLA
DE DERMATOLOGÍA
Y VENEREOLOGÍA



BULO FIGHTERS

JÓVENES, FOTOPROTECCIÓN Y DESINFORMACIÓN: QUÉ PIENSAN, QUÉ HACEN Y A QUÉ BULOS ESTÁN EXPUESTOS



ACADEMIA ESPAÑOLA
DE DERMATOLOGÍA
Y VENEREOLOGÍA



La campaña **Euromelanoma 2026**, impulsada por la **Fundación Piel Sana de la Academia Española de Dermatología y Venereología (AEDV)**, pone este año el foco en un problema creciente: la desinformación sobre la exposición solar, la fotoprotección y el cáncer de piel. Bajo el claim "**Bulo Fighters**", la campaña busca identificar los principales bulos que circulan entre la población joven para combatirlos y reforzar el acceso a información fiable, comprensible y útil para la prevención.

Con este objetivo, la Fundación Piel Sana de la AEDV ha analizado los conocimientos, creencias y hábitos de jóvenes españoles de entre **16 y 25 años**, a través de una encuesta. El estudio, realizado sobre una muestra de **1.009 jóvenes españoles** entre el **9 y el 15 de abril de 2026**, dibuja una realidad compleja: aunque existe una elevada conciencia sobre la importancia del cáncer de piel y una clara predisposición a informarse, persisten conductas de riesgo y una exposición masiva a bulos, principalmente en redes sociales, que puede afectar directamente a la fotoprotección y, en consecuencia, a la salud de su piel.

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO



UNIVERSO
JÓVENES ESPAÑOLES DE 16 A 25 AÑOS



MUESTRA
1009 ENTREVISTAS

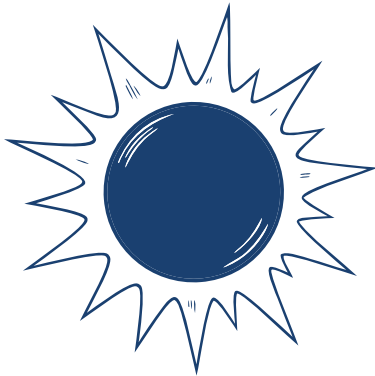


TRABAJO DE CAMPO
DEL 9 AL 15 DE ABRIL DE 2026



OBJETO DE ANÁLISIS
CONOCIMIENTOS, HÁBITOS DE EXPOSICIÓN SOLAR, USO DE FOTOPROTECCIÓN, PERCEPCIÓN DEL RIESGO, EXPOSICIÓN A BULOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE SOL, PIEL Y CÁNCER DE PIEL

JÓVENES INFORMADOS, PERO TODAVÍA EXPUESTOS AL RIESGO

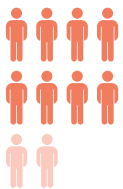


Uno de los principales hallazgos del estudio es la distancia que existe entre lo que los jóvenes saben y lo que realmente hacen. La mayoría afirma estar sensibilizada con la prevención del cáncer de piel y busca información sobre fotoprotección, pero esa conciencia no siempre se traduce en hábitos adecuados de protección solar.

El dato más llamativo es que casi **8 de cada 10 jóvenes se queman al sol** cuando se exponen, lo que muestra que la quemadura solar sigue siendo una experiencia muy frecuente en esta franja de edad. A ello se suma que el **72,2% se expone al sol entre las 12:00 y las 16:00 en verano**, precisamente la franja horaria de mayor intensidad de radiación ultravioleta. Son cifras que reflejan que la exposición solar de riesgo sigue normalizada entre la población joven.

Esta contradicción resulta especialmente relevante si se tiene en cuenta que **el 86,4% considera importante la prevención del cáncer de piel y el 94,4% dice informarse sobre fotoprotección y cáncer de piel**. Es decir, hablamos de una generación interesada e informada, pero que todavía mantiene conductas que aumentan su vulnerabilidad frente al daño solar.

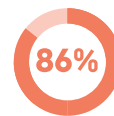
MENSAJES CLAVE



CASI **8 DE CADA 10** JÓVENES ESPAÑOLES SE QUEMAN AL SOL



EL **72%** SE EXPONE EN LAS HORAS DE MAYOR RIESGO, ENTRE LAS 12:00 Y LAS 16:00

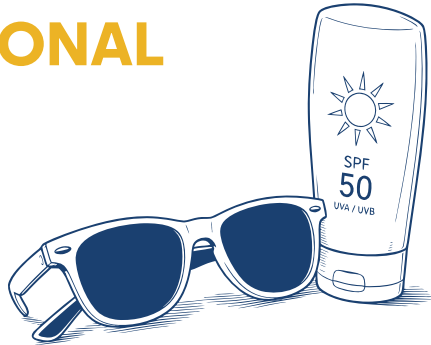


AUNQUE EL **86% CONSIDERA IMPORTANTE PREVENIR EL CÁNCER DE PIEL**, LA MAYORÍA MANTIENE HÁBITOS SOLARES DE RIESGO



EL **94% SE INFORMA SOBRE FOTOPROTECCIÓN**, PERO ESA INFORMACIÓN NO SIEMPRE SE TRADUCE EN CONDUCTAS SEGURAS

LA FOTOPROTECCIÓN SIGUE SIENDO INSUFICIENTE Y DEMASIADO ESTACIONAL



El estudio también confirma que la fotoprotección no está plenamente incorporada como un hábito constante. En muchos casos, el uso del protector solar sigue viéndose como una práctica asociada exclusivamente al verano o a los días de playa, cuando en realidad la radiación ultravioleta puede afectar a la piel durante todo el año y en múltiples contextos de exposición cotidiana.

En concreto, el **71,8% de los jóvenes afirma utilizar protección solar solo en verano**, lo que apunta a una visión estacional e incompleta del cuidado de la piel. Además, la gran mayoría no utiliza el protector solar correctamente: **solo el 16,9% lo reaplica tras bañarse, sudar o hacer deporte**, frente a un **53,3% que solo lo hace a veces** y un **29,7% que no lo hace nunca**.

Estos resultados indican que aún existe un amplio margen de mejora en aspectos básicos de educación sanitaria: cuándo protegerse, cómo hacerlo y por qué la reaplicación es una parte esencial de la fotoprotección. En este punto, recordamos que es importante reaplicarlo, en cualquier caso, cada 2 horas si se mantiene la exposición al sol. La prevención eficaz requiere ir más allá del gesto de "ponerse crema" y, es fundamental consolidar rutinas completas y sostenidas en el tiempo: protegerse con ropa, usar gorra y gafas de sol, buscar sombras y evitar las horas centrales del día especialmente en los meses de más intensidad de radiación solar. Según este estudio, solo 1 de cada 3 encuestados usa frecuentemente medidas de fotoprotección físicas.

MENSAJES CLAVE



MÁS DE 7 DE CADA 10 JÓVENES
USAN PROTECCIÓN SOLAR
SOLO EN VERANO



SOLO 1 DE CADA 6 REAPLICA
SIEMPRE EL PROTECTOR SOLAR
DE FORMA CORRECTA



LA FOTOPROTECCIÓN FÍSICA **SIGUE SIN CONSOLIDARSE** COMO UN HÁBITO ESTABLE

LOS BULOS MÁS EXTENDIDOS: PROTECTORES SOLARES PERJUDICIALES, "CALLO SOLAR", NUBES Y REAPLICACIÓN



MENSAJES CLAVE



1 DE CADA 3 JÓVENES CREE
QUE LOS PROTECTORES
SOLARES SON PERJUDICIALES



CASI 3 DE CADA 10 CREEN EN
EL MITO DEL "CALLO SOLAR"



MÁS DE 1 DE CADA 4 CREE QUE UN
FOTOPROTECTOR RESISTENTE AL AGUA
NO NECESITA REAPLICACIÓN



1 DE CADA 4 CREE QUE SI ESTÁ NUBLADO
O HACE FRÍO NO PUEDE QUEMARSE

Entre las falsas creencias detectadas, algunas destacan por su nivel de penetración y por su capacidad para condicionar comportamientos. Una de las más relevantes es la idea de que los protectores solares pueden ser perjudiciales para la salud: **así lo cree el 32,7% de los jóvenes, y el 61,4% ha escuchado este bulo.**

También persiste el conocido bulo del "callo solar": **el 27,7% cree que tomar el sol puede proteger la piel y permitir exponerse sin quemarse**, mientras que **el 52,4% ha oído este mito.** A ello se suman otras creencias igualmente preocupantes: **el 28,2% cree que si el protector es resistente al agua no hace falta reaplicarlo, y el 24,6% cree que en días nublados o fríos no puede quemarse.**

El estudio detecta además otras ideas falsas que pueden retrasar la consulta médica o banalizar el riesgo: **el 19,6% cree que si un lunar no duele no puede ser cáncer de piel, y el 55% ha escuchado que usar protector solar impide producir vitamina D, aunque solo el 14,8% lo cree verdadero.** Estas cifras muestran que los bulos no solo afectan al uso de la crema solar, sino también a la comprensión general del daño solar y de los signos de alarma del cáncer de piel.

REDES SOCIALES Y ENTORNO CERCANO: ASÍ CIRCULAN LOS BULOS



Los bulos no circulan en abstracto: lo hacen a través de canales concretos y en formatos que resultan cercanos y creíbles para los jóvenes. Según el estudio, **las redes sociales son el principal escaparate de la desinformación sobre fotoprotección**, ya que **el 48,4% afirma haber visto en ellas bulos sobre el tema**. Esto convierte a plataformas como TikTok e Instagram en espacios prioritarios para la prevención y la educación sanitaria.

Pero las redes no son el único canal. El entorno cercano también funciona como amplificador de estas ideas. Por ejemplo, **el 40,3% ha escuchado en familiares o amigos que si está nublado o hace frío no te puedes quemar, y el 33,5% ha oído en ese mismo entorno que si el protector es resistente al agua no hay que reaplicarlo**. La desinformación, por tanto, se transmite tanto en el ecosistema digital como en la conversación cotidiana.

Además, los jóvenes no solo consumen contenido: también lo difunden. **El 38,4% ha compartido contenido sobre sol, cuidado de la piel o cáncer de piel en el último año**, y entre quienes lo hacen, **Instagram (59,6%) y TikTok (53,2%)** concentran la mayor parte de esa conversación. Esto refuerza la idea de que la respuesta frente a los bulos debe estar presente en los mismos espacios donde hoy se generan y se comparten.

MENSAJES CLAVE



LAS REDES SOCIALES SON EL **PRINCIPAL ESCAPARATE DE LOS BULOS** SOBRE FOTOPROTECCIÓN



FAMILIARES Y AMIGOS TAMBIÉN AMPLIFICAN LA DESINFORMACIÓN SOBRE EL SOL



4 DE CADA 10 JÓVENES HAN COMPARTIDO CONTENIDO SOBRE SOL Y PIEL EN EL ÚLTIMO AÑO



INSTAGRAM Y TIKTOK CONCENTRAN LA CONVERSACIÓN JOVEN SOBRE SOL, PIEL Y CÁNCER DE PIEL

UNA OPORTUNIDAD CLARA PARA LA INFORMACIÓN EXPERTA



Frente a la desinformación, el estudio también lanza un mensaje positivo: los jóvenes no rechazan la información sanitaria rigurosa. Al contrario, muestran una clara disposición a buscar fuentes fiables y a confiar en instituciones expertas cuando estas logran conectar con ellos en sus lenguajes y canales.

Ante consejos contradictorios sobre fotoprotección, **el 47,4% confiaría más en una institución especializada como la Fundación Piel Sana de la AEDV, frente a solo un 5,8% que confiaría más en un influencer o creador de contenido. Además, el 52% consulta a dermatólogos para informarse, y el 38,5% acude a webs de organismos oficiales o instituciones sanitarias.** Estos datos refuerzan el valor de la evidencia médica y del papel de los profesionales sanitarios en la conversación pública.

El estudio también pone de relieve una oportunidad de crecimiento para la Fundación Piel Sana de la AEDV entre la población joven: **el 55,4% no la conocía antes de la encuesta, pero una vez presentada, el 82,9% asegura que acudiría a ella para informarse de forma fiable sobre fotoprotección o cáncer de piel.** Además, entre quienes desean recibir información, destacan como formatos preferidos los **vídeos cortos** y las **publicaciones en redes sociales**. Es decir, la demanda de información experta existe, pero debe adaptarse a los códigos y hábitos de consumo informativo de los jóvenes.

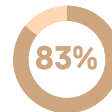
MENSAJES CLAVE



LOS JÓVENES CONFÍAN MUCHO MÁS EN INSTITUCIONES ESPECIALIZADAS QUE EN INFLUENCERS



EL 52% CONSULTA A DERMATÓLOGOS PARA INFORMARSE SOBRE FOTOPROTECCIÓN Y CÁNCER DE PIEL



EL 83% ACUDIRÍA A LA FUNDACIÓN PIEL SANA TRAS CONOCERLA



LA INFORMACIÓN EXPERTA NECESITA FORMATOS ADAPTADOS: VÍDEOS CORTOS Y REDES SOCIALES

CONCLUSIONES

El estudio realizado por la Fundación Piel Sana de la AEDV muestra una realidad clara: la población joven española está interesada en la prevención del cáncer de piel, pero sigue conviviendo con hábitos de riesgo y con una fuerte exposición a la desinformación. La existencia de bulos ampliamente difundidos —muchos de ellos asumidos como ciertos— puede debilitar la percepción del riesgo y dificultar una fotoprotección adecuada.

En este contexto, la campaña **Euromelanoma 2026 – Bulo Fighters** quiere responder a una necesidad concreta de salud pública: desmontar mitos, reforzar mensajes preventivos basados en evidencia y acercar la información dermatológica fiable a los canales donde hoy se informan los jóvenes. La prevención del cáncer de piel no depende solo de conocer el riesgo, sino también de saber distinguir entre información rigurosa y desinformación.

CIERRE INSTITUCIONAL

Desde la Fundación Piel Sana de la AEDV, consideramos que estos resultados ponen de manifiesto la importancia de seguir impulsando campañas sostenidas de educación y concienciación en fotoprotección. La evolución de la conciencia social sobre el cuidado frente al sol no se construye en un solo mensaje, sino a través de años de trabajo informativo, prevención y divulgación. En ese camino, **Euromelanoma** ha desempeñado un papel fundamental como iniciativa de referencia para acercar a la población recomendaciones fiables, comprensibles y basadas en evidencia. La edición de este año, centrada en la lucha contra los bulos, refuerza ese compromiso y subraya que hoy proteger la piel también pasa por combatir la desinformación.

CON EL APOYO DE



ACADEMIA
ESPAÑOLA DE
DERMATOLOGÍA
Y VENEREOLÓGIA



PATROCINADORES



COLABORADORES



EUROMELANOMA.AEDV.ES