



Fecha:
15 De
Septiembre Del
2022

Alumno:
Brayan Velasco
Hernández

ALIMENTACIÓN Y CULTURA

Docente:
Nut. Julibeth
Guillen
Martinez

LICENCIATURA
EN NUTRICIÓN

UDS

MAPA
CONCEPTUAL





ALIMENTACIÓN Y CULTURA

CULTURA

Mientras la nutrición es un proceso biológico muy semejante en todas las personas, la alimentación (el proveerse de alimentos y cocinarlos) es un proceso cultural que adopta formas muy variadas porque depende de los alimentos que hay disponibles en una sociedad, y de la elección que hacen de ellos las personas. Esto último explica que, en nuestro contexto, algunas personas eviten los que son altos en grasa o en azúcar, no consuman carne de cerdo, o consuman alimentos funcionales.

Cultura política

cultura política se entiende el conjunto de conocimientos, evaluaciones y actitudes que una población determinada manifiesta frente a diversos aspectos de la vida y el sistema político en el que se inserta. Abarca tanto los ideales políticos como las normas operativas de un gobierno, y es el producto tanto de la historia de un sistema político como de las historias de los miembros de este.

Cultura física

La cultura física, en cambio, se refiere a todos los conocimientos y valores desarrollados a partir de las actividades que el hombre puede hacer con su propio cuerpo, es decir, con ejercicios que aprende de forma cotidiana.

SOCIALIZACION

Son quienes participan en la socialización de las personas, en la transmisión de la cultura. En el ámbito de la alimentación, estos agentes nos proporcionan de manera directa las normas sociales, o sea qué comer y como hacerlo y, de manera menos evidente, los valores sociales y el simbolismo asociado a la alimentación.

La escuela

Este agente es muy importante durante la infancia. Otros iguales a ti, y bajo la autoridad de los adultos, te dicen y recuerdan lo que es correcto. Al ser obligatoria la escolaridad de los niños entre 3 y 15 años de nuestro entorno, todos reciben la influencia de este agente de socialización.

Empresas

Una de sus mayores influencias en el ámbito de la alimentación es mediante los horarios laborales que imponen a sus empleados. Son horarios pensados en organizar de manera eficaz la producción, pero que condicionan el tiempo disponible para comer y, en consecuencia: donde, qué, cómo y con quién se come.

COMPONENTES DE LA CULTURA

La cultura es un concepto amplio formado por distintos componentes: las creencias, los valores sociales, los símbolos, las normas sociales, los hábitos sociales, y las sanciones.

Creencias

Las creencias religiosas influyen de forma importante en el comportamiento alimentario: la creencia de los budistas en que debe respetarse a otros seres vivos, explica que no sacrifiquen animales para disponer de su carne. Esta creencia contrasta con la del cristianismo, que señala que los animales fueron creados por Dios y están al servicio de las personas.

Valores sociales

El conjunto de valores que comparte una sociedad constituye su sistema de valores, y la manera como jerarquiza cada persona esos valores constituye su escala de valores. Entre los nuevos valores sociales que están emergiendo en nuestra sociedad, impulsados frecuentemente por la publicidad, destacan:

- El poder consumir-gastar dinero (no sólo tenerlo).
 - La necesidad de reducir la incertidumbre, lo inesperado, o de tener seguridad.
- El querer satisfacer los deseos lo más rápidamente posible.
- El mantenerse joven y saludable porque se considera que el cuerpo es reflejo o imagen de la persona.

Estados Unidos

La familia

El creciente acceso de la mujer al trabajo remunerado está suponiendo un gran cambio en los hábitos alimentarios de las personas.

Detrás de las normas sobre la alimentación en el hogar (comer o no juntos, el imponer o no el menú a los hijos, el tolerar o no ciertos "modales" en la mesa, el comer en la cocina o ante la televisión, etc.) hay, de manera implícita, unas relaciones entre los miembros y unos sentimientos.

Los movimientos sociales

Las organizaciones sin ánimo de lucro suelen influir en la alimentación ofreciendo al consumidor información alternativa a la existente con el fin de que se modifiquen ciertos hábitos. Aquí se incluyen las Asociaciones de Consumidores, de Agricultura Ecológica, de movimientos ecologistas, o Slow Food con su manifiesto sobre los alimentos "Bueno, limpio y justo".

Los medios de comunicación

•Mediante la publicidad (directa o encubierta) que fomenta el consumo de ciertos productos y de las marcas comerciales de las grandes empresas por ser las únicas que tienen capacidad económica para hacer publicidad en las grandes cadenas. Estas marcas suelen venir asociadas a ciertos estados emocionales, valores sociales, o estilos de vida. El éxito comercial no dependerá del alimento en sí, sino de que consiga seducir al consumidor mediante la historia que cuente; de tener capacidad para preparar una historia bonita y poder contársela a muchas personas.

• Mediante las series y películas de televisión donde se muestran a actores populares consumiendo ciertos alimentos (hamburguesas, chokolatinas, cerveza...) y de una manera determinada que otorga un significado implícito de la comida.

Los grupos de edad

Son los formados por personas de edad semejante. Son habituales a partir de la adolescencia. Son las "cuadrillas de amigos" de distintas edades. Entre los jóvenes, la pandilla influye, con frecuencia, en el inicio del consumo de bebidas alcohólicas, o en acudir a ciertos lugares como los restaurantes de comidas rápidas.

Los jóvenes son un colectivo que es utilizado con frecuencia para introducir nuevos alimentos y nuevas normas sobre la alimentación porque están más predispuestos a introducir cambios y porque sobre ellos se ejerce menor presión para que se ajusten a las normas.

Símbolos

• objetos concretos (pañuelo, bandera...). Al usarlos formamos parte de lo que el objeto simboliza ciertos comportamientos (participar en comida, comprar una marca ...). Al hacerlo se transmite una idea o sentimiento. El consumo de muchos alimentos sólo puede entenderse si se tiene en cuenta el simbolismo, el significado que encierran (consumir ciertas marcas, comidas familiares o de amigos, cocinar a otra persona su plato preferido, *beber juntas*).

Hábitos alimentarios

Los hábitos sobre la alimentación se adquieren en la infancia y son resistentes a los cambios. Es por tanto muy importante desarrollar hábitos adecuados para tener una alimentación adecuada en el futuro. En este sentido, si los niños se acostumbran a tomar un desayuno escaso, mantendrán este hábito el resto de su vida y será muy difícil cambiarlo.

Normas alimentarias

Las normas proporcionan las guías de comportamiento para todas las actividades y, con ello, ayudan a que la conducta sea previsible y que se mantenga el orden social. Cuando las personas que conforman una sociedad no comparten las mismas normas, suele deberse a que no tienen un único sistema de valores, y eso puede generar problemas sociales.



Estados Unidos

SÍNTESIS

LOS HÁBITOS SE ADQUIEREN DESDE LA INFANCIA YA SEA SOBRE LA ALIMENTACIÓN O SOBRE OTRAS COSAS, YA DESPUÉS SE VAN GENERANDO MAS YA SEA EN EL TRABAJO, ESCUELA, O SOLO CON VERLOS EN LA CALLE Y OBVIAMENTE EN LA TV O CON EL MISMO INTERNET.

BIBLIOGRAFIA

- La información de este trabajo fue adquirida y sacada de la antología que corresponde a la materia de Alimentación y Cultura del primer cuatrimestre de la licenciatura en Nutrición de la UDS.

