



JUSTÍCIA,
ALIMENTÀRIA

Kit de campanyes

4 campanyes de Justícia Alimentària

Recursos para trabajar en el aula



Esta publicación se distribuye con una licencia «Reconocimiento-NoComercial», que se puede consultar en www.creativecommons.org

Se permite la reproducción de los contenidos siempre que se mencione la procedencia de los mismos y se haga sin fines comerciales.

Justicia Alimentaria
C/ Floridablanca, 66-72
08015 Barcelona

Justicia Alimentaria
Delegación de las Illes Balears
Camí des Castell, 53
07702 Maó, Menorca

Diciembre de 2020
Autoría: Justicia Alimentaria

Esta publicación cuenta con la colaboración de la Dirección General de Cooperación e Inmigración del Gobierno de las Illes Balears. Su contenido es responsabilidad exclusiva de Justicia Alimentaria y no refleja, necesariamente, la posición de la Dirección General de Cooperación e Inmigración.

NIF G-58429077 - Justicia Alimentaria, declarada de utilidad pública por el Ministerio del Interior el 8 de marzo de 2000.



Somos una asociación formada por personas que creemos en la necesidad de cambiar el sistema agroalimentario actual, que oprime y expulsa las comunidades rurales, y destruye el medio ambiente. Este cambio pasa por la consecución de un modelo de desarrollo rural justo a favor de la soberanía alimentaria, como propuesta que dignifique la vida campesina y garantice la sostenibilidad ambiental, social y cultural del derecho a la alimentación para toda la población mundial.



justiciaalimentaria.org



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



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



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

Estructura del documento

1.Introducción y contextualización

2.Campaña «25gramos»

3.Campaña «Dame veneno»

4.Campaña sobre publicidad y etiquetado

5.Campaña «Carne de cañón»

INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

»» ¿POR QUÉ ESTE KIT DE CAMPAÑAS?

Justicia Alimentaria, organización no gubernamental de cooperación y desarrollo (ONGD) de naturaleza asociativa, es una organización ecologista, internacionalista, feminista y políticamente independiente.

Nuestra misión es promover un modelo de desarrollo rural que favorezca la soberanía alimentaria y que genere en la sociedad una conciencia crítica en torno al sistema alimentario actual. Para promover este modelo, impulsamos alianzas con la comunidad educativa para defender, conjuntamente, un consumo alimentario justo, sano y sostenible, aunando fuerzas con organizaciones sanitarias y colectivos vulnerables. Así pues, trabajamos con profesorado, alumnado, madres y padres, para generar debate y reflexión sobre los impactos sociales, ambientales, económicos y de género que provoca el actual modelo de producción, comercialización y consumo de alimentos.

El programa, creado por Justicia Alimentaria en 2010, recibe el nombre de «Alimentación. Red educativa por la sostenibilidad alimentaria» y, desde 2014, es un proyecto compartido con Hegoa (Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional).

En el marco del programa socioeducativo de «Alimentación», el equipo técnico de Justicia Alimentaria ha tomado la iniciativa de crear un documento que recoja, de forma práctica y resumida, información de las campañas que han tenido más impacto en los diferentes ámbitos y, paralelamente, que ofrezca recursos y dinámicas para trabajar los grandes ejes educativos sobre los que actuamos de forma conjunta: la soberanía alimentaria, la perspectiva de género y las pedagogías críticas.

Este conjunto de información, al que denominaremos como «Kit de Pedagogización de Campañas», está destinado al alumnado de Formación Profesional, pero también tendremos en cuenta su adaptación y utilización en otras etapas educativas como, por ejemplo, el segundo ciclo de Educación Secundaria Obligatoria (3er y 4º curso).

En los informes respectivos de cada campaña se puede consultar la información de forma más extensa y detallada, ya que desde Justicia Alimentaria se ha realizado un trabajo de búsqueda, redacción y contraste con diferentes fuentes de verificación. Toda esta información, la podréis obtener en dichos informes, adjuntos al final de cada campaña.

La sensibilización y concienciación a través de la educación es el eje que utilizamos para la transformación. Después de cada breve presentación de la campaña se pueden encontrar una serie de recursos aplicables a la práctica docente y educativa, los cuales se pueden añadir, de forma transversal, a los diferentes contenidos y situaciones de aprendizaje de los currículums educativos establecidos.

25 **CAMPAÑA**
gr **25G DE AZÚCAR**



25 gr **CAMPAÑA** **25G DE AZÚCAR**

»» CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

El **azúcar** es un producto aparentemente inocuo que se convierte en un **peligro para muchas personas**. Perjudica la salud, se produce en condiciones laborales cercanas a la esclavitud y deteriora el medio ambiente.

¿Lo sabemos todo sobre el azúcar? ¿Cuánto azúcar tomamos? La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha emitido una nueva recomendación para no sobrepasar los 25 gramos al día. ¿Esto es más o menos de lo que tomamos? ¿Qué papel juega este producto en nuestra alimentación? Debemos saber que, a día de hoy, en el Estado español consumimos, de media, 112 g al día.

Esta campaña **advierte de los peligros vinculados al incremento del consumo de azúcar**, denuncia las estrategias de la industria alimentaria para hacer que el azúcar sea omnipresente en nuestra dieta y exige que se regule su comercialización, así como la publicidad de **productos azucarados dirigidos al público infantil**.

»» EXPOSICIONES

Además de los recursos pedagógicos y digitales, desde Justicia Alimentaria ofrecemos una exposición sobre el azúcar. Si tenéis interés en usarla, nos podéis contactar a través de: illesbalears@justiciaalimentaria.org



»» PARA MÁS INFORMACIÓN:

- **INFORME:** *Planeta azúcar*
- **DOSIER DE PRENSA**





FICHA TALLER

EL IMPACTO OCULTO DE LAS BEBIDAS ENERGÉTICAS

EDAD RECOMENDADA

10 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

90 min.

» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Ante el consumo cada vez mayor de bebidas energéticas entre la gente joven, consideramos urgente abordar este tema. En primer lugar, por el impacto en la salud que este consumo puede tener a medio o largo plazo, pero también por sus impactos sociales y medioambientales.

Por otro lado, entendemos que las personas participantes en el taller son sujetos activos que pueden generar contenidos para reproducir los impactos que se trabajen, de manera que se fomenta también un uso adecuado de las redes sociales. Además, la creación de contenidos para las redes sociales o campañas va a favorecer una mayor comprensión de los contenidos.

» OBJETIVOS

- Sensibilizar sobre el consumo de bebidas energéticas en jóvenes y sus impactos individuales en la salud, así como en el ámbito macrosocial y medioambiental.
- Generar una conciencia crítica sobre la industria alimentaria y proponer materiales para campañas con efecto multiplicador.
- Potenciar la capacidad de agencia de la juventud para transformar el modelo alimentario.

» ANTES DE EMPEZAR...

- Para generar un clima de participación es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor hacer preguntas a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas. Por ejemplo: ¿cuál es la máxima cantidad de azúcar recomendada por la OMS? Como se menciona el azúcar en las latas que tenéis?
- Para hacer el experimento de la bebida energética, preguntad entre los participantes algunas personas voluntarias.
- Cuando dinamicéis los grupos para generar las campañas, ayudadlos a centrarse en el mensaje, el público objetivo y el canal por donde se va a compartir.
- El teléfono móvil es una herramienta muy poderosa que acostumbra a utilizar, es su medio natural de comunicación y es genial que lo utilicen con un buen objetivo.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

» RECURSOS NECESARIOS

Para la **introducción**:

- Latas de bebidas energéticas diferentes.
- Ordenador y proyector para la presentación.

Para el **show cooking** de bebidas:

- Probeta o vaso de batidora
- 2 cafés en cada sesión
- Azúcar
- Agua
- Colorantes alimentarios de varios colores
- Bicarbonato
- Sal
- Cucharilla

Para la **campaña**:

- Cartulinas, pósters, rotuladores, papel adhesivo, etc.
- PUEDEN USAR SUS TELÉFONOS MÓVILES.

COMPLEMENTARIOS:

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



Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

»» DESARROLLO DE LA SESIÓN

PARTE 1. CONOCER PARA TRANSFORMAR.

1_ Presentación de participantes y talleristas:

- Digamos nuestros nombres y cuántas bebidas energéticas, azucaradas y gaseosas tomamos al día/semana/mes/año.
- Añadimos los datos a la diapositiva con un gráfico final sobre consumo.
- Es **importante** que nosotros y todas las personas que estén en el taller participen en él.

2_ Presentación de Justicia Alimentaria: Vídeo Justicia Alimentaria

- Veamos el vídeo y preguntemos: ¿qué te ha llamado la atención?
- Reflexionemos en torno a las palabras y conceptos del vídeo propuestos por las personas participantes. Algunas ideas:
 - Género: desigualdades de género en la producción, la publicidad alimentaria, roles de género en los cuidados.
 - Soberanía alimentaria: ¿Qué comemos? ¿Cuánta gente en el mundo se alimenta bien?
 - ¿Por qué se habla del cambio climático o de la deforestación?

3_ ¿Qué contiene una bebida energética? Lo que vemos y lo que no vemos.

- Los alimentos ultraprocesados incorporan ingredientes no saludables (presentación) que conllevan enfermedades no transmisibles (diabetes, problemas cardíacos...). *Podemos apelar a la realidad de los participantes preguntando cuántas personas conocen con diabetes en su entorno cercano (**no es algo que te explico, es algo que te pasa a ti*).
- El azúcar oculto: a través de esta [infografía](#) de JA, preguntémosles qué alimentos continen azúcar.
- Los nombres del azúcar: a partir de latas de bebidas energéticas, veamos de qué formas se nombra el azúcar (https://justiciaalimentaria.org/wp-content/uploads/2021/12/anexo.3_56_nombres_del_azucar.pdf)

4_ La industria alimentaria en nuestras manos. Fabriquemos nuestra propia bebida.

- 1_Pensemos el nombre de la bebida en función del colorante: reflexión en torno al *marketing* como herramienta para fomentar al consumo.
- 2_Pongámonos mascarillas, guantes y gafas de laboratorio para preparar la bebida. Expliquemos los ingredientes a partir de la lata.
- 3_Reflexiones y comentarios a partir de las impresiones de las personas participantes. Ideas: cantidad de azúcar utilizado, multiplicación por el número de latas diarias, impactos en la salud.

5_ ¿Hay algo más? Impactos sociales y ambientales.

- Preguntemos sobre el origen del azúcar y sobre como creen que funciona el sistema alimentario. Seguramente faltan piezas del sistema como la publicidad, la propiedad de la tierra, la fabricación de combustibles o la generación de residuos. También deberemos hablar del trabajo de cocinar, que ha sido tradicionalmente realizado por las mujeres, pero que no tiene visibilidad en un mundo patriarcal.
- Veamos el [vídeo](#) (en presentación) y debatimos sobre las condiciones laborales de las personas que recogen caña de azúcar o de las repercusiones ambientales de la actividad.

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

»» DESARROLLO DE LA SESIÓN

PARTE 2: PASAR A LA ACCIÓN.

- **¿Qué herramientas tenemos para informar y transformar?**
 - Cortometrajes: <https://www.youtube.com/watch?v=RKSzwvEQk7w&t=643s>
 - Exposiciones para jóvenes.
 - Carteles para centros sociales, ferias o eventos para personas adultas.
 - Infografías para visibilizar datos importantes.
 - GIF animados para redes sociales.
- **¿Cómo se genera una campaña?** (Pasos para crear una campaña en presentación).
- **Trabajemos en grupos para crear una campaña o acción de sensibilización.** IDEAS: vídeos para redes, memes, carteles publicitarios, entrevistas gravadas en la calle, otras acciones de calle. **Es importante dejarles que propongan primero; si no se les ocurren ideas, podemos acompañar y facilitar, aunque no es lo deseable.*
- Recomendamos introducir la etiqueta #25gramos y mencionar @justiciaalimentaria.

PARTE 3: CELEBRAR, VISIBILIZAR y EVALUAR.

- Los **grupos exponen sus trabajos** y comentan las dificultades, los éxitos o el impacto que han tenido. Celebramos que se ha hecho un gran trabajo y, por este motivo, es importante visibilizar los resultados y valorar el esfuerzo más que el resultado. Si algún grupo no quiere exponer, que no lo haga.
- Evaluar es identificar **las dificultades y los aprendizajes**. Podemos hacer una asamblea para reflexionar y aprender entre todos (nosotros también). En este punto también son importantes los sentimientos y las emociones que han quedado después de transitar este recorrido.
- **¿Y después del taller, qué?** Para animar a que sigan siendo «activistas» de la transformación alimentaria es importante ayudarlos a visibilizar qué decisiones tomarán a partir de este taller en sus propias vidas y hábitos.
- El **cuestionario** puede ser útil para que se avalúen de forma anónima y puedan continuar mejorando.



25gr **FICHA TALLER** **INVESTIGUEMOS NUESTRA DESPENSA**

EDAD RECOMENDADA

10 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

60 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

El análisis y la investigación van de la mano a la hora de hablar de educación transformadora. Por esta razón, la actividad siguiente propone que el alumnado sea el protagonista, y así se promueve su implicación y participación, así como el posible análisis a partir de situaciones cercanas y de su propio entorno.

»» OBJETIVOS

- **Sensibilizar** sobre el consumo de azúcar y sus consecuencias en la salud.
- Generar una **conciencia crítica** sobre la industria alimentaria proponiendo materiales para campañas con efecto multiplicador.
- **Generar debate y reflexión** sobre las propias costumbres y rutinas alimentarias.
- Aumentar el pensamiento crítico y la toma de decisiones del alumnado.

»» ANTES DE EMPEZAR...

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el perfil del alumnado, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Para la **actividad**:

- Fichas para rellenar con la información



25gr **FICHA TALLER** **INVESTIGUEMOS NUESTRA DESPENSA**

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

➤➤ **DESARROLLO DE LA SESIÓN**

En primer lugar, se pide al alumnado que busque en la despensa de su casa 5 alimentos o productos alimentarios, y que haga una fotografía a la información nutricional. También se puede llevar un producto a la clase.

La idea de esta actividad es hacer un análisis del producto llenando **la siguiente ficha**, con el objetivo de ver en cifras y de forma visual la cantidad de azúcar que llevan los alimentos que ingerimos en nuestro día a día.

Un vez finalizada la ficha, se puede hacer una puesta en común y realizar un debate en grupo, exponiendo la información recogida y analizando el tipo de alimentación actual en relación con la de antes: causas, consecuencias, agentes implicados... Para este debate, se puede utilizar la información del **informe PLANETA AZÚCAR (pag. 20 - 24)**.



FICHA TALLER

LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTRA DIETA

EDAD RECOMENDADA

10 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

60 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Además de conocer el impacto que tienen los alimentos sobre la salud de las personas, creemos que también es necesario ser conscientes de la huella ambiental que tienen nuestras comidas diarias, con el fin de reflexionar sobre su influencia en la crisis climática.

»» OBJETIVOS

- Hacer un **análisis de la huella ambiental** que tiene una comida de nuestra dieta y reflexionar sobre cómo la alimentación contribuye a la crisis climática.
- **Sensibilizar** sobre el consumo de azúcar y las consecuencias para nuestra salud.
- Generar una **conciencia crítica** sobre la industria alimentaria proponiendo materiales para campañas con efecto multiplicador.
- Potenciar la **capacidad de la juventud para ser agentes** para transformar el modelo alimentario.

»» ANTES DE EMPEZAR...

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el perfil del alumnado, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Para la actividad:

- *Propuesta didáctica para trabajar la soberanía alimentaria.*



FICHA TALLER

LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTRA DIETA

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN

El alumnado elegirá una comida de su dieta habitual, teniendo en cuenta que sea un plato completo con más de un macronutriente. Utilizaremos la tabla de análisis de la huella ambiental para analizar el impacto ambiental de los alimentos consumidos. A continuación adjuntamos la tabla de análisis y un ejemplo:

ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS

| 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 |

EJEMPLO

| 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 |

Posteriormente al análisis, se puede hacer una puesta en común en grupo para hacer una reflexión sobre los productos y los alimentos con la puntuación más alta, así como valorar y exponer alternativas con menos huella ambiental.

Anotaciones



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



CAMPAÑA
DAME VENENO





CAMPAÑA

DAME VENENO

»» CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

Comer nos alimenta, pero también nos enferma. Y, actualmente, sucede más lo segundo que lo primero. Además, no lo hace de la misma forma para todo el mundo, ya que existe una diferencia social (afecta más a las capas populares) y de género (afecta más a las mujeres). Sin embargo, para rematar este panorama nefasto, cabe decir que el colectivo que tiene peores índices de alimentación es la población infantil...

¿Qué ha pasado con nuestra dieta para que, más que una fuente de nutrientes, los alimentos sean causa de enfermedad? ¿Por qué consumimos, cada vez más, una dieta perjudicial?

La progresiva industrialización de nuestros alimentos es un factor, pero también lo es la progresiva desconexión de la población con los alimentos, con su origen, variedad, temporalidad, cocina y cultura... Si eso lo combinamos con un uso constante y sofisticado de la promoción y persuasión por parte de la industria alimentaria, nos encontramos con el conocido como ambiente o clima alimentario insano.

En resumen, se han abandonado los circuitos cortos de producción, distribución y consumo alimentario, a la vez que un reducido número de grandes empresas controlan la producción, la distribución y la venta de los alimentos. **La publicidad hace el resto.**

»» EXPOSICIONES

Además de los recursos pedagógicos y digitales, desde Justicia Alimentaria ofrecemos una exposición sobre la campaña «Dame veneno». Si existe interés en usarla, nos podéis contactar en: illesbalears@justiciaalimentaria.org



»» PARA MÁS INFORMACIÓN...

- **INFORME:** «Mi primer veneno»
- **DOSIER DE PRENSA:** «Mi primer veneno»
- **UNIDAD DIDÁCTICA (SECUNDARIA)**





FICHA TALLER

LOS INGREDIENTES (INVISIBLES) QUE NOS ENFERMAN

EDAD RECOMENDADA

15 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

60 min.

» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Este taller sirve para hacer un primer contacto con los contenidos más relevantes en cuanto a los tipos de alimentos y su impacto en la salud. Además, el taller fomenta la capacidad de análisis crítico del alumnado respecto a nuestro sistema alimentario y proporciona recursos para hacer una búsqueda de los ingredientes más perjudiciales para la salud, y de los cuales muchas veces no tenemos constancia que estamos ingiriendo: el azúcar, la sal y las grasas trans.

» OBJETIVOS

- Establecer la diferencia entre **alimentos transformados y procesados**.
- **Relacionar** el consumo de sal, azúcar y grasas con los problemas de salud.
- Identificar qué son los perfiles nutricionales y su utilidad.
- Conocer en qué consiste la **actual transición nutricional** y su relación con los cambios económicos, sociales y demográficos.
- **Valorar y recuperar** la biodiversidad agrícola y alimentaria.

» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el perfil del alumnado, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

» RECURSOS NECESARIOS

Para la **actividad**:

- Presentación
- Proyector y pantalla
- **Recurso didáctico: *¿Quién nos alimenta?***



FICHA TALLER

LOS INGREDIENTES (INVISIBLES) QUE NOS ENFERMAN

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN

PREVIAMENTE A LA SESIÓN:

Alumnado - Para esta actividad recomendamos que el alumnado lea el siguiente apartado: «Alimentos procesados: más grasas, más sal, más azúcar» (pág. 23-27), del informe siguiente: La alimentación insana: una epidemia mundial

Profesorado - Os recomendamos que leáis el siguiente apartado: «Alimentos procesados: más grasas, más sal, más azúcar» (pág. 50-58), del capítulo 2 del informe siguiente: ¿Quién nos alimenta?

DURANTE LA SESIÓN

Al principio de la sesión, dividid el grupo de la clase en tres subgrupos. Cada uno tiene que buscar información sobre uno de los tres ingredientes especificados anteriormente, teniendo en cuenta aspectos como:

- Implicaciones para la salud.
- Implicaciones para el medio ambiente.
- Implicaciones económicas.
- En qué tipos de alimentos encontramos estos ingredientes.
- Qué recomendaciones hay sobre estos ingredientes.
- Qué alternativas tenemos a estos ingredientes.

Después de la búsqueda, los subgrupos tienen que poner los aspectos negativos y positivos que tienen estos ingredientes, así como una pequeña conclusión reflexiva. Un ejemplo podría ser el siguiente:

SUCRE

| Aspectes positius | Aspectes negatius |
|-------------------|-------------------|
| | |
| | |
| | |

Conclusions

A continuación, cuando los subgrupos hayan preparado toda la información, la exponen al grupo general de la clase. Para salir de la rutina de cuantificar, se puede proponer que lo hagan de forma narrativa, explicando una historia. Se puede tomar el ejemplo del último corto: Soy tu azúcar: <https://www.youtube.com/watch?v=RKSzwvEQk7w&t=623>



FICHA TALLER

¿VERDADERO O FALSO?

EDAD RECOMENDADA

15 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

90 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Desde los inicios de la humanidad, los patrones de alimentación han ido evolucionando. Entre las distintas transiciones nutricionales vividas a lo largo de la historia, la que estamos viviendo en estas últimas décadas presenta una serie de características que la hacen única: por la rapidez del cambio respecto a otros periodos históricos (50 años) y por el volumen de población al que afecta.

La actual transición alimentaria se fundamenta en que las dietas tradicionales han sido sustituidas rápidamente por otras con una densidad energética más elevada, lo que significa más grasas y más azúcares añadidos a los alimentos, lo que se une a una disminución de la ingesta de carbohidratos complejos, fibra, legumbres y granos. Todo ello tiene un gran impacto en nuestra salud.

»» OBJETIVOS

- Diferenciar entre **subnutrición** y mala alimentación.
- **Conocer la realidad** de la subnutrición y la mala alimentación actual, tanto en el contexto cercano como en el global.
- Conocer en qué consiste la actual **transición nutricional** y su relación con los cambios económicos, sociales y demográficos.
- Valorar y recuperar la **biodiversidad** agrícola y alimentaria.

»» ANTES DE EMPEZAR...

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el perfil del alumnado, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Recursos **previos**:

- [Fichas de elaboración de recetas \(anexo 1.5\)](#)

Para la **actividad**:

- Fichas
- Proyector y pantalla
- [Recurso didáctico: ¿Quién nos alimenta?](#)



FICHA TALLER

¿VERDADERO O FALSO?

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN (DOS PARTES)

PARTE 1:

PREVIAMENTE A LA SESIÓN

Explicaremos a los alumnos y alumnas que tienen que escoger una receta de algún plato que les guste. Para seleccionar estos platos es importante que se recojan aspectos como:

- *De donde provienen los ingredientes escogidos (donde los han comprado y quien los ha producido).*
- *Si estos ingredientes son de temporada y si están disponibles.*

Una vez cada joven haya seleccionado el plato que desee presentar en clase, en casa tiene que llenar una ficha con los aspectos siguientes: persona que le va a enseñar la receta, ingredientes, procedencia (km), temporalidad, precio y cantidades necesarias para elaborar la receta, los pasos a seguir y, finalmente, como se tiene que servir. Recomendamos que, para hacer esta actividad, consulten algún familiar que los pueda aconsejar o guiar a la hora de proponer las recetas.

Alumnado: cada chico o chica debe llenar la **ficha de elaboración de las recetas (anexo 1.5)**.

PARTE 2:

DURANTE LA SESIÓN

Al inicio de la sesión, hay que dividir el grupo clase en cuatro subgrupos (según la ratio de la clase). Cada estudiante debe exponer al resto del subgrupo las recetas escogidas y explicar las motivaciones por las que la ha elegido. Cuando todos los componentes hayan expuesto sus recetas, deben seleccionar una de forma consensuada. Para acabar la sesión, los cuatro subgrupos deben enseñar a la resta del grupo general de la clase la receta seleccionada y los motivos por los que el subgrupo la ha elegido. Os compartimos algunas claves para el debate:

- *¿Por qué nos gustan más unos productos que otros?*
- *¿Se debería reeducar el paladar?*
- *¿Qué estrategias seguirían si quisieran «vender» un plato hecho a lo tradicional?*
- *Si se imaginan siendo chefs de primera, o bien quien cocina en casa para familia, o bien apasionados de los fogones: ¿qué modelo de alimentación los motiva más, el agroecológico o el industrial?*



FICHA TALLER

BUENA AGRICULTURA, BUENA ALIMENTACIÓN

EDAD RECOMENDADA

15 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

60 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

El pensamiento y el análisis crítico de la información es algo que se desarrolla con la adquisición de conocimiento. Por esta razón, el siguiente taller nos ofrece, de una forma dinámica y entretenida, una muestra de los diferentes modelos de producción, así como la visibilización de las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.

»» OBJETIVOS

- **Diferenciar** los diferentes modelos de producción.
- Desarrollar el **espíritu crítico** mediante la reflexión y el conocimiento.
- Conocer en qué consiste la **actual transición nutricional** y su relación con los cambios económicos, sociales y demográficos.
- **Valorar y recuperar** la biodiversidad agrícola y alimentaria.

»» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el perfil del alumnado, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Para la actividad:

- Presentación
- Proyector y pantalla
- [Recurso didáctico y anexos: ¿Quién nos alimenta?](#)



FICHA TALLER

BUENA AGRICULTURA, BUENA ALIMENTACIÓN

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN

PREVIAMENTE A LA SESIÓN

Profesorado: Os recomendamos leer el **capítulo 4: «Vinculación entre la mala alimentación y la mala agricultura»** (pàg. 161- 164), del informe *Viaje al centro de la alimentación que nos enferma*.

Con la información que se pueda obtener del documento y con esta actividad, se pretende que el alumnado comprenda el vínculo que existe entre la buena alimentación y la buena agricultura, para así poder tener criterio a la hora de elegir y seleccionar los alimentos que consume en su día a día.

1ª PARTE DE LA SESIÓN (30min):

La sesión empieza con la proyección de este vídeo:

Dos Tomates y Dos Destinos <https://www.youtube.com/watch?v=OLWE3aiJ2FI>

A continuación, se establece un pequeño debate sobre los dos modelos de producción de alimentos que representa cada tomate y sus impactos sociales, ambientales y en nuestra salud:

- **Mauricio:** Agricultura de pequeña escala, diversificada, sin químicos, intensiva en mano de obra (revaloración del oficio de campesino), de proximidad... Impactos sociales, ambientales y en nuestra salud positivos.
- **K44:** Monocultivo, uso intensivo de químicos y maquinaria, exportación y alimentos kilométricos no de temporada. Manipulación genética de las semillas. Desaparición del oficio de campesino y de la vida en el campo. Impactos sociales, ambientales y en nuestra salud negativos. Se termina dándoles el dato de que el 90 % de nuestra alimentación responde al modelo de K44, y recordando que el 70 % de nuestra alimentación se basa en productos procesados.



Anotaciones



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



**CAMPAÑA
ETIQUETADO Y
PUBLICIDAD**





CAMPAÑA ETIQUETADO Y PUBLICIDAD

»» CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

Lemas publicitarios como fresco, saludable, hecho en casa, auténtico, real, artesano o directo del campo, entre otros, han sido los más utilizados por las marcas para vender sus productos. La industria ha visto una oportunidad en eso y se ha apropiado del uso de estos conceptos, haciendo creer al consumidor propiedades que los productos industriales, lógicamente, no tienen. De hecho, **arrestan el significado** de esos reclamos a las pequeñas explotaciones, artesanales y realmente auténticas, que sí están trabajando en base a estos atributos.

Este último es el camino del cual la industria, con sus estrategias de **greenwashing**, nos aleja.

Desde Justicia Alimentaria llevamos años exigiendo la implementación de un **etiquetado obligatorio** para todos los productos alimentarios que permita diferenciar claramente los alimentos que pueden considerarse insanos. La inmensa mayoría de sellos que decoran los envases de los alimentos los ha inventado la propia industria alimentaria, que ha disfrazado sus productos de aquello que cada vez más personas desean comprar.

En cuanto al etiquetado, ponemos el foco sobre la necesidad de contar con una **normativa estricta sobre publicidad alimentaria**, y sobre la urgencia de establecer controles reales y efectivos para asegurar que la publicidad de alimentos y bebidas sea transparente, clara y real.

»» PARA MÁS INFORMACIÓN...



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



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



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



FICHA TALLER EXPRIMIENDO EL ZUMO

EDAD RECOMENDADA

15 a 25
años

DURACIÓN ESTIMADA

90 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Uno de los cambios en las pautas alimentarias de los últimos años es la **sustitución** del consumo de fruta fresca por zumos de fruta, algo que sitúa España, dentro de la Unión Europea, en el principal productor y consumidor de estos productos.

Los zumos de fruta, aunque de diferentes calidades (**néctares, exprimidos o concentrados**) pasan por procesos térmicos necesarios para su conservación en los que se añaden grandes cantidades de **azúcar y conservantes artificiales**. A veces, en la cara principal de los productos aparecen informaciones como «casero», «saludable», «natural»..., que no deben confundirnos ya que son pura propaganda: hay que mirar la lista de ingredientes para conocer exactamente la composición del producto.

Analizar las etiquetas de estos productos nos va a dar información sobre su contenido, procedencia, ingredientes, así como del tipo de envase y la gestión del mismo una vez convertido en residuo. Por lo tanto, conocer estos datos nos permite **educar** a personas más responsables y autónomas que deciden sus compras bajo **patrones de sostenibilidad ambiental y equidad social**.

»» OBJETIVOS

- **Observar y analizar** la información reflejada en las etiquetas de los productos que compramos, especialmente en las bebida que nos venden como zumos de fruta.
- Potenciar en el alumnado una **actitud responsable y crítica** ante las compras.
- Sumar esfuerzos y generar sinergias en torno a las compras responsables y a la **alimentación saludable**.

»» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el **perfil del alumnado**, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- **Importante:** hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Para la **introducción**

- Internet, proyector, pantalla.
- **Fichas para el análisis (anexo 1)**



FICHA TALLER EXPRIMIENDO EL ZUMO

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN

PARTE 1: VISUALIZACIÓN DE VÍDEOS

Se puede empezar el proceso de aprendizaje motivando al alumnado con la visualización en clase de varios anuncios de zumos de fruta que permitan, por un lado, introducir algunos de los contenidos que se van a tratar y, por el otro, ver el tratamiento que hace la publicidad de determinados aspectos de estos productos como, por ejemplo, la potenciación de lo natural. Però... es así, realmente?

Algunos anuncios que podemos ver en YouTube: «Zumos- azúcar no»; «Gila y el zumo exprimido» i «Zumo parazzi» (adjuntamos enlaces a continuación):

- 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

PARTE 2: DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El primer paso es buscar en Internet, de forma individual o por parejas, diferentes tipos de zumos de fruta para averiguar las diferencias entre «néctar de fruta», «concentrado de fruta» y «fruta exprimida». Posteriormente, se realizará en clase un debate sobre la cantidad de fruta que tiene cada uno de ellos y cuál de estos procesos pensamos que es más saludable.

El día de la actividad, el alumnado llevará a clase envases de diferentes tipos de zumo de frutas que se suelen consumir. Se organizarán grupos y, después de explicarles la actividad, se entregará a cada uno de ellos **su ficha correspondiente (anexo 1)** al lado de cuatro envases lo más diversos posible. Con la ayuda de las fichas de análisis, cada grupo se encargará de analizar un aspecto concreto: envasado, ingredientes y procedencia.

- **Grupo de envasado:** analizará los diferentes tipos de envasado y su gestión para saber cuáles se pueden reciclar mejor y son ambientalmente sostenibles.
- **Grupo de ingredientes:** su misión será averiguar los porcentajes reales de fruta en cada zumo, la cantidad de azúcares por litro de zumo de mediana y la presencia de otros ingredientes como conservantes y colorantes.
- **Grupo de procedencia:** su misión será analizar las distancias que recorre la fruta desde su lugar de producción hasta que, convertida en zumo, la consumimos.

Una vez llenadas las fichas, el alumnado deberá elaborar, por grupos, una exposición sobre las conclusiones de sus trabajos y un mural del tipo *collage*. Se puede terminar la actividad elaborando un relación con los zumos más saludables, indicando el que contenga más porcentaje de fruta, el que facilite mejor información en su etiqueta, el que tenga el envase más respetuoso con el medio ambiente o el que haya recorrido menos kilómetros para llegar a nuestro municipio.



FICHA TALLER EXPRIMIENDO EL ZUMO

También

RECUERDA QUE EN EL DEBATE LO IMPORTANTE NO ES VER QUIÉN TIENE RAZÓN SINO CONOCER TODOS LOS PUNTOS DE VISTA.

»» DESARROLLO DE LA SESIÓN

PARTE 3: ACCIONES COMPLEMENTARIAS Y DIFUSIÓN

Por un lado, con la información anterior se puede elaborar una **guía roja** de zumos de frutas que no cumplan ciertos criterios de sostenibilidad y alimentación salubre. Además, se pueden **confeccionar tarjetas publicitarias** explicando a las familias y a otras personas del centro educativo las diferencias entre «néctar de fruta», «concentrado de fruta» y «fruta exprimida». Podemos dar difusión a esta guía entre la comunidad educativa o difundirla a través de las redes sociales, invitando a reflexionar sobre el consumo de los zumos de fruta.

Por otro lado, se puede hacer un **anuncio o campaña publicitaria** para fomentar el consumo de zumos de fruta naturales, con el objetivo de trabajar, además de los contenidos adquiridos, la creatividad y las habilidades del alumnado.

Además de estas propuestas, se puede ampliar el conocimiento sobre alternativas de etiquetado que utilicen sistemas más rigurosos, sencillos y avalados científicamente descritos en la **Sección 5 (Presentación Etiquetas y Consumo Responsable)**.



FICHA TALLER MENTIRA PODRIDA

EDAD RECOMENDADA

**15 a 25
años**

DURACIÓN ESTIMADA

60 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Que la publicidad es un elemento cotidiano en nuestro día a día nadie lo pone en duda. Desde la infancia, y a lo largo de nuestra vida, nos enfrentamos continuamente, de forma directa e indirecta, a **mensajes publicitarios** en todas las formas posibles, y los anuncios **relacionados con la alimentación** son los principales protagonistas.

«Mentira podrida» es una de las campañas de Justicia Alimentaria que pretende llamar la atención sobre la necesidad de contar con una normativa estricta que **regule y controle** la publicidad alimentaria. La campaña pone al alcance de los consumidores las claves para terminar con mitos e ideas preconcebidas en los reclamos publicitarios más utilizados.

Con esta actividad se pretende trabajar a partir de los **conocimientos** del alumnado, con el objetivo de hacer un análisis lo más significativo posible, i así potenciar el **espíritu crítico** y reflexivo del alumnado en relación a la **alimentación sana, justa y sostenible**.

»» OBJETIVOS

- **Observar** y **analizar** la información publicitaria de diferentes tipos de alimentos.
- Potenciar en el alumnado una **actitud responsable y crítica** ante las compras.
- Sumar esfuerzos y generar sinergias en torno a las compras responsables y la alimentación saludable.
- Adquirir nuevas formas y alternativas de **consumo saludable y sostenible**.

»» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un **clima de participación** es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor **hacer preguntas** a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el **perfil del alumnado**, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- **Importante:** hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Para la **introducción**:

- Internet, proyector, pantalla.
- Ordenadores o tabletas.



FICHA TALLER MENTIRA PODRIDA

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN

PARTE 1: BÚSQUEDA Y VISUALIZACIÓN DE UN ANUNCIO PUBLICITARIO

Vamos a proponer al alumnado realizar una búsqueda, por parejas o de forma individual, de un anuncio publicitario en el que se haga promoción de un producto alimentario. Para asegurar la posibilidad de análisis, antes de escogerlo se puede comentar el anuncio con el profesor o profesora.

PARTE 2: DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Una vez escogido y visualizado el anuncio, se deja un espacio de unos 20 minutos, aproximadamente, para responder a las siguientes preguntas:

- *Público al que va dirigido*
- *Tipos de productos (además del alimento en sí, ¿qué más contiene el anuncio?)*
- *¿Aparecen actores o actrices conocidos? Disney, superhéroes...*
- *Avales que garanticen la salubridad del producto (AEP Asociación Española de Pediatría, Fundación Española de Nutrición...). Ejemplo de las galletas Dinosaurus.*
- *¿Qué modelo de alimentación representan estos productos?*
- *¿Qué relación existe entre estos productos y nuestra forma de consumir / modus vivendi?*

Posteriormente, se hará una puesta en común, por grupos. La persona docente aprovecha este espacio para empezar a introducir i a apuntar en la pizarra conceptos como: publicidad engañosa, información falsa y veraz, artesano, casero, *light*, enriquecido, natural, sano, etc.

Opcionalmente, según las respuestas recibidas, se pueden añadir las siguientes preguntas: **¿Os sentís manipulados o manipuladas por la publicidad? ¿Qué es para vosotros la publicidad? ¿Vosotros sois publicidad?**

Una vez creado un diálogo conjunto y un debate en común, se puede introducir el contenido usando la [Sección 3, 4 y 6 \(presentación campaña «Mentira podrida»\)](#) para concluir la actividad aportando nuevos aprendizajes que impulsen el espíritu crítico y reflexivo del alumnado a la hora de comprar, consumir y escoger diferentes productos alimentarios bajo criterios sociales, saludables y de sostenibilidad.



FICHA TALLER

CAMPAÑA DE CONTRAPUBLICIDAD

EDAD RECOMENDADA

15 a 25 años

DURACIÓN ESTIMADA

60 min.

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Si bien ya hemos trabajado la parte de concienciación y sensibilización, el siguiente taller está destinado a utilizar los conocimientos adquiridos mediante la creatividad y el trabajo en equipo con el objetivo de crear un impacto sobre el entorno educativo y escolar. Además, se promueve el pensamiento crítico del alumnado aumentando su capacidad de discernir la información de los medios de comunicación y de buscar alternativas más saludables y sostenibles.

»» OBJETIVOS

- Utilizar la creatividad como medio para desarrollar el espíritu crítico y transformador.
- Potenciar en el alumnado una **actitud responsable y crítica** ante las compras.
- Sumar esfuerzos y **generar sinergias** en torno a las compras responsables y a la alimentación saludable.
- Adquirir nuevas formas y alternativas de **consumo saludable y sostenible**.

»» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un clima de participación es sumamente importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de las personas participantes sin juzgar ni dar lecciones.
- Debemos evitar dar la información directamente, es mejor hacer preguntas a los participantes a partir de sus intereses e ideas previas.
- Hay que tener en cuenta el perfil del alumnado, con el objetivo de adaptar los contenidos a las edades, necesidades y características del grupo al que va dirigida la actividad.
- Importante: hay que tener en cuenta los derechos de imagen, sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

Para la **introducción**:

- Internet, proyector, pantalla.
- Ordenadores o tabletas.
- [Recurso digital: Propuesta didáctica para trabajar la soberanía alimentaria](#)



FICHA TALLER CAMPAÑA DE CONTRAPUBLICIDAD

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Después de haber analizado los anuncios y ver cuáles son las estrategias que utiliza la industria alimentaria para que consumamos sus productos, os proponemos que invitéis al alumnado a crear anuncios de contrapublicidad, que es un movimiento que pretende hacer una crítica a las multinacionales y a las estrategias de *marketing* que utilizan para fomentar el consumismo entre la población.

¿En qué consiste? El alumnado deberá escoger una serie de anuncios publicitarios y transformar su contenido con el objetivo de informar de los aspectos negativos del producto, la marca o la empresa que lo fabrica.

Secuencia de actividades: antes de empezar con la creación de los anuncios, proponemos hacer una introducción al alumnado sobre el **concepto de contrapublicidad, como y por qué surgió**. Tomaremos como referencia un colectivo de contrapublicidad argentino que ha trabajado mucho la temática. Para hacerlo podéis utilizar los siguientes materiales:

- Entrevista a Julián Pelegrini (responsable del proyecto Squatters) en el programa #Likealas10 <https://www.youtube.com/watch?v=cWBS-ESeZY>
- Entrevista al colectivo Squatters <https://emprendecultura.net/2018/11/proyecto-squatters/>
- Página web del colectivo Squatters <http://proyectosquatters.blogspot.com/>
- Vídeo presentación del movimiento Squatters <https://www.youtube.com/watch?v=F9AJ5CuHEQ>

En primer lugar, propondremos al alumnado que escoja una marca sobre la cual quiera hacer su intervención. A continuación, preguntaremos que hagan una breve investigación sobre los procesos de producción, las condiciones laborales y las inversiones de la empresa escogida. En último lugar, es preciso que transformen la investigación en una imagen de contrapublicidad usando, como soporte, los vídeos y enlaces que se han adjuntado anteriormente.

Finalmente, el resultado se puede presentar al grupo de la clase, a la comunidad educativa y a las familias, con el objetivo de extender la educación crítica y transformadora al entorno y al conjunto del contexto educativo.

Anotaciones



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



CARNE DE CAÑÓN
TU SALUD EN JUEGO

CAMPAÑA
CARNE DE CAÑÓN





CAMPAÑA

CARNE DE CAÑÓN

»» CONTEXTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

En las últimas décadas, nuestro consumo y el consumo mundial de carne, especialmente de carnes rojas y ultraprocesadas, se ha disparado. En el Estado español consumimos **4 veces más carne** de la [cantidad diaria recomendada por la OMS](#).

En general, tenemos la creencia de que consumir más proteína animal siempre es mejor para **nuestra salud**, PERO un [consumo excesivo de carne o de proteína animal puede ser perjudicial](#) para el funcionamiento adecuado de nuestro corazón o nuestros riñones, entre otros efectos.

Además, la mayor parte de la producción mundial de carne y derivados para la industria alimentaria procede de sistemas de ganadería superintensiva, *feed lots* o macrogranjas que impactan de forma muy negativa sobre los territorios. Mientras el efecto en el **entorno natural** se evidencia a través del consumo de volúmenes inimaginables de agua, la contaminación de la tierra con purines y antibióticos o la destrucción de cientos de miles de hectáreas de bosques para el cultivo de granos destinados a la alimentación animal, en el **entorno social** las poblaciones cercanas a estas macroinstalaciones ven profundamente afectadas sus condiciones de vida debido a los olores, ruidos y contaminación de su entorno, lo que llega a afectar también a su economía. A estos impactos se suman las emisiones derivadas del transporte de ganado, piensos, productos químicos y productos cárnicos con la consiguiente contribución al cambio climático. Y si hablamos de las **condiciones de vida de estos animales**, tampoco tenemos muchos comentarios alentadores, ya que los animales viven hacinados sin posibilidad de caminar y con una modificación total de sus ritmos biológicos.

Sin embargo, existe un amplio abanico de **alternativas a esta ganadería** que, en diferentes niveles, ponen en práctica modelos productivos más sostenibles, más ligados al territorio y a los ecosistemas, y más respetuosos con la vida de los animales. Estos modelos producen carne de mejor calidad, y, precisamente por ello, estos productos pueden no estar al alcance de todos los bolsillos.

»» PARA MÁS INFORMACIÓN....

- [INFORME «Carne de cañón»](#). Por qué comemos tanta carne y como nos enferma.
- [EXPOSICIÓN](#) «Dona-li la volta. Tria la carn ben feta»
- [TRÍPTICO](#) '«Dona-li la volta. Tria la carn ben feta»
- [Kit de recursos \(COMPLETO\)](#).





**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FICHA TALLER

¿POR QUÉ COMEMOS TANTA CARNE?

EDAD RECOMENDADA

14 a 35
años

DURACIÓN ESTIMADA

-

» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Como hemos visto, la producción, transformación y consumo de cárnicos es un **problema complejo** con infinidad de matices, intereses y puntos de vista. Se trata de un problema real que afecta directamente a un gran número de poblaciones y también a la salud de todas las personas del planeta. Por ello, proponemos abordar este tema como tópico o eje conductor de **proyectos educativos** que partan de las pedagogías críticas para construir una ciudadanía crítica, responsable y con capacidad de agencia transformadora, para en última instancia colaborar con la consolidación de un modelo alimentario más sostenible, justo, accesible y saludable.

» OBJETIVOS

- Despertar la **curiosidad** sobre el tema a través de una experiencia vivencial y desde las prácticas personales para llegar a la conciencia crítica y a la acción transformadora en el momento de consumir carnes y derivados.
- Problematizar el consumo excesivo de carne y sus **impactos** en la salud humana, animal y medioambiental, y sobre el desarrollo y bienestar de los pueblos.
- Potenciar la **capacidad de agencia** de la juventud para transformar el modelo alimentario a través de la toma de decisiones conscientes y responsables en su consumo de carne y derivados.

» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un **clima de participación** es importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de todas las personas que participan sin juzgar y sin intentar aleccionar.
- Evitar dar la información directamente o utilizar expresiones como «hay que» o «tenemos que». Es **más recomendable hacer preguntas** a las personas participantes para partir de sus intereses e ideas previas, aunque también se pueden lanzar preguntas un poco disruptivas que atraigan su atención.
- Dado que se van a tratar temas relacionados con animales y su crianza, es fundamental que la persona que facilite esté atenta a cualquier comentario ofensivo en el que se compare a cualquier participante con un animal por cualquier **motivo de discriminación**. En este momento, recomendamos parar la sesión y poner el foco en este tema bajo una perspectiva de no discriminación, crítica del cuerpo, etc.
- El **teléfono móvil** es una herramienta muy poderosa que el alumnado está acostumbrado a utilizar, es su medio *natural* de comunicación y es genial que lo utilicen con un buen objetivo.
- Importante: debemos tener en cuenta **derechos de imagen** y sobre todo con menores.

» RECURSOS NECESARIOS

- **Carne de cañón ¿Por qué comemos tanta carne?**
- [Tarjetas de modelos ganaderos \(cara B\) \[anexo 2\]](#)



**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FICHA TALLER

¿POR QUÉ COMEMOS TANTA CARNE?

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS
LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR
CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES
TRANSFORMADORAS

»» DESARROLLO DE LA SESIÓN

1) Desarrollamos la presentación sobre la industria cárnica fomentando la participación de las personas asistentes.

2) Una vez lleguemos al punto 5 «¿Cómo se produce?», hacemos una pausa para preguntar cómo han sentido la experiencia de ser ganado en cada uno de los tipos de ganadería. Cada grupo leerá las características de la ganadería que les ha tocado y profundizaremos en cada modelo, destacando las diferencias entre la ganadería industrial globalizada y la ganadería agroecológica basada en la soberanía alimentaria.

3) En la diapositiva de la *vía pecuaria de la ganadería* es importante remarcar que la *agroecología* no se trata de volver a la era neolítica, puesto que tenemos todos los conocimientos científicos sobre ecología y ciclos naturales y tecnológicos, necesarios para integrar de un modo más sostenible la producción agropecuaria en los ecosistemas con el menor impacto posible.

4) Profundizamos en los temas que les interesen a partir de preguntas en las que les pediremos **opinión**. Por ejemplo: calidad/precio de la carne (para quien produce y para quien consume), uso de antibióticos, objetivo de cada modelo, propiedad de la tierra, contaminación de aguas...





CARNE DE CAÑÓN

TU SALUD EN JUEGO

FICHA TALLER

EN CARNE VIVA: DEBATE

EDAD RECOMENDADA

14 a 35
años

DURACIÓN ESTIMADA

-

»» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Como hemos visto, la producción, transformación y consumo de cárnicos es un **problema complejo** con infinidad de matices, intereses y puntos de vista. Se trata de un problema real que afecta directamente a un gran número de poblaciones y también a la salud de todas las personas del planeta. Por ello, proponemos abordar este tema como tópico o eje conductor de **proyectos educativos** que partan de las pedagogías críticas para construir una ciudadanía crítica, responsable y con capacidad de agencia transformadora, para en última instancia colaborar con la consolidación de un modelo alimentario más sostenible, justo, accesible y saludable.

»» OBJETIVOS

- **Construir colectivamente** las normas que regirán el espacio de debate.
- Comprender y **empatizar** con las posturas de los diferentes agentes sociales.
- Realizar un ejercicio de **autoconocimiento** de las propias habilidades, dificultades e intereses que pueden favorecer o frenar al equipo.

»» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un clima de participación es importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de todas las personas que participan sin juzgar y sin intentar aleccionar.
- Evitar dar la información directamente o utilizar expresiones como «hay que» o «tenemos que». Es más recomendable hacer preguntas a las personas participantes para partir de sus intereses e ideas previas, aunque también se pueden lanzar preguntas un poco disruptivas que atraigan su atención.
- Dado que se van a tratar temas relacionados con animales y su crianza, es fundamental que la persona que facilite esté atenta a cualquier comentario ofensivo en el que se compare a cualquier participante con un animal por cualquier motivo de discriminación. En este momento, recomendamos parar la sesión y poner el foco en este tema bajo una perspectiva de no discriminación, crítica del cuerpo, etc.
- El teléfono móvil es una herramienta muy poderosa que el alumnado está acostumbrado a utilizar, es su medio natural de comunicación y es genial que lo utilicen con un buen objetivo.
- Importante: debemos tener en cuenta derechos de imagen y sobre todo con menores.

»» RECURSOS NECESARIOS

- **Papelógrafo** o pizarra para construir las normas de participación en el debate a partir de la propuesta que aparece en el anexo 4.
- **Ficha** de autoconocimiento «¿Qué puedo aportar a mi equipo?» [anexo 5]
- **Panel de noticias** para preparar el debate.



**CARNE DE
CAÑÓN**
TU SALUD EN JUEGO

FICHA TALLER EN CARNE VIVA: DEBATE

Recuerda

EL OBJETIVO NO ES HACER TODAS LAS ACTIVIDADES, SINO GENERAR CONCIENCIA CRÍTICA Y ACCIONES TRANSFORMADORAS

»» DESARROLLO DE LA SESIÓN

En las siguientes semanas, los equipos **elaborarán un documento con el argumentario** para preparar el debate y una **propuesta de acción** basada en la soberanía alimentaria, cuya implementación pudiera ser viable en el centro educativo. Este documento se entregará previo al debate y servirá para la evaluación.

Para **preparar las intervenciones** pueden empezar la búsqueda en los recursos vinculados al informe «Carne de Cañón» o en el panel de noticias.

1. Explicamos la secuencia, cronograma y criterios/métodos de evaluación.
2. Acordamos las **normas de participación y criterios de evaluación**. Sugerencia: se puede utilizar el anexo 4 como base y revisarlo en plenario para llegar a acuerdos.
3. **Conformamos equipos** para que trabajen unidos en la preparación del argumentario.
4. Cada equipo deberá **elegir un modelo alimentario** a defender. La persona facilitadora/docente deberá asegurarse de que existen posturas diferentes y, en caso conveniente, podrá adjudicar posturas a cada equipo.
 - *Modelo 1. Sistema agroalimentario globalizado industrial.*
 - *Modelo 2. Sistema agroalimentario basado en la soberanía alimentaria.*
5. Cada persona del equipo deberá completar la **ficha autoconocimiento** para identificar sus habilidades, dificultades e intereses y, con esta información, el equipo asignará temas y roles [anexo 5]. El o la docente puede ayudar a los equipos a reflexionar sobre estos roles y reparto de temas.





**CARNE DE
CAÑÓN**

TU SALUD EN JUEGO

FICHA TALLER

EN CARNE VIVA: PROPUESTAS DE ACCIÓN

EDAD RECOMENDADA

**14 a 35
años**

DURACIÓN ESTIMADA

-

» ¿POR QUÉ ESTE TALLER?

Como hemos visto, la producción, transformación y consumo de cárnicos es un **problema complejo** con infinidad de matices, intereses y puntos de vista. Se trata de un problema real que afecta directamente a un gran número de poblaciones y también a la salud de todas las personas del planeta. Por ello, proponemos abordar este tema como tópico o eje conductor de **proyectos educativos** que partan de las pedagogías críticas para construir una ciudadanía crítica, responsable y con capacidad de agencia transformadora, para en última instancia colaborar con la consolidación de un modelo alimentario más sostenible, justo, accesible y saludable.

» OBJETIVOS

- Generar dinámicas de **colaboración y evaluación compartida** que permitan mejorar los procesos de aprendizaje.
- Realizar un ejercicio de **ciudadanía responsable** que derive en transformaciones alimentarias reales en el centro educativo.

» ANTES DE EMPEZAR

- Para generar un **clima de participación** es importante tener en cuenta los comentarios, opiniones e ideas de todas las personas que participan sin juzgar y sin intentar aleccionar.
- Evitar dar la información directamente o utilizar expresiones como «hay que» o «tenemos que». Es **más recomendable hacer preguntas** a las personas participantes para partir de sus intereses e ideas previas, aunque también se pueden lanzar preguntas un poco disruptivas que atraigan su atención.
- Dado que se van a tratar temas relacionados con animales y su crianza, es fundamental que la persona que facilite esté atenta a cualquier comentario ofensivo en el que se compare a cualquier participante con un animal por cualquier **motivo de discriminación**. En este momento, recomendamos parar la sesión y poner el foco en este tema bajo una perspectiva de no discriminación, crítica del cuerpo, etc.
- El **teléfono móvil** es una herramienta muy poderosa que el alumnado está acostumbrado a utilizar, es su medio natural de comunicación y es genial que lo utilicen con un buen objetivo.
- Importante: debemos tener en cuenta derechos de imagen y sobre todo con menores.
-

» RECURSOS NECESARIOS

- Cada equipo aportará los materiales necesarios para la presentación de las propuestas y solicitará el equipamiento tecnológico oportuno con unos días de antelación.
- Formulario de evaluación cruzada.
- Aplicación de votación telemática para votar las propuestas.
- Conexión a internet, ordenador, proyector.



EDAD RECOMENDADA

14 a 35
años

DURACIÓN ESTIMADA

-

➤➤ DESARROLLO DE LA SESIÓN

1) PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS. Los equipos tendrán 3 minutos para exponer su propuesta de acción en el centro educativo, como por ejemplo: organizar jornadas informativas para la comunidad educativa, proponer la compra de carne de cercanía a la empresa gestora de la cafetería, realizar un vídeo de promoción del día sin carne... Este punto es especialmente relevante por su enorme valor pedagógico.

2) PAUSA Y APLAUSO DE CIERRE. Este momento es necesario para evidenciar un corte en la dinámica y la división por equipos, distender el ambiente y felicitarnos deportivamente por el trabajo realizado. A partir de este momento, comenzamos a trabajar conjuntamente para el beneficio común.

3) EVALUACIÓN CRUZADA [POR EQUIPOS Y EN PLENARIO].

- Los equipos tendrán 5 minutos para recopilar la información y realizar las evaluaciones a los demás equipos. Podemos tener preparado un formulario en línea para registrar las valoraciones sobre cada uno de los criterios de evaluación acordados.
- Una vez preparado y registrado en el formulario, podremos compartir nuestras evaluaciones en plenario y hacer algunos comentarios sobre fortalezas y propuestas de mejora.
- Se lanzará una pregunta final a todo el grupo sobre el propio espacio de debate como herramienta pedagógica y reflexionaremos sobre lo que hemos aprendido a lo largo del proceso.

3) TOMA DE DECISIONES [INDIVIDUAL]. Mediante una aplicación de votación en línea, todo el alumnado que participe valorará individualmente las tres propuestas de acción y se elegirá una para presentar a la dirección del centro.

4) COMPROMISO. Todas las partes se comprometen a desarrollar en detalle la propuesta elegida (que ahora es de toda la clase) y la estrategia de acción para modificar el modelo alimentario del centro en relación al consumo de carne.



*profundizar
para facilitar*

material para docentes

**ANEXOS Y
BIBLIOGRAFÍA**



MACROGRANJA

CARGA GANADERA

Más de 5000 animales estabulados.

MANEJO

Ninguna salida a campo. Ciclos biológicos forzados (fotoperíodos y embarazos).

ALIMENTACIÓN

Alimentación industrial sin pastoreo

SANIDAD

Abuso de antibióticos, hormonas y medicamentos.

EXTENSIVA

CARGA GANADERA

Mínima. Pequeños rebaños.

MANEJO

Vida en el campo. Respeto a los ciclos biológicos.

ALIMENTACIÓN

Basada en transhumancia o pastoreo.

SANIDAD

Más prevención. Uso muy controlado de antibióticos/remedios naturales.

CONVENCIONAL

CARGA GANADERA

Hasta 2000 animales.

MANEJO

Estabulado. Se fuerzan los ciclos biológicos.

ALIMENTACIÓN

Alimentación industrial sin pastoreo.

SANIDAD

Uso/abuso de antibióticos, medicamentos y hormonas.

ECOLÓGICA

CARGA GANADERA

Menor. Controlada por normativa.

MANEJO

Semiestabulado. Respetan los ciclos biológicos.

ALIMENTACIÓN

Pastoreo obligatorio y piensos ecológicos

SANIDAD

Uso controlado de antibióticos y uso de otros remedios / prevención.



anexo 4

PREPARAR UN DEBATE



EL TEMA Y NUESTRA POSTURA

A partir de la sesión 1, los equipos deberán posicionarse con el *modelo agroalimentario industrial globalizado* o bien con el *modelo agroalimentario basado en la soberanía alimentaria* en cuatro niveles: salud humana, ambiental, territorial y planetaria.

CREACIÓN DE EQUIPOS

Cada equipo estará conformado por 4 personas que deberán especializarse en uno de los niveles de debate nombrados. La facilitadora o docente podrá elegir los equipos en función de las necesidades pedagógicas de cada estudiante o del grupo.

BÚSQUEDA DE FUENTES INFORMATIVAS Y PREPARACIÓN DEL ARGUMENTARIO

En el anexo 6 encontrarás la ficha de preparación del argumentario. A partir de esta plantilla se puede ampliar a otras fuentes de información fiables y generar elementos de comunicación para el momento del debate. Todos los productos formarán parte de la evaluación.

AMBIENTACIÓN DEL AULA Y COMUNICACIÓN

Físicamente la clase debe reflejar la diferencia entre los tres equipos. Podemos darle más realismo y animar a los equipos a que utilicen elementos que nos hagan identificar más con cada equipo e incluso abriendo el debate para su realización en público.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Estos criterios de evaluación deben estar claros desde el inicio, puesto que también son los que van a regular la dinámica del debate. Cada equipo participará de la evaluación de los demás grupos.

1. PARTICIPACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE ROLES: Todas las personas del equipo deben participar dejando claros sus aportes al equipo, argumentando su rol y evidenciando su compromiso con el grupo.
2. ARGUMENTACIÓN: Se valorará el uso de fuentes informativas validadas, más aún fuentes primarias especializadas y como las integran con argumentos en favor de su postura o cuestionando otras posturas.
3. RESPETO: Se valorarán negativamente gritos, comentarios peyorativos, lenguaje gestual ofensivo, faltas de respeto, no valorar las fortalezas de los otros equipos o el exceso de competitividad. También cualquier tipo de argumento discriminatorio hacia cualquier colectivo.
4. COMUNICACIÓN: Se valorarán todos los medios puestos en favor de facilitar la comunicación, tanto la oratoria como la elaboración de materiales (vídeos, infografías, gráficos, etc.)
5. ENFOQUE DE GÉNERO: Se tendrán en cuenta las intervenciones que incorporen la perspectiva de género, más aún con un enfoque interseccional de derechos humanos.
6. EMPATÍA Y RECONOCIMIENTO. Todos los equipos deberán poner en valor algunas fortalezas y aprendizajes de los otros equipos.





anexo 5

AUTOCONOCIMIENTO

HABILIDADES Y ROLES [Basado en [metodología Belbin](#)]

ROL PROMOCIÓN

APORTA

Entusiasmo, comunicación. Busca oportunidades y contactos.

DEBILIDAD

Puede perder el interés una vez que el entusiasmo ha desaparecido.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Se olvida de dar seguimiento.

ROL COHESIÓN

APORTA

Cooperación, diplomacia y resolución de conflictos en el equipo.

DEBILIDAD

Puede querer evitar las confrontaciones. Indecisión.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Duda en la toma de decisiones.

ROL COORDINACIÓN

APORTA

Seguridad, distribución de tareas, aclara los objetivos.

DEBILIDAD

Se puede pensar que manipula o se puede descargar de trabajo.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Puede delegar demasiado.

ROL CREACIÓN

APORTA

Creatividad, imaginación. Soluciones a problemas difíciles.

DEBILIDAD

Puede enfocarse mucho en sus ideas. e ignorar el proceso.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Puede perderse en las ideas.

ROL EVALUACIÓN

APORTA

Perspicacia y estrategia. Analiza en profundidad y juzga con objetividad.

DEBILIDAD

Llega a carecer de iniciativa y entusiasmo o a criticar demasiado.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Puede tardar en decidirse.

ROL ESPECIALISTA

APORTA

Conocimientos científicos e intereses muy específicos.

DEBILIDAD

Áreas de conocimiento limitadas y se llega a perder en tecnicismos.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Puede excederse con la información

ROL ACCIÓN

APORTA

Transformación de las ideas en acciones. Practicidad y eficacia.

DEBILIDAD

Rutina. Puede no aceptar bien las nuevas ideas.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Tarda en aceptar un plan nuevo

ROL FINALIZACIÓN

APORTA

Atención a los detalles y calidad. Busca errores. Perfecciona.

DEBILIDAD

Tendencia a preocuparse y a no delegar.

¡ATENCIÓN, EQUIPO!

Puede llegar al perfeccionismo

*IMPORTANTE

Todos estos roles no son inamovibles. Ninguna persona es un sólo perfil 100%. El alumnado puede elegir más de un rol con el que se sienta identificado y anotar en qué porcentaje se percibe así.

INTERESES

SALUD HUMANA



SALUD ANIMAL



SALUD TERRITORIAL



SALUD PLANETA



ENFOQUE GENERO



SOY UN POCO FRIKI DE _____



anexos

BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES

- [Informe y Campaña. Carne de cañón.](#) Justicia Alimentaria. 2021.
- [Vídeo. Reclamamos la prohibición del uso de antibióticos en animales sanos.](#) Justicia Alimentaria. 2021
- [Vídeo. El peligro de la sobreproducción de carne industrial a nivel ambiental.](#) Justicia Alimentaria.2021.
- [Kit de recursos pedagógicos para trabajar la industria cárnica.](#) Justicia Alimentaria. 2023.
- [Campaña. Dale la vuelta \(varios recursos en castellano/catalán\).](#) Justicia Alimentaria. 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.

Anotaciones



Multiple horizontal black lines for writing notes, arranged in a series of evenly spaced rows.

