

# DIEGO SÍVORI

CADI  
CÁMARA  
DE INSTITUCIONES  
DE DIAGNÓSTICO  
MÉDICO

✓ Licenciado en Nutrición recibido en la UBA donde actualmente lidera un Voluntariado en Nutrición.

✓ Profesional, simpático, comprometido con lo que eligió: enseñar y guiar sobre la alimentación. Así se lo percibe a Diego Sívori, el nutricionista de Cocineros Argentinos, el tradicional ciclo de cocina de la Televisión Pública y que también formó parte del staff de nutricionistas de "Cuestión de Peso" hace unos años.



## ENTREVISTA A **DIEGO SÍVORI**



A sus 33 años siente que tiene mucho por hacer en su materia y aprovecha sus ratos de relax para seguir creando nuevas maneras de comunicar, es algo innato e intuitivo -así lo define el propio Sívori- quien asegura que todo el tiempo está pensando en cómo comunicar de una forma diferente. De hecho, en la Universidad de Buenos Aires coordina el seminario de Desarrollo Creativo y Marketing Nutricional que incentiva a buscar nuevos canales de comunicación y nuevas formas de llegar a la gente con mensajes saludables.

Comenzamos la charla hablando de la importancia de concientizar a la gente desde chicos sobre el beneficio de alimentarse bien y hace una aclaración –casi diría significativa- sobre alimentar y nutrir.

**DS:** “Hay una diferencia importante entre alimentarse y nutrirse. El primero es un acto voluntario, donde influye la selección de los alimentos, la cultura, los prejuicios, los automatismos, la información con la que cuenta uno, el contexto y lógicamente el placer que le produce la elección

de ese alimento; en cambio nutrirse es un acto involuntario de digestión, absorción y metabolización de los nutrientes que obtenemos de nuestra alimentación. Muchas veces nos alimentamos bien, pero nos nutrimos mal, producto de consumir grandes cantidades de calorías, producto de alimentos

altos en carbograsas y bajos en vitaminas y minerales”.

**RS:** y eso se refleja en nuestra salud, obvio!

**DS:** “Esto repercute lógicamente en nuestro estado de salud, personas obesas pero malnutridas, niños que no

*“Comemos por razones mucho más profundas de las que creemos”*

llegan a un potencial de talla adecuado por falta de accesibilidad a nutrientes esenciales. 6 de cada 10 argentinos con exceso de peso, más de 3 de cada 10 con hipertensión y 1 de cada 10 con diabetes”.

**RS:** En alguna entrevista dijiste que “No comemos por hambre ni por ansiedad” entonces... ¿por qué comemos y a veces más de lo habitual?

**DS:** “En realidad “Comemos por razones mucho más profundas de las que creemos” No todo es ansiedad o hambre....Entre ellos te podría nombrar: comemos para pertenecer a la manada y no quedar solos ¿te acordás la primera vez que tomaste cerveza? ¿Te gustó? ¿Porque lo hiciste entonces?; comemos imitando a los demás sin darnos cuenta. Es posible que si crezco en un contexto saludable sea saludable; comemos bajo presión social, regulados por la culpa o la vergüenza: es decir hay que comer productos de color verde, ya que eso da menos culpa, por más que termine comiendo 3 veces más cantidad. También comemos por los ojos: por lo que un alimento nos promete, no por lo que verdaderamente es. Cuántas veces saboreamos esa hamburguesa pensando que es la de la imagen, aunque diste bastante de parecerse; comemos bajo una Motivación de Logro: ese plan me ofrece 10 kilos menos si como naranja por 20 días; comemos estimulados por lo novedoso: cualquier nueva edición de productos alimentarios nos seduce, por más que el cambio

sea ínfimo o imperceptible. Y la lista sigue”.

Su estilo didáctico al hablar lo ha llevado a ser orador en varias disertaciones a lo largo de América Latina, entre ellas se destaca su presencia el ciclo TEDxUBA con su charla “Marketing de la Obesidad”, en donde expone la posibilidad de desarrollar un “Marketing de la Salud”.

Sus explicaciones se caracterizan por contener ejemplos prácticos y propuestas creativas a problemas cotidianos, utilizando el humor como herramienta para despertar interés y fomentando la participación activa de sus oyentes.

**RS:** Cuántas razones nos llevan a comer !! Ahora, la cantidad de alimento que debe ingerir una persona es directamente proporcional a la actividad que realiza a diario?

**DS:** “Exactamente, no solo a la actividad o gasto diario que tienen, sino a la contextura, la edad y la composición corporal. Por ejemplo, 2 personas de la misma edad y contextura pueden variar en las calorías de su plan si uno camina una hora por día y el otro no. El primero tiene un Crédito aproximado de 600 Calorías diarias para gastar más que el segundo, en términos alimentarios 3 medialunas con café con leche. A su vez una persona que siempre hace a lo largo de su vida la misma actividad física, al envejecer merma su masa muscular y metabolismo, por lo que su alimentación debería bajar en aporte energético. Personas más musculosas gastan más energía que personas del mismo peso pero que su composición corporal es mayoritariamente de grasa”.



**RS:** Impusiste con tu libro el término “neuroalimentación”, a qué te referís con esa palabra, qué significa?

**DS:** “Para explicar en profundidad ese término es necesario que surja el concepto de neuronutrición ya que: “No pueden combatirse los estímulos alimenticios con los que convivimos hoy día con herramientas nutricionales clásicas”. Sencillamente ya no se puede. Estos estímulos alimenticios, ultraprocesados que encontramos en nuestras heladeras, kioscos, góndolas de supermercado, teatro, cine, gimnasio, zoológico y cualquier lugar que concurramos están tomando protagonismo en nuestra dieta diaria. Es por eso que la Neuronutrición plantea entender de una vez por todas 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. ¿Por qué comemos así y cómo comer

mejor? conociendo cómo funciona nuestro cerebro.

**RS:** En cuánto influye lo social en lo que comemos?

**DS:** La verdad es que influye y bastante, ya que muchas veces comemos para pertenecer a la manada, como en las reuniones de “sushi con el jefe” y un ejemplo muy claro es como intentamos (sin mucho resultado) que nuestros niños lleven manzanas lustradas en la mochila al colegio, atentando con su pertenencia al entorno escolar. Lo más posible es que esa manzana vuelva a casa tal cual la guardamos, se intercambie en una especie de mafia escolar por galletitas o golosinas o vuele en una guerra de útiles escolares.

El famoso nutricionista recientemente presentó su libro “Nutrición (de)mente” un libro que escribió con Federico Fros Campelo y rápidamente se convirtió en un best seller y libro distinto en el área nutricional. Combina la experiencia de

Federico en Neurociencias del Consumo con estrategias del Marketing Saludable en el cual se capacita Diego. Cuando hablamos de “platos preferidos” reconoce que el suyo es la provoleta y que su debilidad son los quesos. Aclara que trata de vivir como predica, dándose algunos gustos y hace actividad física para pagarlos!!

**RS:** Confieso que hubiera esperado un plato con mayor elaboración, pones en práctica los consejos de alimentación o es medio “Casa de herrero, cuchillo de palo”?

**DS:** Salgo a correr o voy al gimnasio con frecuencia y los convierto en mis cables a tierra, son (a mi criterio) momentos de creatividad, donde surgen nuevas ideas. No dejo de salir con amigos por cuidarme, es más, festejo cuando se come algo rico en esos eventos, ya que el verdadero cuidado alimentario está en la rutina diaria.

**RS:** Los argentinos somos de buen comer... en relación con el resto de los países, comemos bien?

**DS:** “Estamos primeros en el mundo!!! En el consumo de gaseosas!! CHAN!!! Realmente la globalización de la comida chatarra impactó fuertemente en Argentina, ya que nuestras encuestas de factores de riesgo que se realizan cada 4 años nos muestran una involución en cuanto a Diabetes, Obesidad, Hipertensión y Dislipemias y en gran parte por malas decisiones alimentarias y un contagio de las costumbres culinarias occidentales.

*Entrevista para Revista CA.DI.ME: Roxana Segatori.*