



EXPERIENCIAS EDUCATIVAS ALIMENTACIÓN DE SECUNDARIA

INS Joan Ramis i Ramis, Maó (Islas Baleares)

| Ficha de clasificación | |
|---------------------------------|--|
| Título de la experiencia | 1. Exposición y campaña 25 gramos de azúcar. Actividades semana 12 a 16 “Día mundial de la alimentación”. 2. Campaña publicidad y marcas. Taller de contrapublicidad. |
| Idioma | Castellano |
| Nivel educativo | Secundaria y Bachillerato |
| Materia | <i>Interdisciplinar</i> |
| Naturaleza-duración | <i>Talleres, 1 trimestre</i> |

1. ¿QUIÉN HA PARTICIPADO?

▪ **Nivel/es donde se ha dado la experiencia:**

1. Todos los niveles (ESO Y Bachillerato) a lo largo de la semana visitaron la exposición y realizaron las actividades de la semana (visualizar video, realizar una ficha a modo de encuesta, traer diferentes alimentos de casa para comparar sus niveles de azúcar, ver campaña sensibilización de ONGs relativa al impacto del azúcar en los países productores).
2. 1º Bachillerato.

▪ **Profesorado implicado y organización interna**

1. Tutores, departamento biología y geología y profesores de asignaturas específicas que participaron en el proyecto. Las actividades de realizaron en la hora de tutoría, algunas horas correspondientes a biología y también algunas sesiones de asignaturas específicas interesadas en el tema. Niveles de ESO y Bachillerato. La exposición se realizó en el salón de actos con un horario establecido para todo el claustro. Las otras sesiones se realizaron en el grupo clase en el aula.
2. Departamento de economía. Las sesiones se realizaron en el aula y en el aula de informática y luego se montó una exposición con todas las campañas en el hall del instituto coincidiendo con el día mundial del medio ambiente.

▪ **Instituciones implicadas**

1. Centro educativo y VSF (Veterinarius sense fronteras), CEP MENORCA (aportó material para el curso).

2. Centro educativo y VSF (Veterinarians sense fronteras), CEP MENORCA (aportó material para el curso).

2. ¿QUÉ HEMOS HECHO Y CÓMO?

- **Proyecto o áreas donde se inserta (si es proyecto, breve explicación del mismo: un párrafo)**

1. Campaña 25 gramos de azúcar:

25 Gramos es la cantidad de azúcar añadido que deberíamos consumir en un día según la Organización Mundial de la Salud (OMS), actualmente tomamos diariamente más de 4 veces esta cantidad.

La actividad consistía en una exposición con diferentes productos alimentarios de uso regular con una cucharilla de plástico que representa la cantidad de azúcar contenida en estos productos. Los alumnos pueden descubrir, por ejemplo, que una lata de refresco puede contener 12 cucharadas de azúcar o que 20 gramos de cereales aportan 5 cucharadas. El objetivo es establecer una reflexión sobre el propio consumo de azúcar y las consecuencias que pueden derivarse en nuestra salud.

Esta exposición se acompañaba de la visualización de un video “Maggie agridulce” relativo al consumo de azúcar y sus implicaciones en la salud de los consumidores para profundizar en la reflexión del alumnado. A continuación los alumnos realizaban una encuesta para ser conscientes de su propio consumo y determinar sus propios hábitos relativos al consumo de azúcar. Además el centro educativo puede obtener datos que representen el consumo de azúcar del centro educativo según las edades o cursos de los participantes y evaluar así si existe una problemática a nivel del centro educativo respecto al consumo de azúcar. Para mejorar la motivación y participación de los alumnos, ellos mismos traían algunos productos de su casa para determinar la presencia de azúcar a través de la prueba del lugol y de este modo se consigue dar un sentido más real y cercano a la experiencia.

Por último la exposición contaba con una campaña de sensibilización de distintas ONGs relativo al impacto de la producción de azúcar de los países productores. Consiguiendo de esta forma una visión más integradora del problema, con no sólo las implicaciones relativas a la salud, sino también su problemática social, económica y política en los países productores.

El objetivo global de la experiencia por lo tanto era establecer una conciencia global e integral de la producción de azúcar, su consumo, su efecto sobre la salud y las implicaciones sociales y económicas de su producción en el sistema capitalista imperante.

2. Publicidad y contrapublicidad:

Los alumnos de 1º de Bachillerato realizaron un proyecto de contrapublicidad en la asignatura de economía.

En el trabajo se trataban los siguientes temas: medio ambiente, hábitos saludables, energías renovables y consumo responsable.

El objetivo del trabajo era realizar un informe de prensa del tema en cuestión así como realizar una campaña de publicidad para incentivar la reflexión sobre el tema. Los propios alumnos podían elegir una técnica de promoción libre (punto de libro, calendario, video, libreta, camiseta, etc.) para realizar un marchantaje y desarrollar técnicas de persuasión.

Además debían escoger un anuncio o publicidad de una empresa relacionada con los temas tratados y realizar una contrapublicidad que demostrara los efectos negativos generados por los productos publicitados o sus campañas.

Todos los materiales realizados por los alumnos se expusieron en el hall del centro educativo para promocionar y dar a conocer la actividad al resto de niveles y clases. Además los materiales audiovisuales realizados por los alumnos pueden visualizarse en el blog de la comisión ambiental a través del enlace adjuntado más arriba.

▪ **Proyecto o áreas donde se inserta (si es proyecto, breve explicación del mismo: un párrafo)**

1. Todo el centro. Coordinación realizada por la comisión ambiental. Realizada en tutoría y algunas sesiones de asignaturas de Biología y otras materias.
2. 1º bachillerato economía.

▪ **Temas tratados en relación a “Alimentación” (sólo enumerarlos)**

1. Consumo, consumo responsable, publicidad y alimentación, producción alimentos, hábitos saludables y no saludables, soberanía alimentaria, economía de los alimentos.
2. Publicidad engañosa y alimentación, consumo responsable, contrapublicidad, hábitos saludables, alimento como recurso.

3. IMPACTOS Y APRENDIZAJES

▪ **¿Qué cambios hemos generado (en la comunidad, en el alumnado, en el profesorado, en la cultura del centro, etc.)?**

1. Conciencia de la cantidad de azúcar que consumimos de forma regular, cambios en la cafetería del centro con el objetivo de eliminar la cantidad de productos azucarados disponibles y apostar por productos saludables, como frutas y zumos naturales. Sensibilización respecto consumo responsable y generación de hábitos más saludables en el entorno del centro educativo.
 2. Valorar la influencia de la publicidad sobre nuestras vidas y los hábitos de consumo, generando conciencia crítica para consumir de forma más responsable. Aprender a utilizar las técnicas propias de la publicidad para realizar campañas contrapublicitarias. Valorar los alimentos como un recurso natural y comprender las consecuencias de un consumo irresponsable.
- **Valor añadido / aspectos innovadores de la experiencia**
1. Ha sido una experiencia que ha afectado todo el claustro y ha contado con la participación del conjunto del centro educativo. Por lo tanto ha supuesto una actividad integral con todos los agentes propios del centro educativo implicados. Por lo tanto, más allá de los aspectos positivos que pueden haber adquirido los alumnos existe un beneficio derivado de la creación de comunidad en el centro estableciendo redes de comunicación y participación que deben seguir promoviéndose.
 2. Trabajar métodos propios de la publicidad para realizar una reflexión de la propia publicidad. Generando así contrapublicidad que provoque incomodidad. Además es una actividad que trabaja los niveles más altos de la taxonomía de Bloom relativos a la creatividad y creación propia de aprendizajes.
- **Resistencias / dificultades encontradas**
1. Es complicado organizar una experiencia en la que participe todo el centro, cuadrar horarios del claustro, disponer de espacios comunes y disponer del tiempo necesario para montar la experiencia. Sin embargo el resultado fue muy positivo y la participación muy alta. Básicamente la organización corrió a cargo del departamento de Biología con los alumnos de 1º y 3º de ESO y 1º de bachillerato. En caso de tratarse desde un punto de vista más interdisciplinario se habría podido ampliar la visión de la problemática desde un punto de vista más global e integrador. Este año introducimos seguiremos con la línea trabajada con la realización de talleres de la campaña “Mentida podrida”.
 2. En general no presentó dificultades y los alumnos respondieron de forma muy dinámica.