











És l'evolució tecnológica, culpable de la nostra dieta ?

Andrea Blázquez
Keyla Xuan De Blas
Isabel Sancho
Radostina Krasimirova

IES Nou Llevant / 1r Batxillerat

El mètode científic





Observació

Hipòtesi

Experimentació

Anàlisi de resultats

Publicació dels nostres resultats/ comunicació

(Si es selecciona damunt d'una de les passes del mètode científic, et durà fins a les diapositives on es tracten aquests temes)

INTRODUCCIÓ





Després d'una minuciosa observació, ens vàrem adonar de la influència de les noves tecnologies i els mitjans de comunicació en el tipus d'alimentació de la societat.

Tractarem els temes de mitjans de comunicació i educació, ja que ens sembla una oportunitat per donar visibilitat a la influència que la societat d'avui en dia rep per part dels avenços comunicatius.



IDENTIFICACIÓ DEL PROBLEMA

Hipòtesi



Segons el nostre punt de vista els mitjans de comunicació tenen un **gran impacte** en la nostra **salut** i en la nostra **dieta**, per publicitat que **indueix** a no menjar saludable tant creant una visió errònia del que és saludable.



OBJECTIUS



Els nostres objectius en aquesta feina era conèixer la vertadera **influència de la tecnologia** en els nostres hàbits **alimentaris**. Hem triat aquest tema relacionat amb els mitjans de **comunicació i educació**, ja que ens sembla una oportunitat per donar **visibilitat** a la influència que la societat d'avui en dia rep per part dels avenços comunicatius.



DADES



Miguel Ángel Royo Bordonada
investigador de l'Escola Nacional de Salut Pública.

"Són moltíssimes les **evidències científiques** del gran poder d'**influència** que la **publicitat** té sobre **l'alimentació dels menors**"



"Els menors reben **7.500 impactes a l'any** de missatges que els diuen que mengin un producte que no és saludable, associats a més a emocions positives, a regals i obsequis, i que a més **asseguren que són més sans quan és al contrari**"





Tant l'Organització Mundial de la Salut (OMS) com la *Food and Agriculture Organitation* (FAO) han conclòs que el **màrqueting pensat per als nens**, sobretot el de menjars d'alt contingut energètic i àpats de 'fast food', és probablement una de les múltiples **causes que influeixen en l'augment** de la incidència d'aquesta malaltia crònica, **l'obesitat.**

Els **anuncis de televisió dirigits a públic infantil**, gairebé el **50%** dels aliments anunciats no poden ser inclosos en una dieta saludable, és a dir, s'anuncia el contrari al que es recomana com sa.



El **82% dels anuncis d'alimentació processada destinats a nens i nenes** publiciten productes amb un contingut elevat de **sal, greixos o sucres refinats,** enfront del 33% de la publicitat dirigida a la població adulta.

Els **1.880 anuncis analitzats**, emesos per "Telecinco" i "Canal Sud", deixaven clar que els espots dirigits a menors compten amb més **trucs publicitaris** (fantasia, regals, animació...) "amb la intencionada estratègia **d'amagar o manipular la informació nutricional del producte**", adverteixen.



Investigació

La pregunta que estam tractant la manejam nosaltres, la societat. Per la qual cosa la nostra investigació a més de cercar dades, es basa a preguntar als ciutadans que fan en la seva vida diària.

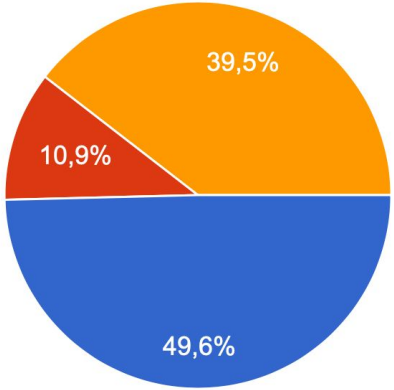
En les següents diapositives es troben les preguntes i les respostes (representades en gràfics) del qüestionari que vam difondre, a tota mena de persones amb edats i hàbits diferents.



Resultats

A l'hora de menjar penses tot el que ingereixes?

129 respuestas

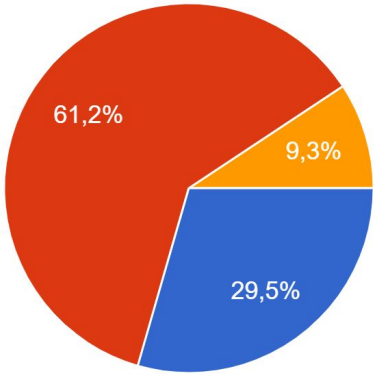


- Sí, però és normal per tenir una dieta saludable.
- Sí, però crec que em preocupa de més.
- No



Optes per les versions integrals?

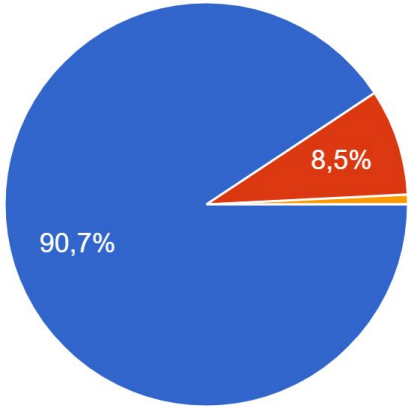
129 respuestas

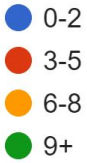


- Sí, sempre
- A vegades
- Mai

Quantes vegades al dia menges productes d'origen industrial? (xocolata, pastissos, galetes...)

129 respuestas

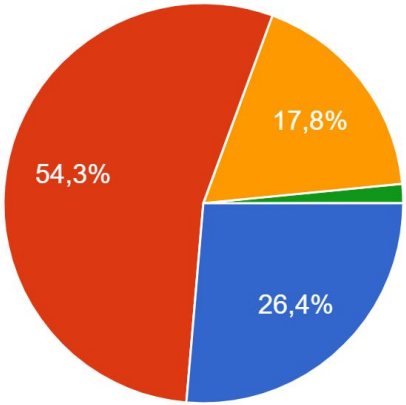


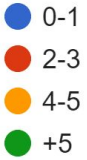




Quantes porcions de fruita o verdura menges al dia?

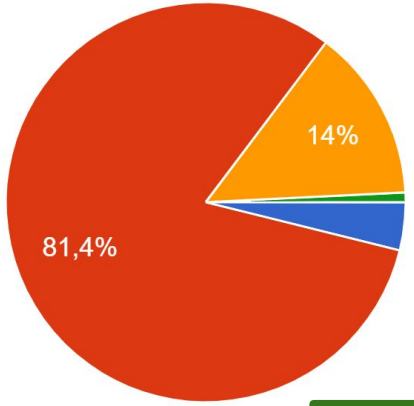
129 respuestas





Amb quina freqüència menges menjar ràpid?

129 respuestas

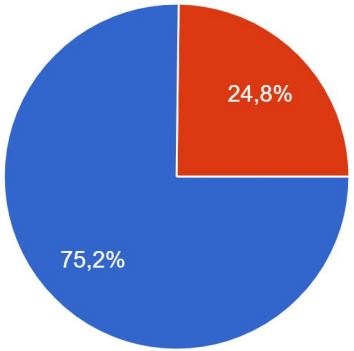


- Mai
- Rarament (en ocasions especials).
- Amb freqüència (2-5 vegades a la setmana).
- Realment la meva dieta es basa a menjar ràpid.

Carrefour

Sols comprar en grans superfícies com supermercats o acostumes a anar als mercats locals?

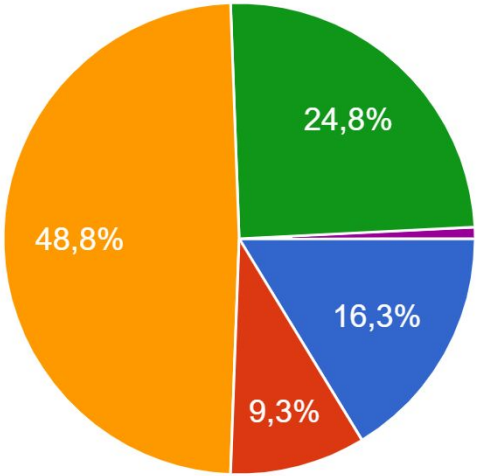
129 respuestas



- Supermercats
- Mercats locals

Quan compres un producte nou, per què ho fas la majoria de les vegades?

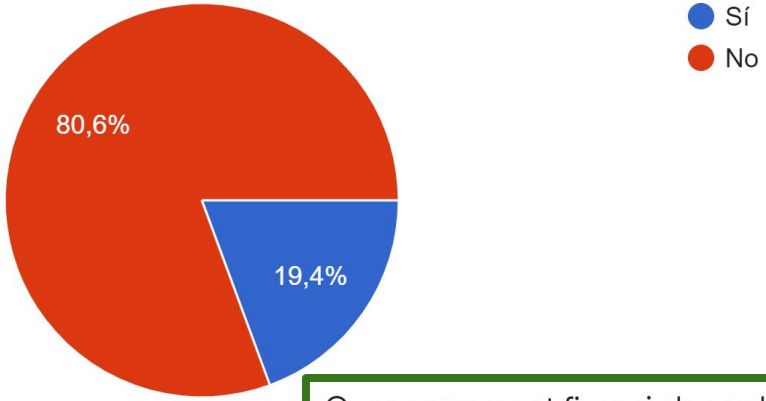
129 respuestas



- Perquè un especialista (per exemple, un metge) m'ho ha recomanat.
- Perquè ho he escoltat d'una "influencer" o una persona que segueix per xarxes…
- Perquè m'ha cridat l'atenció quan he vist la publicitat del producte per televisió.
- Perquè ho he llegit per internet a una pàgina reconeguda/fiable.
- Perquè ho he llegit per internet, a una web que no he escoltat mai i no molt fi…

Només consumeixes aliments quan són de temporada?

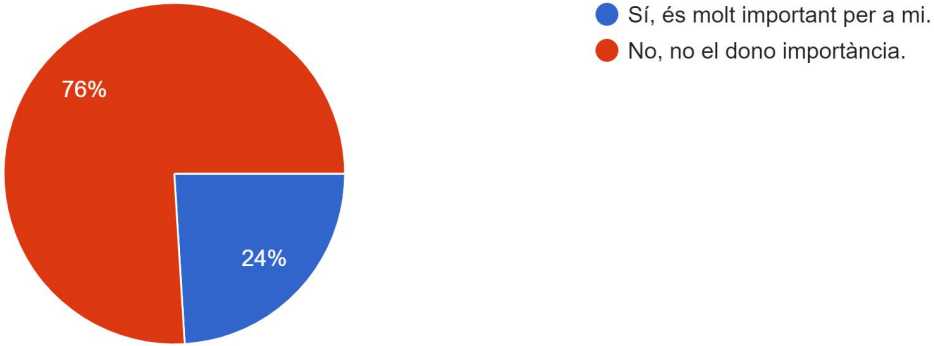
129 respuestas





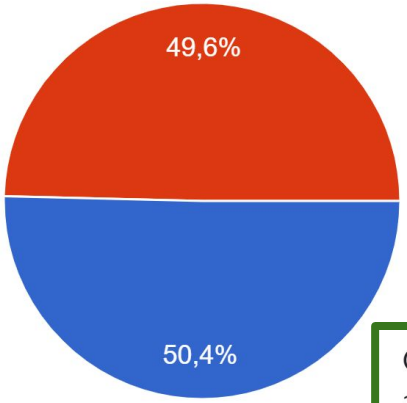
Quan compres et fixes si els productes que fiques a la cistella duen etiquetes que indiquin que són productes de comerç just? (ex: Fairtrade, Ecocert, FAir for Life, Naturland, WFTO...)

129 respuestas



Quan vas a comprar, elegeixes productes ecològics = BIO (sense plaguicides ni fertilitzants i respectuosos amb l'entorn).

129 respuestas



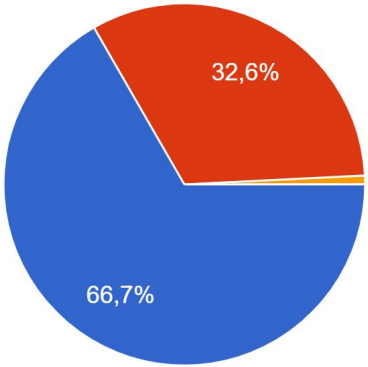
Sí, són més saludables.
No, són més cars.





Quan compres et fixes si els productes que compres contenen oli de palma?

129 respuestas



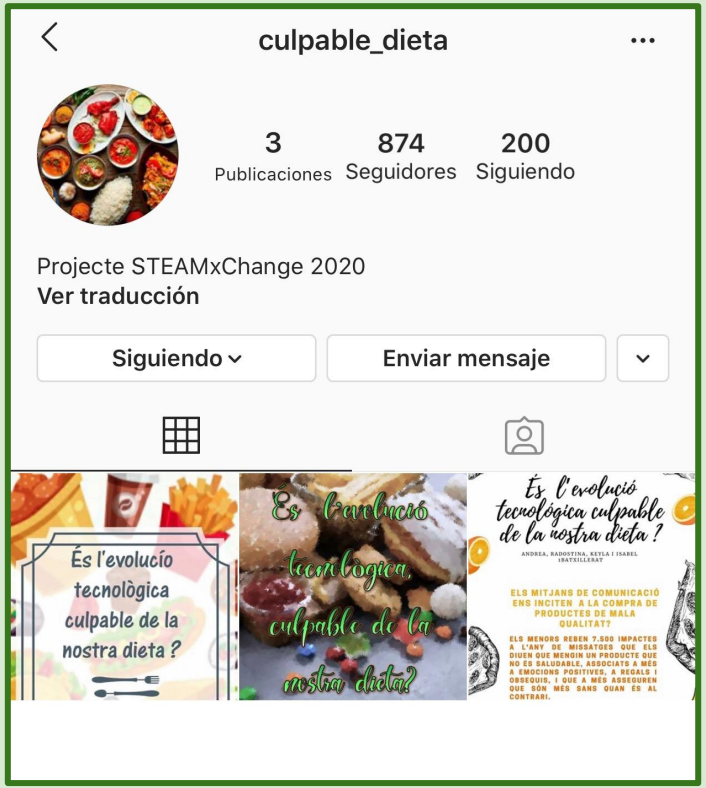
Sí
No
Mai he escoltat aquest nom

PLA D'ACCIÓ PER AL CANVI

Hem creat diferents **xarxes socials** per **difondre** els nostres resultats i arribar a la gent més jove, que les maneja amb facilitat.



Com per exemple, hem creat un compte d'**instagram** (la imatge de la dreta) on hem pujat informació que difondrem:



També hem fet pòsters per les xarxes anteriorment esmentades i per la **revista** del nostre institut, a més de compartir-ho a les persones del nostre voltant, per mostrar la gran influència dels mitjans de comunicació i fer repercussió del menjar sa.

Encara que no sigui molt gran la repercussió, l'important és tenir repercussió en qualque persona.



Els pòsters tenen diferents significats, però la mateixa finalitat. Han estat dissenyats per captar l'atenció dels possibles lectors.



IES NOU LLEVANT



Aquests dos pòsters són similars, ja que els dos porten el títol del nostre projecte. Però no només és per fer repercussió, també aquesta pregunta ens duu a **reflexionar** i fer-nos preguntes relacionades, arribant a una pregunta final: coneixem el que menjam?



El fons d'ambdós són menjars, no especialment sans. Ja que la publicitat ens **incita** menjar aliments amb moltes grasses i que poden arribar a ser **perjudicials.** I els colors que predominen són els vius, per cridar l'atenció.

Aquest pòster conté **més informació** que els anteriors, a més de fer reflexionar ens vol **informar**. Hem posat un fragment molt relacionat amb el nostre tema, que va dir Miguel Ángel Royo Bordonada, investigador de l'Escola Nacional de Salut Pública.

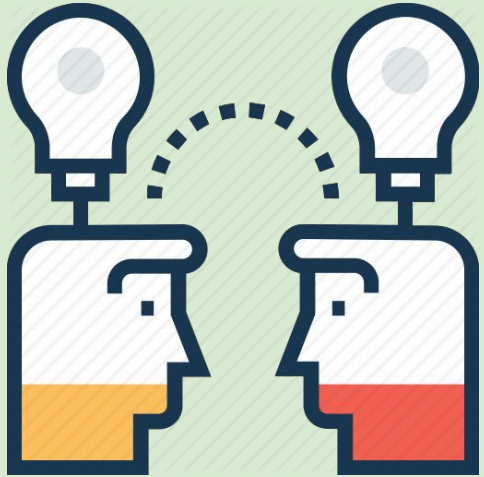
L'estètica és pareguda als anteriors, amb imatges d'aliments, els aliments sans de colors vius i els que no ho són de color blanc i negre, creant un contrast. I el text de colors cridaners.



Conclusió



Gràcies a les investigacions i les enquestes que hem realitzat ens hem adonat que **els mitjans de comunicació en moltes ocasions influeixen de manera negativa** al tipus d'alimentació de les persones, aquests mitjans són un factor que pot generar greus problemes, com per exemple pot ser l'obesitat o els trastorns alimentaris.



Les investigacions i les dades obtingudes són una manera de **fer reflexionar a la gent**, del negatiu que pot arribar a ser creure en tot el que ens presenta els mitjans de comunicació, el que és important és estar informat i consultar tots els problemes o dubtes que tinguem amb experts en el tema.