



JUSTÍCIA,
ALIMENTÀRIA

Kit de campanyes

4 campanyes de Justícia Alimentària

Recursos per treballar a l'aula



Aquest llibret es distribueix amb una llicència "Reconeixement - NoComercial", que es pot consultar a www.creativecommons.org

Es permet la reproducció dels continguts sempre que se n'esmenti la procedència i es faci sense fins comercials.

Justícia Alimentària
C.Floridablanca, 66-72
08015 Barcelona

Justícia Alimentària
Delegació de les Illes Balears
Camí des Castell, 53
07702 Maó. Menorca

Desembre 2020
Autoria: Justícia Alimentària

Aquesta publicació compta amb la col·laboració de la Direcció General de Cooperació i Immigració del Govern de les Illes Balears. El seu contingut és responsabilitat exclusiva de Justícia Alimentària i no reflecteix, necessàriament, la posició de la Direcció General de Cooperació i Immigració.

NIF G-58429077 - Justícia Alimentària, declarada d'utilitat pública pel Ministeri de l'Interior el 8 de març de 2000.



G CONSELLERIA
O FAMÍLIES
I AFERS SOCIALS
B DIRECCIÓ GENERAL
/ COOPERACIÓ
I IMMIGRACIÓ



ALIMENTACCIÓN
XARXA EDUCATIVA PER LA SOSTENIBILITAT ALIMENTÀRIA

Som una associació formada per persones que creiem en la necessitat de canviar el sistema agroalimentari actual, que oprimeix i expulsa les comunitats rurals, i destrueix el medi ambient. Aquest canvi passa per la consecució d'un model de desenvolupament rural just en favor de la sobirania alimentària, com a proposta que dignifiqui la vida pagesa i garanteixi la sostenibilitat ambiental, social i cultural del dret a l'alimentació per a total la població mundial



justiciaalimentaria.org



[justiciaalimentaria](https://www.instagram.com/justiciaalimentaria)



[JusticiaAliment](https://www.facebook.com/JusticiaAliment)



[@JusticiaAliment](https://twitter.com/JusticiaAliment)

Estructura del document

1.Introducció i contextualització

2.Campanya 25grams

3.Campanya Enverina'm

4.Campanya sobre publicitat i etiquetatge

5.Campanya Carn de canó

INTRODUCCIÓ I CONTEXTUALIZACIÓ

PER QUÈ AQUEST KIT DE CAMPANYES?

Justícia Alimentària, organització no governamental de cooperació i desenvolupament (ONGD) de naturalesa associativa, és una organització ecologista, internacionalista, feminista i independent políticament.

La nostra missió és promoure un model de desenvolupament rural just en favor de la sobirania alimentària i generar en la societat una consciència crítica entorn al sistema alimentari actual. Per tal de promoure aquest model, impulsem aliances amb la comunitat educativa per defensar juntes un consum alimentari just, sa i sostenible, i sumem forces amb organitzacions sanitàries i col·lectius vulnerables. Així doncs, treballem de forma conjunta amb professorat, alumnat, mares i pares, per generar debat i reflexió sobre els impactes socials, ambientals, econòmics i de gènere que provoca l'actual model de producció, comercialització i consum d'aliments.

El programa, creat per Justícia Alimentària el 2010, rep el nom d'«Alimentació. Xarxa educativa per la sostenibilitat alimentària» i, des del 2014, és un projecte compartit amb Hegoa (Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional).

En el marc del programa socioeducatiu d'«Alimentació», l'equip tècnic de Justícia Alimentària ha pres la iniciativa de crear un document que reculli, de forma pràctica i resumida, una pinzellada d'informació de les diferents campanyes que més impacte han tingut en els diferents àmbits i, paral·lelament, que ofereixi recursos i dinàmiques per treballar els grans eixos educatius sobre els quals treballem de forma conjunta: la sobirania alimentària, la perspectiva de gènere i les pedagogies crítiques.

Aquest conjunt d'informació, al qual denominarem com a «Kit de Pedagogització de Campanyes», està destinat a l'alumnat de Formació Professional, i té en compte que es pot adaptar i utilitzar en altres etapes educatives com, per exemple, el segon cicle d'Educació Secundària Obligatòria (3r i 4t curs).

En els informes respectius de cada campanya es pot consultar la informació de forma més extensa i detallada, ja que des de Justícia Alimentària s'ha realitzat un treball de recerca, redacció i contrast amb diferents fonts de verificació. Tota aquesta informació la podeu obtenir a l'informe, en els recursos adjuntats al final de cada campanya.

La sensibilització i la conscienciació a través de l'educació és l'eix que utilitzem per a la transformació. Després de cada breu presentació de la campanya trobareu una sèrie de recursos aplicables a la pràctica docent i educativa, els quals es poden afegir, de forma transversal, als diferents continguts i situacions d'aprenentatge dels currículums educatius establerts.

25 **CAMPANYA**
gr **25G DE SUCRE**



»» CONTEXTUALITZACIÓ DE LA CAMPANYA

El sucre és un producte aparentment innocent que es converteix en un **perill per a moltes persones**. Perjudica la salut, es produeix en condicions laborals properes a l'esclavitud i deteriora el medi ambient.

Ho sabem tot sobre el sucre? Quant de sucre prenem? L'Organització Mundial de la Salut (OMS) ha emès una nova recomanació per no sobrepassar els 25 grams al dia. És això més o menys del que prenem? Quin paper juga aquest producte en la nostra alimentació? Sabem d'on prové o com es produeix? Actualment, a l'Estat espanyol en consumim, de mitjana, 112 g al dia.

Aquesta campanya **alerta dels perills associats a l'increment del consum de sucre**, denuncia les estratègies de la indústria alimentària per fer que el sucre sigui omnipresent en la nostra dieta i exigeix que se'n reguli la comercialització, així com la publicitat de **productes ensucrats dirigits al públic infantil**.

»» EXPOSICIONS

A més dels recursos pedagògics i digitals, des de Justícia Alimentària oferim una exposició sobre el sucre. Si estàs interessat o interessada a fer-la servir, ens pots contactar a: illesbalears@justiciaalimentaria.org



»» PER A MÉS INFORMACIÓ...

- **INFORME:** «Planeta azúcar»
- **DOSSIER DE PREMSA**



EDAT RECOMANADA

10 a 25
anys

DURADA ESTIMADA

90 min.

»» PER QUÈ AQUEST TALLER?

Observant el consum cada vegada més gran de begudes energètiques entre la gent jove, considerem urgent abordar aquest tema. Urgent, en primer lloc, a causa de l'impacte en la salut que aquest consum pot tenir a curt, mitjà o llarg termini; però també pels impactes socials i mediambientals que té.

D'altra banda, entenem que les persones que hi participen són subjectes actius que poden generar continguts digitals per reproduir els impactes del taller, de manera que es fomenta també un ús adequat de les xarxes socials. A més, la creació de material per a aquestes xarxes socials o campanyes afavorirà una major comprensió dels continguts.

»» OBJECTIUS

- Sensibilitzar sobre el consum de begudes energètiques en joves i sobre els impactes individuals que tenen en la salut, i en l'àmbit macrosocial i mediambiental.
- Generar una consciència crítica sobre la indústria alimentària alhora que es proposen materials per a campanyes amb efecte multiplicador.
- Potenciar la capacitat de la joventut per ser agents per transformar el model alimentari.

»» ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un clima de participació és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més fer preguntes a participants a partir dels seus interessos i idees prèvies. Per exemple: quina és la màxima quantitat de sucre recomanada per l'OMS? Com s'anomena el sucre a les llaunes que teniu?
- Per fer l'experiment de la beguda energètica, demaneu entre les participants algunes persones voluntàries.
- Quan dinamitzeu els grups per generar les campanyes, ajudeu-los a centrar-se en el missatge, en el públic objectiu i en el canal per on es compartirà.
- El telèfon mòbil és una eina molt poderosa que acostumen a utilitzar, és el seu mitjà natural de comunicació i és genial que l'utilitzin amb un bon objectiu.
- Important: s'han de tenir en compte drets d'imatge, sobretot amb menors.

»» RECURSOS NECESSARIS

Per a la **introducció**:

- Llaunes de begudes energètiques diferents.
- Ordinador i projector per a la presentació.

Per al «**show cooking**» de begudes:

- Proвета o vas de batidora
- 2 cafès en cada sessió
- Sucre
- Aigua
- Colorants alimentaris de diversos colors
- Bicarbonat
- Sal
- Cullereta

Per a la **campanya**:

- Cartolines, notes adhesives, retoladors, paper d'adhesiu, etc.
- **PODEN FER SERVIR ELS SEUS TELÈFONS MÒBILS.**

COMPLEMENTARIS:

- <https://justiciaalimentaria.org/ca/camp-anya/25-grams/>

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

PART 1. CONÈIXER PER A TRANSFORMAR.

1_ Presentació de les persones participants i de les talleristes:

- Diguem els nostres noms i quantes begudes energètiques, ensucrades i gasoses prenem al dia/setmana/mes/any.
- Afegim les dades a la diapositiva amb una gràfica final sobre consum.
- És **important** que nosaltres i totes les persones que estiguin al taller hi participin.

2_ Presentació de Justícia Alimentària: Vídeo Justícia Alimentària

- Vegem el vídeo i preguntem: què t'ha cridat l'atenció.
- Reflexionem al voltant de paraules i conceptes del vídeo proposats per les persones participants. Algunes idees:
 - Gènere: Desigualtats de gènere en la producció, la publicitat alimentària, rols de gènere en les cures.
 - Sobirania alimentària: Què mengem? Quanta gent al món s'alimenta bé?
 - Per què es parla del canvi climàtic o la desforestació?

3_ Què conté una beguda energètica. El que veiem i el que no veiem.

- Els aliments ultraprocessats incorporen ingredients no saludables (presentació) que comporten malalties no transmissibles (diabetis, problemes cardíacs...). *Podem apel·lar a la realitat de les participants preguntant quantes persones coneixen amb diabetis al seu entorn proper.. (**no és una cosa que t'explico, és una cosa que et passa a tu*)
- El sucre ocult: a través [d'aquesta infografia](#) de JA, preguntem-los quins aliments contenen sucre
- Els noms del sucre: A partir de llaunes de begudes energètiques, vegem de quines maneres s'anomena el sucre (https://justiciaalimentaria.org/wp-content/uploads/2021/12/anexo.3_56_nombres_del_azucar.pdf)

4_ La indústria alimentària a les nostres mans. Fabriquem la nostra pròpia beguda.

- 1_Pensem el nom de la beguda en funció del colorant: reflexió al voltant del màrqueting per fomentar-ne el consum.
- 2_Poseu-vos mascaretes, guants i ulleres de laboratori per preparar la beguda. Aneu explicant els ingredients a partir d'una llauna.
- 3_Reflexions i comentari a partir de les impressions de les persones participants. Idees: quantitat de sucre utilitzat, realització de càlcul pel nombre de llaunes diàries, impactes en la salut.

5_ Hi ha alguna cosa més? Impactes socials i ambientals.

- Preguntem sobre l'origen del sucre i sobre com creuen que funciona el sistema alimentari. Segurament falten peces del sistema com la publicitat, la propietat de la terra, la fabricació de combustibles o la generació de residus. També s'haurà de parlar de la feina de cuinar, que ha estat tradicionalment feta per les dones, però que no té visibilitat en un món patriarcal.
- Vegem el [vídeo](#) (en presentació) i debatem sobre les condicions laborals de les persones que recullen canya de sucre o sobre les repercussions ambientals que té aquest procés.

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

»» DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

PART 2: PASSAR A L'ACCIÓ.

- **Quines eines tenim per informar i transformar?**
 - Curtmetratges: <https://www.youtube.com/watch?v=RKSzwzEQk7w&t=643s>
 - Exposicions per a joves.
 - Cartells per a centres socials, fires o esdeveniments per a persones adultes.
 - Infografies per visibilitzar dades importants.
 - GIF animats per a xarxes socials.
- **Com es genera una campanya?** (Passos per crear una campanya en presentació).
- **Treballem en grups per crear una campanya/acció de sensibilització.** IDEES: vídeos per a xarxes, mems, cartells publicitaris, entrevistes al carrer gravades, altres accions de carrer. **És important deixar-los que proposin primer, però si no se'ls acudeixen idees, podem acompanyar i facilitar, encara que no és el desitjable.*
- Recordem introduir l'etiqueta #25gramos i esmentar @justiciaalimentaria

PART 3: CELEBRAR, VISIBILITZAR I AVALUAR.

- Els **grups exposen els seus treballs** i comenten les dificultats, els èxits i/o l'impacte que han tingut. Celebrem que hem fet una gran feina i, per això, és important visibilitzar els resultats de tothom i valorar l'esforç més que el resultat. Si algun grup no vol exposar, que no ho faci.
- Avaluat és identificar **les dificultats i els aprenentatges**. Podem fer un ple o assemblea per reflexionar i aprendre juntes (nosaltres també). En aquest punt també són importants els sentiments i les emocions que ens han quedat després de transitar aquest recorregut.
- **I després del taller, què?** Per animar que segueixin sent «activistes» de la transformació alimentària és important ajudar-los a visibilitzar quines decisions prendran a partir d'aquest taller en les seves pròpies vides i hàbits.
- El **qüestionari** pot ser útil perquè ens avaluïn d'una manera anònima i puguem continuar millorant.



25^{gr} FITXA TALLER

INVESTIGUEM EL NOSTRE REBOST

EDAT RECOMANADA

10 a 25
anys

DURADA ESTIMADA

60 min.

»» PER QUÈ AQUEST TALLER?

L'anàlisi i la investigació van de bracet a l'hora de parlar d'educació transformadora. Per aquesta raó, la següent activitat proposa que l'alumnat sigui el protagonista, de manera que s'ha d'impulsar que participi que pugui fer anàlisis a partir de situacions properes i del seu propi entorn.

»» OBJECTIUS

- **Sensibilitzar** sobre el consum de sucre i les conseqüències per a la nostra salut.
- Generar una **consciència crítica** sobre la indústria alimentària alhora que es proposen materials per a campanyes amb efecte multiplicador.
- **Generar debat i reflexió** sobre els propis costums i rutines alimentàries.
- Augmentar el pensament crític i la presa de decisions de l'alumnat.

»» ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- Tenir en compte el perfil de l'alumnat, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques.
- És important tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

»» RECURSOS NECESSARIS

Per a l'activitat:

- Fitxes per omplir amb la informació



25^{gr} INVESTIGUEM EL NOSTRE REBOST

Recorda
L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES
ACTIVITATS, SINÓ GENERAR
CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS
TRANSFORMADORES

»» DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

En primer lloc, es demana a l'alumnat que busqui al rebost de casa seva 5 aliments i/o productes alimentaris, i que facin una fotografia a l'informació nutricional. A més a més, es pot portar un producte a la classe.

La idea d'aquesta activitat es fer una anàlisi del producte omplint **la següent fitxa**, per tal de veure amb xifres i de forma visual la quantitat de sucre que porten els aliments que ingerim en el nostre dia a dia.

En finalitzar la fitxa, es pot fer una posada en comú i realitzar un debat en gran grup, en què s'exposi la informació recollida i s'analitzi el tipus d'alimentació actual en relació amb la d'abans: causes, conseqüències, agents implicats... Per aquest debat, es pot fer servir la informació de ***l'informe PLANETA AZÚCAR (pag. 20 - 24)***.



25gr **FITXA TALLER** **LA PETJADA AMBIENTAL DE LA NOSTRA DIETA**

EDAT RECOMANADA

10 a 25
anys

DURADA ESTIMADA

60 min.

»» PER QUÈ AQUEST TALLER?

A més de conèixer l'impacte que tenen els aliments sobre la salut de les persones, pensem que ser conscients de la petjada ambiental que tenen els àpats que mengem en el nostre dia a dia és també necessari per tal de reflexionar sobre la influència que té en la crisi climàtica.

»» OBJECTIUS

- Fer una **anàlisi de la petjada ambiental** que té un àpat de la nostra dieta per tal de reflexionar sobre com contribueix l'alimentació a la crisi climàtica.
- **Sensibilitzar** sobre el consum de sucre i les conseqüències per a la nostra salut.
- Generar una **consciència crítica** sobre la indústria alhora que es proposen materials per a campanyes amb efecte multiplicador.
- Potenciar la **capacitat que té la joventut per ser agents** per transformar el model alimentari.

»» ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- S'ha de tenir en compte el perfil de l'alumnat, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques.
- És important tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

»» RECURSOS NECESSARIS

Per a l'activitat:

- **Proposta didàctica per treballar la sobirania alimentària**

25^{gr} FITXA TALLER

LA PETJADA AMBIENTAL DE LA NOSTRA DIETA

Recorda
L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES
ACTIVITATS, SINÓ GENERAR
CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS
TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

L'alumnat agafarà un àpat que sol prendre en la seva dieta habitual, tenint en compte que sigui un plat complet amb més d'un macronutrient. Utilitzarem la **taula d'anàlisi de la petjada ambiental** per tal d'analitzar l'impacte ambiental dels aliments consumits. A continuació adjuntem la taula per fer l'anàlisi i un exemple:

ELEMENTS PER A L'ANÀLISI

Quina petjada ambiental té el nostre plat?				
PUNTS	0	1	2	3
Km que ha recorregut	0-50 Km	50-500 Km	500-2000 Km	+ de 2000Km
Residus	Cap residu	Residu orgànic	Residu reciclable	Residu no reciclable o difícil de reciclar
Temporalitat	Sí			No
Tipus de producció	Agroecològica	Ecològica	Xicoteta Producció	Producció industrial

EXEMPLE

Quina petjada ambiental té el nostre plat?		
Aliment	Elements a valorar	Punts
Arròs blanc basmati envasat en plàstic d'origen pakistanés.	Km que ha recorregut	3
	Residus	3
	Temporalitat del producte	0
	Tipus de producció	3
		TOTAL: 9 punts de petjada ambiental

Posteriorment a l'anàlisi, es pot fer una posada en comú en gran grup per tal de fer una reflexió sobre els productes i els aliments amb la puntuació més alta, i valorar i exposar alternatives amb menys petjada ambiental.

Anotacions



A series of 20 horizontal black lines, evenly spaced, providing a template for writing notes.



**CAMPANYA
ENVERINA'M**





CAMPANYA

ENVERINA'M

»» CONTEXTUALITZACIÓ DE LA CAMPANYA

Menjar ens alimenta, però també ens emmalalteix. I, actualment, fa més això segon. A més a més, no ho fa de la mateixa manera arreu del món, ja que hi ha una diferència social (afecta més les classes populars) i una diferència de gènere (afecta més les dones). Així mateix, per rematar aquest panorama nefast, cal dir que el col·lectiu que té pitjors índexs d'alimentació és la població infantil...

Què ha passat amb la nostra dieta perquè més que una font de nutrients els aliments siguin causa de malaltia? Per què consumim, cada vegada més, una dieta perjudicial?

La progressiva industrialització dels nostres aliments n'és un factor, però també ho és la **progressiva desconexió de la població amb els aliments**, amb el seu origen, varietat, temporalitat, cuina i cultura... Això es combina amb un sofisticat i constant ús de la promoció i **persuasió per part de la indústria alimentària**: és l'anomenat ambient o clima alimentari insà.

En resum, **s'han abandonat els circuits curts** de producció, distribució i consum alimentari, alhora que un nombre reduït de grans empreses controlen la producció, la distribució i la venda dels aliments. **La publicitat fa la resta.**

»» EXPOSICIONS

A més dels recursos pedagògics i digitals, des de Justícia Alimentària oferim una exposició sobre la campanya «Enverina'm». Si estàs interessat o interessada a fer-la servir, ens pots contactar a: illesbalears@justiciaalimentaria.org



»» PER A MÉS INFORMACIÓ....

- **INFORME:** «El meu primer verí».
- **DOSSIER DE PREMSA:** «Enverina'm».
- **UNIDAD DIDÀCTICA (SECUNDÀRIA)**





FITXA TALLER

ELS INGREDIENTS (INVISIBLES) QUE ENS EMMALALTEIXEN

EDAT RECOMANADA

**15 a 25
anys**

DURADA ESTIMADA

60 min.

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Aquest taller serveix per fer un primer contacte amb els continguts més rellevants quant als tipus d'aliments i el seu impacte en la salut. A més a més, fomenta la capacitat d'anàlisi crítica de l'alumnat respecte al nostre sistema alimentari i proporciona recursos per fer una recerca dels ingredients més perjudicials per a la salut, i dels quals moltes vegades no tenim constància que estem ingerint: el sucre, la sal i els greixos trans.

OBJECTIUS

- Establir la diferència entre **aliments transformats i processats**.
- **Relacionar** el consum de sal, sucre i greix amb els problemes de salut.
- **Identificar** què són els perfils nutricionals i la seva utilitat.
- Conèixer en què consisteix l'**actual transició nutricional** i la seva relació amb els canvis econòmics, socials i demogràfics.
- **Valorar i recuperar** la biodiversitat agrícola i alimentària.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar alligonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- S'ha de tenir en compte el perfil de l'alumnat, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques.
- És important tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

Per a l'activitat:

- Presentació
- Projector i pantalla
- **Recurs didàctic: Qui ens alimenta?**



FITXA TALLER

ELS INGREDIENTS (INVISIBLES) QUE ENS EMMALALTEIXEN

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

PRÈVIAMENT A LA SESSIÓ:

Alumnat - Per a aquesta activitat es recomana que l'alumnat llegeixi el següent apartat: «*Aliments processats: més greixos, més sal, més sucre*» (pàg. 23-27), de l'informe *l'Alimentació insana: una epidèmia mundial*.

Professorat - Us recomanem llegir el següent apartat: «*Aliments processats: més greix, més sal, més sucre*» (pàg. 50-58), del capítol 2 de l'informe *Qui ens alimenta?*

DURANT LA SESSIÓ

Al començament de la sessió, dividiu el grup classe en tres subgrups. Cada un ha de buscar informació sobre un dels tres ingredients especificats anteriorment, tenint en compte aspectes com:

- Implicacions per a la salut.
- Implicacions per al medi ambient.
- Implicacions econòmiques.
- En quins tipus d'aliments trobem aquests ingredients.
- Quines recomanacions hi ha sobre aquests ingredients.
- Quines alternatives tenim a aquests ingredients.

Una vegada feta la cerca, els subgrups han de posar els aspectes negatius i positius que tenen aquests ingredients, i han de fer una petita conclusió reflexiva. Un exemple podria ser el següent:

SUCRE

Aspectes positius	Aspectes negatius

Conclusions

Tot seguit, quan els subgrups hagin preparat tota la informació, l'exposen al grup classe. Per sortir-nos de la rutina de quantificar, es pot proposar que ho facin de forma narrativa, explicant una història. Poden prendre l'exemple de l'últim curt: *Soy tu azúcar*: <https://www.youtube.com/watch?v=RKSzwvEQk7w&t=623s>



FITXA TALLER VERTADER O FALS?

EDAT RECOMANADA

**15 a 25
anys**

DURADA ESTIMADA

90 min.

»» PER QUÈ AQUEST TALLER?

Des dels inicis de la humanitat, els patrons d'alimentació han anat evolucionant. Entre les diferents transicions nutricionals viscudes al llarg de la història, la que estem vivint en aquestes últimes dècades presenta una sèrie de característiques que la fan única, per la rapidesa del canvi pel que fa a altres períodes històrics (50 anys) i al volum poblacional que afecta.

L'actual transició alimentària incideix que les dietes tradicionals han estat substituïdes ràpidament per altres amb una densitat energètica més elevada, la qual cosa significa més greixos i més sucres afegits als aliments, juntament amb una disminució de la ingesta de carbohidrats complexos, fibra, llegums i grans. Tot això té un gran impacte en la nostra salut.

»» OBJECTIUS

- Diferenciar entre **subnutrició** i mala alimentació.
- **Conèixer la realitat** de la subnutrició i la mala alimentació actual, tant en el context proper com en el global.
- Conèixer en què consisteix l'actual **transició nutricional** i la seva relació amb els canvis econòmics, socials i demogràfics.
- Valorar i recuperar la **biodiversitat** agrícola i alimentària.

»» ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar alligonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- S'ha de tenir en compte el perfil de l'alumnat, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques.
- És important tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

»» RECURSOS NECESSARIS

Recursos **previs**:

- [Fitxes d'elaboració de receptes \(Annex 1.5\)](#)

Per a l'**activitat**:

- Fitxes
- Projector i pantalla
- [Recurs didàctic: Qui ens alimenta?](#)



FITXA TALLER VERTADER O FALS?

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ (DUES PARTS)

PART 1:

PRÈVIAMENT A LA SESSIÓ

Expliqueu a l'alumnat que han d'escollir la recepta d'algun plat que els agradi. Per a la selecció d'aquests plats han de tenir en compte aspectes com:

- *D'on provenen els ingredients escollits (on els han comprat i qui els ha produït).*
- *Si aquests ingredients són de temporada i estan disponibles.*

Una vegada que cada jove hagi seleccionat el plat que desitgi presentar a classe, a casa ha d'emplenar una fitxa amb els aspectes següents: persona que t'ensenyarà la recepta, ingredients, procedència (km), temporalitat, preu i quantitats necessàries per elaborar la recepta, els passos a seguir i, finalment, com s'ha de servir. Us recomanem que, per fer aquesta activitat, consultin algun familiar que els pugui aconsellar o guiar a l'hora de proposar les receptes.

Alumnat: cada noi o noia ha d'emplenar la [fitxa d'elaboració de les receptes \(annex 1.5\)](#)

PART 2:

DURANT LA SESSIÓ

Al començament de la sessió, heu de dividir el grup classe en quatre subgrups (segons la ràtio de la classe). Cada estudiant ha d'exposar a la resta del subgrup les receptes escollides i explicar les motivacions per les quals l'ha triada. Una vegada tots els components dels subgrups hagin exposat les seves receptes, han de seleccionar-ne una de forma consensuada. Per acabar la sessió, els quatre subgrups han de mostrar a la resta de grup classe la recepta seleccionada i els motius pels quals el subgrup l'ha triada. Us compartim algunes claus per al debat:

- *Per què ens agraden més uns productes que uns altres?*
- *Caldria reeducar el paladar?*
- *Quines estratègies seguiries si volguéssiu «vendre» un plat fet de manera tradicional?*
- *Que s'imaginin o bé sent xefs de primera, o bé qui cuina a casa per a la família, o bé com a apassionats dels fogons: quin model d'alimentació els motivaria més, agroecològic o industrial?*



FITXA TALLER

BONA AGRICULTURA, BONA ALIMENTACIÓ

EDAT RECOMANADA

**15 a 25
anys**

DURADA ESTIMADA

60 min.

»» PER QUÈ AQUEST TALLER?

El pensament i l'anàlisi crítica de la informació és quelcom que es desenvolupa amb l'adquisició de coneixement. Per aquesta raó, el següent taller ens ofereix, d'una forma dinàmica i entretinguda, els diferents models de producció, així com la visibilització dels avantatges i desavantatges de cadascun.

»» OBJECTIUS

- **Diferenciar** els diferents models de producció
- Desenvolupar l'**esperit crític** mitjançant la reflexió i el coneixement.
- Conèixer en què consisteix l'**actual transició nutricional** i la seva relació amb els canvis econòmics, socials i demogràfics.
- **Valorar i recuperar** la biodiversitat agrícola i alimentària.

»» ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- S'ha de tenir en compte el perfil de l'alumnat, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques.
- És important tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

»» RECURSOS NECESSARIS

Per a l'activitat:

- Presentació
- Projector i pantalla
- Recurs didàctic i annexos: *Qui ens alimenta?*



FITXA TALLER

BONA AGRICULTURA, BONA ALIMENTACIÓ

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

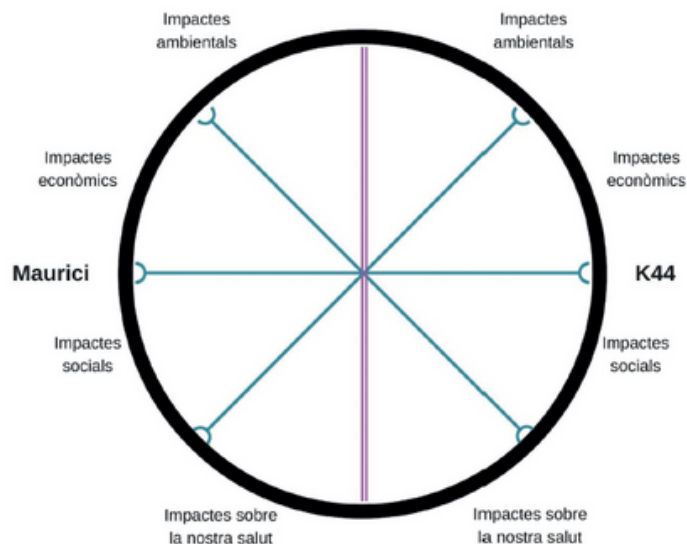
PRÈVIAMENT A LA SESSIÓ

Professorat: Us recomanem llegir el **Capítol 4: «Vinculació entre la mala alimentació i la mala agricultura» (pàg. 161- 164), de l'informe Viaje al centro de la alimentación que nos enferma.**

Amb la informació que podeu obtenir del document i amb aquesta activitat, es pretén que l'alumnat compregui el vincle que hi ha entre la bona alimentació i la bona agricultura, per així poder tenir criteri a l'hora d'elegir i seleccionar els aliments que consumeixen en el seu dia a dia.

1a PART DE LA SESSIÓ (15min):

Al començament de la sessió, es fa una explicació teòrica del context general i es dibuixa a la pissarra el següent cercle d'impactes:



Es creen grups d'entre 2 i 3 alumnes i se'ls demana que durant la visualització del vídeo (següent part), escriguin en notes adhesives de dos colors el que consideren positiu (verd) i el que consideren negatiu (vermell) dels impactes de cada model de tomàquet en diferents aspectes: social, ambiental, econòmic i sobre la nostra salut. La idea és que en grups puguin debatre entre ells i extreure reflexions i comentaris sobre els dos models per després compartir amb el grup aula.



FITXA TALLER

BONA AGRICULTURA, BONA ALIMENTACIÓ

»» DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

2a PART DE LA SESSIÓ (45min):

Tot seguit es visualitza aquest vídeo:

«Dos tomates y dos destinos» <https://www.youtube.com/watch?v=OLWE3aiJ2FI>

Amb les aportacions de cada grup s'estableix un petit debat sobre els dos models de producció d'aliments que representa cada tomàquet i els seus impactes socials, ambientals i en la nostra salut:

- **Mauricio:** Agricultura de petita escala, diversificada, sense químics, intensiva en mà d'obra (revaloració de l'ofici de pagès), de proximitat... Impactes socials, ambientals i en la nostra salut positius.
- **K44:** Monocultiu, ús intensiu de químics i maquinària, exportació i aliments quilomètrics no de temporada. Manipulació genètica de les llavors. Desaparició de l'ofici de pagès i de la vida al camp. Impactes socials, ambientals i en la nostra salut negatius.

S'acaba donant-los la dada que el 90 % de la nostra alimentació respon al model de k44, i recordant que el 70 % de la nostra alimentació es basa en productes processats.



Anotacions



A series of 20 horizontal black lines spaced evenly down the page, providing a template for handwritten notes.



**CAMPANYA
ETIQUETATGE I
PUBLICITAT**





CAMPANYA ETIQUETATGE I PUBLICITAT

»» CONTEXTUALITZACIÓ DE LA CAMPANYA

Eslògans com fresc, saludable, fet a casa, autèntic, real, artesà o directe del camp, entre d'altres, han estat els més utilitzats per les marques per vendre els seus productes. La indústria hi ha vist una oportunitat i s'ha apropiat de l'ús d'aquests conceptes, fent creure al consumidor propietats que els productes industrials, lògicament, no tenen. De fet, **manlleven el significat** dels reclams a les petites explotacions, artesanals i realment autèntiques, que sí que fan feina basada en aquests atributs.

Aquest és el camí del qual la indústria, amb les seves estratègies de **greenwashing**, ens allunya.

Des de Justícia Alimentària portem anys exigint la implementació d'un **etiquetatge obligatori** per a tots els productes alimentaris que permeti diferenciar clarament els aliments que poden considerar-se insans. La immensa majoria dels segells que decoren els envasos dels aliments els ha inventat la pròpia indústria alimentària, que ha disfressat els seus productes amb informacions i dibuixos que responen a allò que cada vegada més persones desitgen comprar.

En relació amb l'etiquetatge, posem l'accent sobre la **necessitat de comptar amb una normativa estricta sobre publicitat alimentària**, i posem de manifest la urgència d'establir controls reals i efectius per assegurar que la publicitat d'aliments i begudes sigui **transparent, clara i real**.

»» PER A MÉS INFORMACIÓ....



justiciaalimentaria.org/campana/las-mentiras-que-comemos/



justiciaalimentaria.org/campana/sto-p-al-etiquetado-nutri-score/



- Las mentiras que comemos: **NUESTRAS PROPUESTAS POLÍTICAS**



FITXA TALLER ESPREMENT EL SUC

EDAT RECOMANADA

**15 a 25
anys**

DURADA ESTIMADA

90 min.

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Un dels canvis en les pautes alimentàries dels últims anys és la **substitució** del consum de **fruita fresca** per suc de fruita, fet que situa Espanya, dins de la Unió Europea, en el principal productor i consumidor d'aquests productes.

Els suc de fruita, encara que de diferents qualitats (**nèctars, espremutos o concentrats**), perquè es conservin, passen per processos tèrmics en els quals s'afegeixen grans quantitats de **sucre i conservants artificials**. A vegades, en la cara principal dels productes, apareixen informacions com casolà, saludable, natural..., que no han de confondre'ns, ja que són mera propaganda. Per això, s'ha de llegir la llista d'ingredients per conèixer exactament la composició del producte.

Analitzar les etiquetes d'aquests productes ens donarà informació sobre el contingut, la procedència o els ingredients que tenen, així com del tipus d'envàs i la gestió que se'n fa una vegada convertit en residu. Per tant, **conèixer** aquestes dades ens permet **educar** persones més responsables i autònomes que decideixen les seves compres sota **patrons de sostenibilitat ambiental i equitat social**.

OBJECTIUS

- **Observar i analitzar** la informació reflectida en les etiquetes dels productes que comprem, especialment en les begudes que es venen com a suc de fruites.
- Potenciar en l'alumnat una **actitud responsable i crítica** davant les compres.
- Sumar esforços i generar sinèrgies entorn de les compres responsables i **l'alimentació saludable**.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- Cal evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- S'ha de tenir en compte el **perfil de l'alumnat**, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques del grup al qual va dirigida l'activitat.
- És **important** tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

Per a la **introducció**:

- Internet, projector, pantalla.
- **Fitxes per l'anàlisi (Annex 1)**



FITXA TALLER ESPREMENT EL SUC

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

PART 1: VISUALITZACIÓ DE VÍDEOS

Es pot començar el procés d'aprenentatge motivant l'alumnat amb la visualització a classe de diferents anuncis de suc de fruita que permetin, d'una banda, introduir alguns dels continguts que es tractaran i, per una altra, veure el tractament que la publicitat fa de determinats aspectes d'aquests productes com, per exemple, la potenciació del natural, i si és realment així.

Alguns anuncis que podem veure a YouTube: «Zumos- azúcar no»; «Gila y el zumo exprimido» i «Zumo parazzi» (adjuntem enllaços a continuació):

- https://www.youtube.com/results?search_query=Gila+y+el+zumo+exprimido%E2%80%9D
- https://www.youtube.com/watch?v=zrQkQEv_wc4
- https://www.youtube.com/watch?v=b_meJFDc8uQ

PART 2: DESCRIPCIÓ DE L'ACTIVITAT

El primer que es farà és buscar a Internet, de manera individual o per parelles, diferents tipus de suc de fruita per esbrinar les diferències entre «nèctar de fruita», «concentrat de fruita» i «espremut de fruita». Posteriorment, es realitzarà a classe un debat sobre quina quantitat de fruita en té cadascun i quin d'aquests processos pensem que és més saludable.

El dia de l'activitat, l'alumnat portarà a classe envasos de diferents tipus de suc de fruites que se solguin consumir. S'organitzarà l'alumnat en grups, i després d'explicar-los l'activitat, es lliurarà a cadascun **la seva fitxa corresponent (Annex 1)** al costat de quatre envasos tan diversos com sigui possible. Amb l'ajuda de les fitxes d'anàlisi, cada grup s'encarregarà d'analitzar un aspecte concret: envasament, ingredients i procedència.

- **Grup d'envasos:** analitzarà els diferents tipus d'envasos i com es gestionen per saber quins es poden reciclar millor i són ambientalment més sostenibles.
- **Grup d'ingredients:** la seva missió és esbrinar els percentatges reals de fruita en cada suc, la quantitat de sucres per litre de mitjana i altres ingredients com conservants i colorants.
- **Grup de procedència:** ha d'analitzar les distàncies que recorre la fruita des d'on es produeix fins que, convertida en suc, la consumim.

Una volta emplenades les fitxes, l'alumnat haurà d'elaborar, per grups, una exposició sobre les conclusions dels seus treballs i un mural tipus collage. Es pot acabar l'activitat elaborant una llista amb els suc més saludables, de manera que s'indiqui el que contingui més percentatge de fruita, el que faciliti millor informació en la seva etiqueta, el que tingui l'envàs més respectuós amb el medi ambient o el que hagi de recórrer menys quilòmetres per arribar al nostre municipi.



FITXA TALLER ESPREMENT EL SUC

També

RECORDA QUE EN EL DEBAT
L'IMPORTANT NO ÉS VEURE QUI TÉ
RAÓ, SINÓ CONÈIXER TOTS ELS
PUNTS DE VISTA

➤➤ DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

PART 3: ACCIONS COMPLEMENTÀRIES I DIFUSIÓ

D'una banda, amb la informació anterior es pot elaborar una **guia vermella** de suc de fruites que no compleixin uns certs criteris de sostenibilitat i alimentació saludable. A més, es poden **confeccionar targetes publicitàries** que expliquin a les famílies i a les altres persones del centre educatiu les diferències entre «nèctar de fruita», «concentrat de fruita» i «espremut de fruita». A aquesta guia podem donar-li difusió entre la comunitat educativa o difondre-la a través de les xarxes socials, de manera que es convidi a reflexionar sobre el consum de suc de fruita.

D'altra banda, es pot fer un **anunci o campanya publicitària** per fomentar el consum de suc de fruita naturals, per tal de treballar, a més dels continguts adquirits, la creativitat i les habilitats de l'alumnat.

No obstant aquestes propostes, es pot ampliar el coneixement sobre alternatives d'etiquetatge que utilitzen sistemes més rigorosos, senzills i avalats científicament descrits a la **Secció 5 (Presentació Etiquetes i Consum Responsable)**.



FITXA TALLER MENTIDA PODRIDA

EDAT RECOMANADA

15 a 25
anys

DURADA ESTIMADA

60 min.

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Que la publicitat és un element quotidià en el nostre dia a dia, ningú ho posa en dubte. Des de la infància, i al llarg de la nostra vida, ens enfrontem contínuament, de forma directa i indirecta, a **missatges publicitaris** en totes les seves formes, i els anuncis **relacionats amb l'alimentació** són els principals protagonistes

«Mentida podrida» és una de les campanyes de Justícia Alimentària que pretén cridar l'atenció sobre la necessitat de comptar amb una normativa estricta que **reguli i controli** la publicitat alimentària. La campanya posa a l'abast de les consumidores les claus per acabar amb mites i idees preconcebudes del significat dels reclams publicitaris més utilitzats.

Amb aquesta activitat, es pretén treballar partint dels **coneixements** de l'alumnat, per tal de fer una anàlisi al més **significativa** possible, i així potenciar l'**esperit crític** i reflexiu de l'alumnat amb relació a l'**alimentació sana, justa i sostenible**.

OBJECTIUS

- **Observar i analitzar** la informació publicitària de diferents tipus d'aliments.
- Potenciar en l'alumnat una **actitud responsable i crítica** davant les compres.
- Sumar esforços i **generar sinergies** entorn de les compres responsables i l'alimentació saludable.
- Adquirir noves formes i alternatives de **consum saludable i sostenible**.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- S'ha d'evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- Cal tenir en compte el **perfil de l'alumnat**, per tal d'adaptar els continguts a les edats, necessitats i característiques del grup al qual va dirigida l'activitat.
- És **important** tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

Per a la **introducció**:

- Internet, projector, pantalla.
- Ordinadors o tauletes.



FITXA TALLER MENTIDA PODRIDA

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

PART 1: RECERCA I VISUALITZACIÓ D'UN ANUNCI PUBLICITARI

Es proposarà a l'alumnat fer una recerca, per parelles o de forma individual, d'un anunci publicitari en el qual es faci promoció d'un producte alimentari. Per tal d'assegurar la possibilitat d'anàlisi, es pot comentar amb el professor o professora l'anunci abans d'escollir-lo.

PART 2: DESCRIPCIÓ DE L'ACTIVITAT

Una vegada escollit i visualitzat l'anunci, es deixa un espai d'uns 20 minuts, aproximadament, per respondre les següents preguntes:

- *Públic al qual va dirigit*
- *Tipus de productes (a més de l'aliment en si, què més conté l'anunci?)*
- *Hi ha actrius o actors coneguts que hi apareguin? Disseny, superherois...*
- *Presència d'avals que garantitzin que el producte és saludable (AEP Asociación Española de Pediatría, Fundación Española de Nutrición...). Exemple de les galetes Dinosaurus.*
- *Quin model d'alimentació representen aquests productes?*
- *Quina relació existeix entre aquests productes i la nostra forma de consumir o el mode de vida?*

Posteriorment, es fa una posada en comú, per grups. El/la docent aprofita aquest espai per començar a introduir i a apuntar a la pissarra conceptes com publicitat enganyosa, informació falsa i veraç, artesà, casolà, light, enriquit, natural, sa, etc.

Opcionalment, segons les respostes obtingudes es poden afegir les següents preguntes: **Us sentiu manipulats/des per la publicitat? Què és per a vosaltres la publicitat? Vosaltres sou publicitat?**

Una vegada creat un diàleg conjunt i un debat en comú, es pot introduir el contingut fent servir la **Secció 3, 4 i 6 (Presentació Campanya Mentida Podrida)**, per tal de concloure l'activitat aportant nous aprenentatges que impulsin l'esperit crític i reflexiu de l'alumnat a l'hora de comprar, consumir i escollir diferents productes alimentaris sota criteris socials, saludables i de sostenibilitat.



FITXA TALLER

CAMPANYA DE CONTRAPUBLICITAT

EDAT RECOMANADA

15 a 25
anys

DURADA ESTIMADA

60 min.

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Si bé ja hem treballat la part de conscienciació i sensibilització, el següent taller està destinat a utilitzar els coneixements adquirits mitjançant la creativitat i el treball en equip per tal de crear un impacte sobre l'entorn educatiu i escolar. A més a més, es promou el pensament crític de l'alumnat, alhora que s'augmenta la seva capacitat de discernir la informació dels mitjans de comunicació i de buscar alternatives més saludables i sostenibles.

OBJECTIUS

- Utilitzar la **creativitat** com a mitjà per desenvolupar l'esperit crític i transformador.
- Potenciar en l'alumnat una **actitud responsable i crítica** davant les compres.
- Sumar esforços i **generar sinergies** entorn de les compres responsables i l'alimentació saludable.
- Adquirir noves formes i alternatives de **consum saludable i sostenible**.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és molt important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de les persones participants sense jutjar i sense intentar allisonar.
- S'ha d'evitar donar la informació directament, val més **fer preguntes** a participants per partir dels seus interessos i idees prèvies.
- Cal tenir en compte el **perfil de l'alumnat**, per tal d'adaptar els continguts a les edats, les necessitats i les característiques del grup al qual va dirigida l'activitat.
- És **important** tenir en compte els drets d'imatge, sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

Per a la **introducció**:

- Internet, projector, pantalla.
- Ordinadors o tauletes.
- [Recurs digital: Proposta Didàctica per treballar la Sobirania Alimentària](#)



FITXA TALLER CAMPANYA DE CONTRAPUBLICITAT

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES
ACTIVITATS, SINÓ GENERAR
CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS
TRANSFORMADORES

DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

Després d'haver analitzat els anuncis i veure quines són les estratègies que utilitza la indústria alimentària perquè consumim els seus productes, us proposem que convideu l'alumnat a crear anuncis de contrapublicitat, que és un moviment que pretén fer una crítica a les multinacionals i a les estratègies de màrqueting que utilitzen per fomentar el consumisme entre la població.

En què consisteix? L'alumnat haurà d'escollir una sèrie d'anuncis publicitaris i transformar-ne el contingut per tal d'informar del vessant negatiu del producte, la marca o l'empresa que el fabrica.

Seqüència d'activitats: Abans de començar amb la creació dels anuncis proposem fer una introducció a l'alumnat sobre el que significa el **concepte de contrapublicitat, com i per què va sorgir**. Agafarem de referència un col·lectiu de contrapublicitat argentí que ha treballat molt la temàtica. Per fer-ho, podeu utilitzar els següents materials:

- Entrevista a Julián Pelegrini (responsable del projecte Squatters) en el programa #Likealás10 <https://www.youtube.com/watch?v=cWBsE-SEoZY>
- Entrevista al col·lectiu Squatters <https://emprendecultura.net/2018/11/proyecto-squatters/>
- Pàgina web del col·lectiu Squatters <http://proyectosquatters.blogspot.com/>
- Vídeo presentació moviment Squatters <https://www.youtube.com/watch?v=F9AJ5CuHEQ>

En primer lloc, proposarem a l'alumnat que esculli una marca sobre la qual vol fer la seva intervenció. Seguidament, se li demanarà que faci una breu investigació sobre els processos de producció, les condicions laborals i les inversions de l'empresa escollida. Per últim, cal que transformin la investigació en una imatge de contrapublicitat fent servir, com a suport, els vídeos i enllaços adjuntats anteriorment.

Finalment, el resultat es pot presentar al grup classe, a la comunitat educativa i a les famílies per tal d'estendre l'educació crítica i transformadora a l'entorn i al context educatiu.

Anotacions



A series of 20 horizontal black lines, evenly spaced, providing a template for handwritten notes.



**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

**CAMPANYA
CARN DE CANÓ**





CAMPANYA

CARN DE CANÓ

▶▶ CONTEXTUALITZACIÓ DE LA CAMPANYA

Durant les darreres dècades, consum mundial de carn, especialment de carn vermella i ultraprocessada, s'ha disparat. A l'Estat espanyol consumim **4 vegades més carn** que [la que està recomanada per l'OMS](#).

En general, tenim la creença que consumir més proteïna animal sempre és millor per a la **nostra salut**, PERÒ [un consum excessiu de carn o de proteïna animal pot ser perjudicial](#) per al funcionament adequat del cor o dels ronyons, entre altres efectes.

A més, la major part de la producció mundial de carn i derivats per a la indústria alimentària prové de sistemes de ramaderia superintensiva, *feed lots* o macrogranges que impacten de forma molt negativa sobre els territoris. Mentre els efectes a l'**entorn natural** s'evidencien pel consum de volums inimaginables d'aigua, la contaminació de la terra amb purins i antibiòtics, o la destrucció de centenars de milers d'hectàrees de bosc per al cultiu de gra destinats a l'alimentació animal, en l'**entorn social** les poblacions properes a aquestes macroinstal·lacions veuen com les seves condicions de vida queden profundament afectades a causa de les olors, els sorolls i la contaminació de l'entorn, cosa que afecta també a l'economia. A aquests impactes s'hi sumen les emissions derivades del transport de bestiar, pinsos, productes químics i productes carnis, que contribueixen al canvi climàtic. Si parlem de les **condicions de vida d'aquests animals**, tampoc tenim gaire comentaris per a l'optimisme, ja que viuen amuntegats, sense possibilitat de caminar i amb una modificació total dels seus ritmes biològics.

Tanmateix, hi ha un ventall ampli d'**alternatives a aquesta ramaderia** que, en diferents nivells, posen en pràctica models productius més sostenibles, més lligats al territori i als ecosistemes, i més respectuosos amb la vida dels animals. Aquests models produeixen carn de millor qualitat i precisament per això, aquests productes poden no estar a l'abast de totes les butxaques.

▶▶ PER A MÉS INFORMACIÓ....

- [INFORME Carn de Canó](#). Per què mengem tanta carn i com ens emmalalteix.
- [EXPOSICIÓ](#) «Dona-li la volta. Tria la carn ben feta».
- [TRÍPTIC](#) «Dona-li la volta. Tria la carn ben feta»
- [Kit de recursos \(COMPLET\)](#)





CARNE DE CAÑÓN

FITXA TALLER

PER QUÈ MENGEM TANTA CARN?

EDAT RECOMANADA

14 a 35
anys

DURACIÓ ESTIMADA

-

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Com hem vist, la producció, la transformació i el consum de productes carnis és una **problema complex** amb moltíssims matisos, interessos i punts de vista. Es tracta d'un problema real que afecta directament un gran nombre de poblacions i també la salut de totes les persones del planeta. És per això que proposem abordar aquest tema com a tòpic o eix conductor de **projectes educatius** que parteixin de les pedagogies crítiques per construir una ciutadania crítica, responsable i amb capacitat per ser agent transformador per col·laborar, en darrera instància, en la consolidació d'un model alimentari més sostenible, just, accessible i saludable.

OBJECTIUS

- Despertar la **curiositat** sobre el tema a través d'una experiència vivencial i des de les pràctiques personals per arribar a la consciència crítica i a l'acció transformadora en el moment de consumir carn i derivats.
- Crear consciència que existeix un problema en el consum excessiu de carn i en els **impactes** que això té sobre la salut humana, animal i mediambiental, i sobre el desenvolupament i benestar dels pobles.
- Potenciar la **capacitat del jovent per ser agents** per transformar el model alimentari a través de la presa de decisions conscients i reponsables en el seu consum de carn i derivats.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un clima de participació és important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de tots els participants sense jutjar ni intentar allisonar.
- Evitem donar la informació directament o utilitzar expressions com "cal" o "hem de". És **més recomanable fer preguntes** als qui participen per partir dels seus interessos i idees prèvies, encara que també es puguin fer preguntes una mica disruptives que atreguin la seva atenció.
- Com que es tractaran temes relacionats amb animals i com es crien, és fonamental que la persona facilitadora del taller estigui atenta a qualsevol comentari ofensiu en què es compari qualsevol participant amb un animal en **sentit discriminatori**. En aquest moment, recomanem parar la sessió i posar el focus en aquest tema sota una perspectiva de no discriminació, positivitat corporal, etc.
- El **telèfon mòbil** és una eina molt poderosa que el jovent està acostumat a emprar, és el seu mitjà *natural* de comunicació i està molt bé que l'utilitzin amb un bon objectiu.
- És important tenir en compte els **drets d'imatge** i sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

- [Carne de cañón ¿Por qué comemos tanta carne?](#)
- [Targetes de models ramaders \(cara B\) \[annex 2\]](#)



**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FITXA TALLER

PER QUÈ MENGEM TANTA CARN?

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES
ACTIVITATS, SINÓ GENERAR
CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS
TRANSFORMADORES

»» DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

- 1) Desenvolupem la presentació sobre la indústria càrnia de manera que fomentem la participació de les persones assistents.
- 2) En arribar al punt 5 «**Com es produeix**», fem una pausa per demanar com han sentit l'experiència de ser bestiar en cadascun dels tipus de ramaderia. Cada grup llegirà les característiques de la ramaderia que els ha tocat i aprofundirem en cada model, de manera que es destaquin les diferències entre la ramaderia industrial globalitzada i la ramaderia agroecològica basada en la sobirania alimentària.
- 3) En la diapositiva de la **via pecuària de la ramaderia** és important remarcar que la pràctica de l'*agroecologia* no significa tornar al Neolític, ja que tenim tots els coneixements científics sobre ecologia i cicles naturals i tecnològics necessaris per integrar d'una manera més sostenible la producció agropecuària en els ecosistemes amb el menor impacte possible.
- 4) Aprofundim en els temes que interessin l'alumnat a partir de preguntes en les quals els demanarem **opinió**. Per exemple, qualitat/preu de la carn (per a persones productores i consumidores), ús d'antibiòtics, objectiu de cada model, propietat de la terra, contaminació d'aigües...





**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FITXA TALLER EN CARN VIVA: DEBAT

EDAT RECOMANADA

**14 a 35
anys**

DURACIÓ ESTIMADA

-

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Como hem vist, la producció, la transformació i el consum de productes carnis és un **problema complex** amb infinitat de matisos, interessos i punts de vista. Es tracta d'un problema real que afecta directament un gran nombre de poblacions i també la salut de totes les persones del planeta. Per això, proposem abordar aquest tema com a tòpic o com a eix conductor de **projectes educatius** que parteixin de les pedagogies crítiques per construir una ciutadania crítica, responsable i amb capacitat per ser agents transformadors, per col·laborar, en última instància, en la consolidació d'un model alimentari més sostenible, just, accessible i saludable.

OBJECTIUS

- **Construir col·lectivament** les normes que han de regir l'espai de debat.
- Comprendre les postures dels diferents agents socials i **empatitzar-hi**.
- Fer un exercici d'**autoconeixement** de les habilitats, dificultats i interessos de cadascun que puguin afavorir o frenar l'equip.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de totes les persones que hi participen sense jutjar ni intentar alligonar.
- Hem d'evitar donar la informació directament o utilitzar expressions com «cal» o «hem de». És **més recomanable fer preguntes** a les persones que hi participen per partir dels seus interessos i idees prèvies, encara que també es puguin fer preguntes una mica disruptives que atreguin la seva atenció.
- Com que es tractaran temes relacionats amb animals i com es crien, és fonamental que la persona facilitadora del taller estigui atenta a qualsevol comentari ofensiu en què es compari qualsevol participant amb un animal en **sentit discriminatori**. En aquest moment, recomanem parar la sessió i posar el focus en aquest tema sota una perspectiva de no discriminació, positivitat corporal, etc.
- El **telèfon mòbil** és una eina molt poderosa que el jovent està acostumat a emprar, és el seu mitjà *natural* de comunicació i està molt bé que l'utilitzin amb un bon objectiu.
- És important tenir en compte els **drets d'imatge** i sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

- **Paperògraf** o pissarra per construir les normes de participació en el debat a partir de la proposta de l'annex 4.
- Fitxa d'autoconeixement: què puc aportar al meu equip? [annex 5]
- **Plafó de notícies** per preparar el debat.



**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FITXA TALLER EN CARN VIVA: DEBAT

Recorda

L'OBJECTIU NO ÉS FER TOTES LES ACTIVITATS, SINÓ GENERAR CONSCIÈNCIA CRÍTICA I ACCIONS TRANSFORMADORES

»» DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

Durant les següents setmanes, els equips hauran d'**elaborar un document amb l'argumentari** per preparar el debat i una **proposta d'acció** basada en la sobirania alimentària, que es pugui implementar d'una forma viable en el centre educatiu. Aquest document s'entregarà prèviament al debat i servirà per a l'avaluació.

Per **preparar les intervencions** poden començar a cercar informació en els recursos vinculats a l'informe «Carn de Canó» o en el plafó de notícies.

1. Expliquem la seqüència, el cronograma i els criteris o mètodes d'avaluació.
2. Acordem les **normes de participació i els criteris d'avaluació**. Suggestiu: utilitzem l'annex 4 com a base i revisem-lo de forma assembleària per arribar a acords.
3. **Conformem equips** perquè treballin junts en la preparació de l'argumentari.
4. Cada equip ha de **triare un model alimentari** per defensar. La persona docent o que faciliti el taller s'haurà d'assegurar que existeixen postures diferents i, si escau, podrà adjudicar postures a cada equip.
 - *Model 1. Sistema agroalimentari globalitzat industrial.*
 - *Model 2. Sistema agroalimentari basat en la sobirania alimentària.*
5. Cada persona de l'equip haurà de completar la **fitxa d'autoconeixement** per identificar les seves habilitats, dificultats i interessos, i amb aquesta informació l'equip assignarà tasques i rols [annex 5]. El o la docent pot ajudar els equips a reflexionar sobre aquests rols i repartiment de temes.





**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FITXA TALLER

EN CARN VIVA: PROPOSTES D'ACCIÓ

EDAT RECOMANADA

**14 a 35
anys**

DURACIÓ ESTIMADA

-

PER QUÈ AQUEST TALLER?

Como hem vist, la producció, la transformació i el consum de productes carnis és un **problema complex** amb infinitat de matisos, interessos i punts de vista. Es tracta d'un problema real que afecta directament un gran nombre de poblacions i també la salut de totes les persones del planeta. Per això, proposem abordar aquest tema com a tòpic o com a eix conductor de **projectes educatius** que parteixin de les pedagogies crítiques per construir una ciutadania crítica, responsable i amb capacitat per ser agents transformadors, per col·laborar, en última instància, en la consolidació d'un model alimentari més sostenible, just, accessible i saludable.

OBJECTIUS

- Generar dinàmiques de **col·laboració i avaluació compartida** que permetin millorar els processos d'aprenentatge.
- Dur a terme un exercici de **ciutadania responsable** que derivi en transformacions alimentàries reals en el centre educatiu.

ABANS DE COMENÇAR...

- Per generar un **clima de participació** és important tenir en compte els comentaris, opinions i idees de totes les persones que hi participen sense jutjar ni intentar allisonar.
- Hem d'evitar donar la informació directament o utilitzar expressions com «cal» o «hem de». És **més recomanable fer preguntes** a les persones que hi participen per partir dels seus interessos i idees prèvies, encara que també es puguin fer preguntes una mica disruptives que atreguin la seva atenció.
- Com que es tractaran temes relacionats amb animals i com es crien, és fonamental que la persona facilitadora del taller estigui atenta a qualsevol comentari ofensiu en què es compari qualsevol participant amb un animal en **sentit discriminatori**. En aquest moment, recomanem parar la sessió i posar el focus en aquest tema sota una perspectiva de no discriminació, positivitat corporal, etc.
- El **telèfon mòbil** és una eina molt poderosa que el jovent està acostumat a emprar, és el seu mitjà *natural* de comunicació i està molt bé que l'utilitzin amb un bon objectiu.
- És important tenir en compte els **drets d'imatge** i sobretot amb menors.

RECURSOS NECESSARIS

- Cada equip aportarà els materials necessaris per a la presentació de les propostes i sol·licitarà l'equipament tecnològic oportú amb uns dies d'antelació.
- Formulari d'avaluació creuada.
- Aplicació de votació en línia per votar les propostes.
- Connexió a internet, ordinador, projector.



**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FITXA TALLER

EN CARN VIVA: PROPOSTES D'ACCIÓ

EDAT RECOMANADA

**14 a 35
anys**

DURACIÓ ESTIMADA

-

➤ DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ

1) PRESENTACIÓ DE PROPOSTES. Els equips tindran 3 minuts per exposar la seva proposta d'acció en el centre educatiu: per exemple, organitzar jornades informatives per a la comunitat educativa, proposar la compra de carn de proximitat a l'empresa gestora de la cafeteria, fer un vídeo de promoció del dia sense carn... Aquest punt és especialment rellevant pel seu gran valor pedagògic.

2) PAUSA I APLAUDIMENT DE CLOENDA. Aquest moment és necessari per evidenciar un tall en la dinàmica i la divisió per equips, per distendre l'ambient i felicitar-nos de forma esportiva per la feina feta. A partir d'aquest moment, comencem a treballar de forma conjunta per al benefici comú.

3) AVALUACIÓ CREUADA [PER EQUIPS I EN ASSEMBLEA].

- Els equips tindran 5 minuts per recollir la informació i fer les avaluacions de la resta d'equips. Podem tenir preparat un formulari en línia per registrar les valoracions sobre cadascun dels criteris d'avaluació acordats.
- Una volta preparat i registrat en el formulari, podrem compartir les nostres avaluacions en assemblea i fer alguns comentaris sobre fortaleces i propostes de millora.
- Llençarem una pregunta final a tot el grup sobre el mateix espai de debat com a eina pedagògica i reflexionarem sobre el que hem après al llarg del procés.

3) PRESA DE DECISIONS [INDIVIDUAL]. Mitjançant una aplicació de votació en línia, tot l'alumnat participant valorarà individualment les tres propostes d'acció i se'n triarà una per presentar a la direcció del centre.

4) COMPROMÍS. Totes les parts es comprometen a desenvolupar la proposta elegida (que ara és de tota la classe) i l'estratègia d'acció per modificar el model alimentari del centre en relació amb el consum de carn.



material per a docents

ANNEXOS I
BIBLIOGRAFIA

annex 2

EN CARN VIVA [CARA B]



MACROGRANJA

CÀRREGA RAMADERA

Més de 5000 animals en estables

MANEIG

Cap sortida al camp. Cicles biològics forçats (fotoperíodes i embarassos).

ALIMENTACIÓ

Alimentació industrial sense pastoreig

SANITAT

Abús d'antibiòtics, hormones i medicaments

EXTENSIVA

CÀRREGA RAMADERA

Mínima. Ramats petits.

MANEIG

Vida al camp. Respecte als cicles biològics.

ALIMENTACIÓ

Basada en transhumància o pastoreig

SANITAT

Més prevenció. Ús molt controlat d'antibiòtics o remeis naturals.

CONVENCIONAL

CÀRREGA RAMADERA

Fins a 2000 animals

MANEIG

En estables. Es forcen els cicles biològics.

ALIMENTACIÓ

Alimentació industrial sense pastoreig

SANITAT

Ús i abús d'antibiòtics, medicaments i hormones.

ECOLÒGICA

CÀRREGA RAMADERA

Menor. Controlada per normativa.

MANEIG

En estables i al camp. Respecten els cicles biològics.

ALIMENTACIÓ

Pastoreig obligatori i pinsos ecològics

SANITAT

Ús controlat d'antibiòtics, ús d'altres remeis i prevenció





annex 4

PREPARAR UN DEBAT

EL TEMA I LA NOSTRA POSTURA

A partir de la sessió 1, els equips hauran de posicionar-se amb el *model agroalimentari industrial globalitzat* o bé amb el *model agroalimentari basat en la sobirania alimentària* en quatre nivells: salut humana, ambiental, territorial i planetària.

CREACIÓ D'EQUIPS

Cada equip estarà conformat per 4 persones que s'hauran d'especialitzar en un dels nivells de debat comentats. La persona facilitadora o docent podrà triar els equips en funció de les necessitats pedagògiques de cada estudiant o del grup.

RECERCA DE FONTS INFORMATIVES I PREPARACIÓ DE L'ARGUMENTARI

A l'annex 6 trobareu la fitxa de preparació de l'argumentari. A partir d'aquest patró, es pot ampliar a altres fonts d'informació fiables i generar elements de comunicació per al moment del debat. Tots els productes formaran part de l'avaluació.

AMBIENTACIÓ DE L'AULA I COMUNICACIÓ

Físicament la classe ha de reflectir la diferència entre els tres equips. Podem donar més realisme si animem que s'utilitzin elements que ens facin identificar més amb cada equip, i fins i tot podem obrir el debat perquè es faci en públic.

CRITERIS D'AVUACIÓ

Aquests criteris d'avaluació han d'estar clars des del principi, ja que també són els que regularan la dinàmica del debat. Cada equip participarà de l'avaluació de la resta de grups.

1. PARTICIPACIÓ I ORGANITZACIÓ DE ROLS: Totes les persones de l'equip han de participar i han de deixar clar què hi aportaran, de manera que argumentin quin és el seu rol i que evidencin el seu compromís amb el grup.
2. ARGUMENTACIÓ: Es valorarà l'ús de les fonts informatives validades, més encara si són fonts primàries especialitzades, i com s'integren amb arguments en favor de la seva postura o que qüestionin altres postures.
3. RESPECTE: Es valoraran negativament els crits, els comentaris pejoratius, el llenguatge gestual ofensiu, les faltes de respecte, el fet de no valorar les fortalezes dels altres equips o l'excés de competitivitat. També qualsevol mena d'argument discriminatori cap a qualsevol col·lectiu.
4. COMUNICACIÓ: Es valoraran tots els mitjans que es posin per facilitar la comunicació, tant l'oratoriat com l'elaboració de materials (vídeos, infografies, gràfics, etc.).
5. ENFOCAMENT DE GÈNERE: Es tindran en compte les intervencions que incorporin la perspectiva de gènere, i més si tenen un enfocament interseccional de drets humans.
6. EMPATIA I RECONeixEMENT. Tots els equips hauran de posar en valor alguns aprenentatges o fortalezes dels altres equips.



annex 5

AUTOCONEIXEMENT



HABILITATS I ROLS

[Basado en [metodología Belbin](#)]

ROL PROMOCIÓ

APORTA

Entusiasme, comunicació. Cerca oportunitats i contactes.

DEBILITAT

Pot perdre l'interès quan l'entusiasme ha desaparegut.

ATENCIÓ, EQUIP!

S'oblida de donar seguiment.

ROL COHESIÓ

APORTA

Cooperació, diplomàcia i resolució de conflictes dins l'equip.

DEBILITAT

Pot voler evitar les confrontacions. Indecisió.

ATENCIÓ, EQUIP!

Dubte en la presa de decisions.

ROL COORDINACIÓ

APORTA

Seguretat, distribució de tasques, claredat en els objectius.

DEBILITAT

Podria manipular o es pot descarregar de feina.

ATENCIÓ, EQUIP!

Podria delegar massa.

ROL CREACIÓ

APORTA

Creativitat, imaginació. Solucions a problemes difícils.

DEBILITAT

Es pot enfocar molt en les seves idees i ignorar el procés.

ATENCIÓ, EQUIP!

Es pot perdre en les idees.

ROL AVALUACIÓ

APORTA

Perspicàcia i estratègia. Analitza en profunditat i jutja amb objectivitat.

DEBILITAT

Arriba a no tenir iniciativa i entusiasme o a criticar massa.

ATENCIÓ, EQUIP!

Pot tardar a decidir-se.

ROL ESPECIALISTA

APORTA

Coneixements científics i interessos molt específics.

DEBILITAT

Àrees de coneixement limitades i s'arriba a perdre en tecnicismes.

ATENCIÓ, EQUIP!

Puede excederse con la información

ROL ACCIÓ

APORTA

Transformació de les idees en accions. Practicitat i eficàcia.

DEBILITAT

Tendència a la rutina. Pot no acceptar bé les noves idees.

ATENCIÓ, EQUIP!

Tarda a acdear un pla nou.

ROL FINALITZACIÓ

APORTA

Atenció als detalls i qualitat. Cerca errors. Perfecciona.

DEBILITAT

Tendència a preocupar-se i a no delegar.

ATENCIÓ, EQUIP!

Pot arribar al perfeccionisme.

*IMPORTANT

Tots aquests rols no són inamovibles. Cap persona és només un perfil al 100 %. L'alumnat pot triar més d'un rol amb el qual se sent identificat i apuntar en quin percentatge es percep així.

INTERESSOS

SALUT HUMANA



SALUT ANIMAL



SALUT TERRITORIAL



SALUT ENFOCAMENT PLANETA DE GÈNERE



SOC UNA MICA FRIQUI DE





annexos

BIBLIOGRAFIA I ENLLAÇOS

- [Informe i campanya. Carn de canó.](#) Justícia Alimentària. 2021.
- [Vídeo. Reclamamos la prohibición del uso de antibióticos en animales sanos.](#) Justicia Alimentaria, 2021
- [Vídeo. El perill ambiental de la sobreproducció de carn industrial.](#) Justícia Alimentària, 2021.
- [Kit de recursos pedagògics per treballar la indústria càrnia.](#) Justícia Alimentària, 2023.
- [Campanya. Dona-li la volta \(diferens recursos en català i en castellà\).](#) Justícia Alimentària, 2021.
- [Otra ganadería es posible.](#) Ecologistas en acción.
- [Diferencias entre los modelos de producción ganadera.](#) Mallata.
- [Educar en y para el conflicto.](#) Paco Cascón Soriano. Universitat Autònoma de Barcelona.
- [Incidencia política para la gobernabilidad democrática local.](#) InWEnt – Internationale Weiterbildung und Entwicklung gGmbH. 2006.

Anotacions



A series of 20 horizontal black lines spaced evenly down the page, providing a template for handwritten notes.

