

VIDA SANA, VIDA BONA

PROGRAMA D'ALIMENTACIÓ SALUDABLE I VIDA ACTIVA



Sessió 8 ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ I L'ALIMENTACIÓ



1.- INTRODUCCIÓ

La publicitat influeix en els hàbits alimentaris dels consumidors de totes les edats. Segons l'Organització de Consumidors i Usuaris (OCU), la publicitat de productes alimentaris destinada als infants suposa el 60 % del total de la publicitat, mentre que la destinada als adults és només el 25 %. Per tant, 4 de cada 10 anuncis que els infants veuen cada dia són de menjar. Si tenim en compte que un infant entre 1 i 12 anys passa com a mínim dues hores i mitja cada dia mirant la televisió, podem concloure que veu més de sis minuts d'anuncis de productes alimentaris, és a dir, uns 22 anuncis al dia. El 77 % de la publicitat que s'emet està relacionada amb aliments no saludables. Habitualment els anuncis adreçats a infants són de productes hipercalòrics (llepolies, menjar ràpid, cereals ensucrats, aperitius i begudes refrescants), que destaquen per l'aportació excessiva de greixos saturats, sucre i sal.

El 2005 es va firmar el codi PAOS, un sistema d'autoregulació que afecta la publicitat d'aliments i begudes dirigides a menors de dotze anys (quinze si és a través d'Internet). Actualment es veu que aquest codi no té en compte la qualitat nutricional del producte publicitari ni la freqüència d'emissió.

2.-OBJECTIUS

Objectiu	Cicle educatiu		
	Educació infantil	Educació primària	ESO
Conèixer les característiques i l'impacte de les campanyes de publicitat o promoció en l'adopció d'estils de vida (hàbits alimentaris i ocupació de temps lliure)		X	X
Valorar els aliments naturals i saludables enfront dels no saludables tenint en compte les campanyes de publicitat.		X	X
Capacitar l'alumnat per prendre decisions al voltant de l'alimentació que no estiguin condicionades per les pressions consumistes		X	X

3.-CRONOGRAMA

CONTINGUTS	TÈCNICA	AGRUPACIÓ	TEMPS	CICLE			ÀREA		
				EI	EP	ESO	C	A	H
Recordatori de la sessió anterior		GG	10 min		X	X			
La publicitat	Debat (dinàmica 1)	GG	30 min		X	X	X	X	
Treballam la publicitat	Exposició (dinàmica 2)	GG	20 min		X	X	X		
* Es tria una o més dinàmiques	Els suports publicitaris (dinàmica 3)	GP/GG	30 min		X	X	X		X
	Anàlisi de publicitat (dinàmica 4)	GP/GG	30 min		X	X	X	X	X
	Paraules clau (dinàmica 5)	GP/GG	30 min		X	X	X	X	X
	Treballam amb capses de productes (dinàmica 6)	TI/GG	30 min		X	X	X	X	X
	Elaboram un <u>contraanunciat</u> (dinàmica 7)	GP/GG	30 min		X	X	X		X
	Dissenyam una campanya publicitària	GP/GG	40 min		X	X	X	X	X
Comiat	M'ha agradat...	GG	10 min						

** La dinàmica 9 és un exemple de com es pot treballar el tema de la publicitat dels aliments de forma completa. La duració és de 150 minuts (3 sessions).