

Nutrición en libros

Nutrición (de)mente

Lic. Diego Sívori y Ing. Federico Fros Campelo



Es el primer libro que combina la *Neurociencia del Consumo* con la *Nutrición* desde un aspecto práctico, con recetas cotidianas y un lenguaje accesible.

El libro fue realizado por Diego Sívori, un Nutricionista especializado en combatir la obesidad y dedicado al Marketing de la Salud y Federico Fros Campelo, un Ingeniero Industrial que sabe cómo se fabrican y venden los alimentos hoy día, y que además investiga y conoce cómo funciona nuestro cerebro a la hora de consumir y tomar decisiones.

Juntos, mediante el desarrollo de la "Neuronutrición", buscan explicar que...

"para combatir los estímulos alimentarios actuales, NO es suficiente con herramientas nutricionales clásicas"

Estos estímulos alimenticios, ultraprocesados, revestidos de una complejidad de marketing asombrosa que se entretije directamente dentro de nuestra sociedad de consumo, requieren que abordemos las cosas de manera diferente.

Debemos entender cómo reacciona nuestro cerebro a los estímulos de la comida y del entorno (supermercados, publicidad, marketing, prejuicios), para así proponerte cómo dirigir mejor tus procesos cerebrales a fin de alimentarte de manera más saludable.

Resumimos en un itemizado varias de las respuestas que vas a encontrar en el libro de por qué comemos...

- ▶ Comemos *para pertenecer a la manada* y no quedar solos, a veces adoptando gustos que no son propios con tal de sentirnos incluidos.
- ▶ Comemos *imitando a los demás sin darnos cuenta*, como un mecanismo instintivo de supervivencia y socialización. Y así nos familiarizamos con las costumbres que nos recibieron desde que nacimos y con el tipo de comida al que nos exponemos una y otra vez.
- ▶ Comemos bajo presión social, regulados por la *culpa* o la *vergüenza*, siendo el marketing especialista en estas emociones.
- ▶ Comemos *por los ojos*: por lo que un alimento nos promete, no por lo que verdaderamente es. (El cerebro es una *máquina de hacerse expectativas*.) Esto incluso hace que lo saboreemos diferente.
- ▶ Comemos buscando diferenciarnos de los demás, lo cual puede: motivar que las cocinas regionales típicas se preserven, o bien motivar que la gente coma sushi en vez de puchero para ostentar su clase social.
- ▶ Comemos bajo una *Motivación de Logro*, lo cual puede llevarnos a: regular lo que ingerimos para alcanzar el peso deseado, o a medirlo todo de forma obsesiva y entrar en cualquier dieta que se nos cruce.
- ▶ Comemos estimulados por lo novedoso.

- ▶ Comemos ultraprocesados industriales con más ganas que los alimentos naturales ("*estímulos supernormales*" para nuestro cerebro).
- ▶ Comemos algo cuando sentimos que puede hacerse *escaso*, aunque no nos tiene tanto, sólo para aprovechar la *oportunidad*.
- ▶ Comemos bajo influencia de la ternura, cuando se encienden nuestros *circuitos de cuidado parental* y nos deslumbra todo lo "cachorril" (también el marketing es especialista en esto).
- ▶ Comemos y hacemos comer: cocinar o comprarle comida a los demás nos hace sentir bien, activa nuestra *Empatía*.

A su vez, una vez descubiertas las raíces de nuestros comportamientos, usamos las mismas herramientas en función de la salud.

Así es!! Hacer analogías es una facultad de nuestro cerebro que nos hace únicos como animales: nos hace humanos. Las analogías fundamentan nuestra creatividad y nos permiten innovar. Si algunas cosas del marketing nos hacen mal, ¿podemos comprender sus mecanismos y revertirlos para construir un marketing casero que nos haga *bien*? ¡Claro que sí!

En eso consistirá **Nutrición (de)mente**, un libro de fácil lectura, con fuertes bases científicas, recetas saludables y consejos prácticos, además de revolucionario en su materia.