



# Curso Académico 2022-23

## ALIMENTACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### Ficha Docente

#### ASIGNATURA

Nombre de asignatura (Código GeA): ALIMENTACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL (607253)

Créditos: 3

Créditos presenciales: 3,00

Créditos no presenciales:

Semestre: 1

#### PLAN/ES DONDE SE IMPARTE

**Titulación:** MASTER EN NUTRICIÓN HUMANA Y DIETÉTICA APLICADA  
**Plan:** MÁSTER UNIVERSITARIO EN NUTRICIÓN HUMANA Y DIETÉTICA APLICADA  
**Curso:** 1 **Ciclo:** 2  
**Carácter:** OBLIGATORIA  
**Duración/es:** Primer cuatrimestre (actas en Feb. y Sep.)  
**Idioma/s en que se imparte:** Español  
**Módulo/Materia:** /

#### PROFESOR COORDINADOR

Nombre	Departamento	Centro	Correo electrónico	Teléfono
<a href="#">GONZALEZ DE PABLO, ANGELLUIS</a>	Salud Pública y Materno Infantil	Facultad de Medicina	agdpablo@ucm.es	

#### PROFESORADO

Nombre	Departamento	Centro	Correo electrónico	Teléfono
FERNÁNDEZ RUIZ, VIRGINIA	Nutrición y Ciencia de los Alimentos	Facultad de Farmacia	vfernand@ucm.es	
<a href="#">GONZALEZ DE PABLO, ANGEL LUIS</a>	Salud Pública y Materno Infantil	Facultad de Medicina	agdpablo@ucm.es	

#### SINOPSIS

##### BREVE DESCRIPTOR:

Los medios de comunicación tienen gran poder de penetración en la sociedad. En mayor o menor medida, todo el mundo interioriza conocimientos relacionados con la salud y la alimentación a través de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, internet y nuevas tecnologías). Así, parte importante de la alfabetización de la población en relación con la alimentación y la salud proviene de la interrelación con medios.

Los medios de comunicación en su conjunto tienen un gran potencial para contribuir a modificar los hábitos alimentarios y otros estilos de vida de manera favorable. Para lo cual es imprescindible seleccionar el mensaje, el canal y el lenguaje más adecuados a la población diana en cada caso.

Informar en salud requiere de un conocimiento de las ciencias de la información y comunicación en cuanto a fuentes, procesos y elaboración de informaciones en distintos soportes. También requiere comprender los enfoques de los profesionales de la salud y habilidades suficientes para tender puentes de confianza y comunicación entre ambos colectivos, el de la información y el del fomento de la salud.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la asignatura muestra cómo los medios de comunicación son foros de vital importancia para la mejora en alimentación y salud de la población y son un complemento necesario de las acciones institucionales o de los profesionales de la salud, pues representan la forma fundamental en la que los conocimientos científicos se transmiten a la población. La asignatura busca además desarrollar en el alumnado el conocimiento y la valoración crítica de los medios –especialmente de la prensa escrita, la televisión, el cine y las nuevas tecnologías– en sus aportaciones a formas de vida saludables en relación con la alimentación.

##### REQUISITOS:

##### OBJETIVOS:

1. Valorar la promoción científica de estilos de vida y de alimentación saludables en los distintos medios de comunicación.
2. Conocer y valorar blogs y webs significativos en la transmisión de conocimiento en torno a la alimentación.



# Curso Académico 2022-23

## ALIMENTACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### Ficha Docente

3. Conocer y evaluar los diferentes modos de transmisión del conocimiento en alimentación a través de los documentales de divulgación científica.
4. Evaluar la publicidad y marketing en nutrición, alimentación y dietética desde las perspectivas científica y ética.
5. Valorar los principales temas abordados por la prensa en relación con la alimentación.
6. Valorar el cine como medio configurador del imaginario de la comida y el acto del comer.
7. Conocer los principales aspectos éticos de la comunicación en alimentación e identificar los factores que determinan la veracidad y la falsedad de las noticias en el campo de la alimentación.

#### COMPETENCIAS:

##### Generales:

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG2.- Ser capaz de reconocer los elementos esenciales de la profesión del dietista-nutricionista, incluyendo en quehacer profesional los principios éticos, responsabilidades legales y del ejercicio de la profesión, aplicando el principio de justicia social a la práctica profesional y desarrollándola con respeto a las personas, sus hábitos, creencias y culturas.

CG5.- Ser capaz de realizar la comunicación de manera efectiva, con los pacientes, la comunidad, los profesionales de la salud o la industria y los medios de comunicación, sabiendo utilizar las tecnologías de la información y la comunicación especialmente las relacionadas con el estado de salud, la nutrición deportiva y sus hábitos de vida.

##### Transversales:

##### Específicas:

CEM1.2 Conocer y aplicar la deontología de los estudios en poblaciones humanas y las leyes que regulan los estudios nutricionales en poblaciones humanas.

CEM1.5 Identificar los distintos mecanismos por los que los medios de comunicación pueden influir en las pautas dietéticas de los distintos grupos sociales.

CEM1.6 Evaluar la publicidad y marketing en nutrición, alimentación y dietética con rigor científico y ética profesional.

##### Otras:

#### CONTENIDOS TEMÁTICOS:

1. Introducción a la asignatura. Nociones fundamentales sobre alimentación y medios de comunicación.
2. Gastronomía, comunicación y salud.
3. Medios de comunicación de consumo: revistas y webs de cadenas comerciales de alimentación.
4. Blogs y Páginas Webs del campo de la alimentación pertenecientes al sector profesional.
5. Cuestiones éticas en la comunicación sobre alimentación: los conflictos de intereses en los medios de comunicación social.
6. El documental científico en alimentación.
7. Alimentación y cine: el acto de comer y el culto a la comida en el cine.
8. La transmisión de información al consumidor en el campo de la alimentación y la nutrición: publicidad, comunicación y marketing en alimentación y nutrición.
9. Medios de comunicación y campañas publicitarias en alimentación y nutrición.
10. Veracidad y falsedad en la transmisión de conocimiento científicos en los medios de comunicación. Las *fake news* en alimentación.

#### ACTIVIDADES DOCENTES:



# Curso Académico 2022-23

## ALIMENTACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### Ficha Docente

#### Clases teóricas:

Actividad presencial: la metodología usada combinará un programa de clases teóricas presenciales en las que se expondrán los contenidos del programa con apoyo de material audiovisual e informático, junto a seminarios con supuestos prácticos en que se exponen las características de los diferentes problemas que se pueden encontrar y la manera eficiente de resolver dichas situaciones en escenarios verosímiles.

#### Clases prácticas:

Actividad no presencial: consistente en el estudio y comprensión de los temas expuestos y los casos y supuestos presentados, que serán evaluados de manera continua a través de la realización de ejercicios entregables, proyectos fin de temario y trabajos de clase. Para poder hacerlo, el alumno habrá de realizar tutorías con el profesor y resolver las dudas y dificultades que vayan surgiendo en la ejecución de estos. Además, las actividades se complementan con la exposición, una vez dadas las indicaciones bibliográficas pertinentes por el profesor, de algún tema o aspecto de profundización del temario, con que el alumno adquirirá las habilidades de autoaprendizaje necesarias en su formación a lo largo de la vida, así como adquirir destrezas de comunicación de manera clara y eficaz.

#### Trabajos de campo:

#### Prácticas clínicas:

#### Laboratorios:

#### Exposiciones:

#### Presentaciones:

#### Otras actividades:

#### TOTAL:

Actividad formativa del estudiante

- Clases teóricas 15 horas (Presencialidad 100%)
- Prácticas 5 horas (Presencialidad 100%)
- Seminarios 5 horas (Presencialidad 100%)
- Tutoría 2 horas (Presencialidad 50%)
- Evaluaciones 2 horas (Presencialidad 100%)
- Trabajos alumno 46 horas (Presencialidad 0%)

#### EVALUACIÓN

La evaluación de los conocimientos teóricos se realizará mediante una prueba de conocimientos (70%).

Se realizarán trabajos de clase en donde se evaluarán diversos casos clínicos y, en su caso, destrezas de laboratorio (30%).

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

ÁLVAREZ SEVILLA, M.V. (2015): La alimentación en los medios de comunicación escritos, Sevilla, Universidad de Sevilla.

ALONSO MOSQUERA, M.H.; SÁNCHEZ MARTÍNEZ, M. (2011): Estrategias de comunicación interactivas en los sitios web de marcas de alimentación dirigidas al público infantil, *Pensar la Publicidad*, 5 (2), 119-138.

ARANCETA BARTRINA, J. (2015): Periodismo y alimentación. Influencia de los medios de comunicación en la elección de alimentos y en los hábitos de consumo alimentario, *Leioa*, Universidad del País Vasco.

CASINO G, PRADOS A, CUGAT G, SALVATIERRA I. (2020): La información alimentaria a debate. ¿Qué pide la sociedad? *Alimentación y Comunicación*, no 1. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació; Universitat Pompeu Fabra.

CONTRERAS, J. (ED.) (1995): Alimentación y cultura. Necesidades, usos y costumbres, Barcelona, Universitat de Barcelona

MARTÍN-LORENTE, M; FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, C. (2014): Aspectos de cultura y comunicación en el protocolo gastronómico y las prácticas de alimentación en diferentes etapas históricas, *Historia y Comunicación Social*, 19, 831-842.

VV. AA. (2016): Los medios de comunicación, la educación nutricional y la información al consumidor. Suplemento de la *Revista Española de Comunicación en Salud*. Suplemento 1, pp. 1-173.

WATZLAWICK, P. (2011): Teoría y práctica de la de la comunicación humana, Madrid, Herder.

#### OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE: