

# Universidad del Sureste

---

Licenciatura en Nutrición

Dalia de los Ángeles Escobedo

---

Profesor(a)

Mercadotecnia nutricional

---

Materia

**Síntesis**

Diego Riquelme Cano Aquino

---

Alumno

422419026

---

ID

8° A

---

Grado y Grupo

04 de marzo de 2022

---

Fecha de entrega

Tapachula, Chiapas

---

## COMUNICACIÓN EN NUTRICIÓN

La comunicación en nutrición es el proceso para brindar conocimientos sobre alimentación y nutrición y poder originar un cambio o mantenimiento en la dieta (Rayner, 2003). La comunicación por parte del profesional de la nutrición, así como el desarrollo de sus propias habilidades de comunicación, toman mayor relevancia para generar mensajes y contenidos en nutrición y alimentación basados en evidencia científica y transmitidos éticamente hacia la sociedad. Las y los nutriólogos comunican información sobre nutrición, alimentación y salud a diversos públicos para satisfacer una variedad de necesidades, por esta razón, debe comunicarse ética y efectivamente. Actualmente los medios de comunicación brindan oportunidades para que los pacientes, clientes y consumidores generen, compartan, reciban y comenten diversos contenidos entre diferentes usuarios y con los propios nutriólogos. hoy la población se encuentra en medio del fenómeno llamado infodemia nombrado así por la Organización Mundial de la Salud (World Health Organization, 2020) definida como la “sobreabundancia de información, alguna precisa y otra no, que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación confiable cuando la necesiten”. En la comunicación en nutriología no sólo es importante lo que se le dice al receptor (paciente, cliente, consumidor e inclusive a otro profesional de la salud), sino también cuándo, dónde y cómo se entrega la información. El profesional de la nutrición comunica información sobre nutrición, alimentación y salud a diversos públicos para satisfacer una variedad de necesidades, por esta razón debe comunicarse ética y efectivamente. La comunicación científica se define como “el uso de habilidades, medios, actividades y diálogos apropiados para producir conciencia, disfrute, interés, opinión o comprensión hacia a la ciencia” (Burns et al, 2003). Informar con rigor y utilizar las herramientas adecuadas son los dos objetivos de los medios de comunicación. Los expertos en nutrición reconocen no conseguir una comunicación eficiente debido a que no reciben esa formación por lo que los medios deben traducir su mensaje al lenguaje común, para que sea útil y comprensible para la población. Internet se ha convertido en un medio de comunicación más, siendo el de mayor credibilidad y desplazando a los medios convencionales: prensa escrita, radio y televisión.

# Bibliografía

Lopez, S. C. (2020). COMUNICACIÓN ÉTICA EN NUTRICIÓN. *REDCieN*, 7.

Sánchez, A. G. (2016). La comunicación en alimentación y salud: una responsabilidad social. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*.