

**Alimentació,
mitjans de comunicació
i educació**

Dra. Alba Ambròs i Pallarès
Universitat de Barcelona
a/e: aambros@ub.edu
Granollers, 7 d'octubre del 2010

Per començar...

*La comunicació és
l'espurna generadora
del canvi.*

*La vida va unida a
la comunicació.*





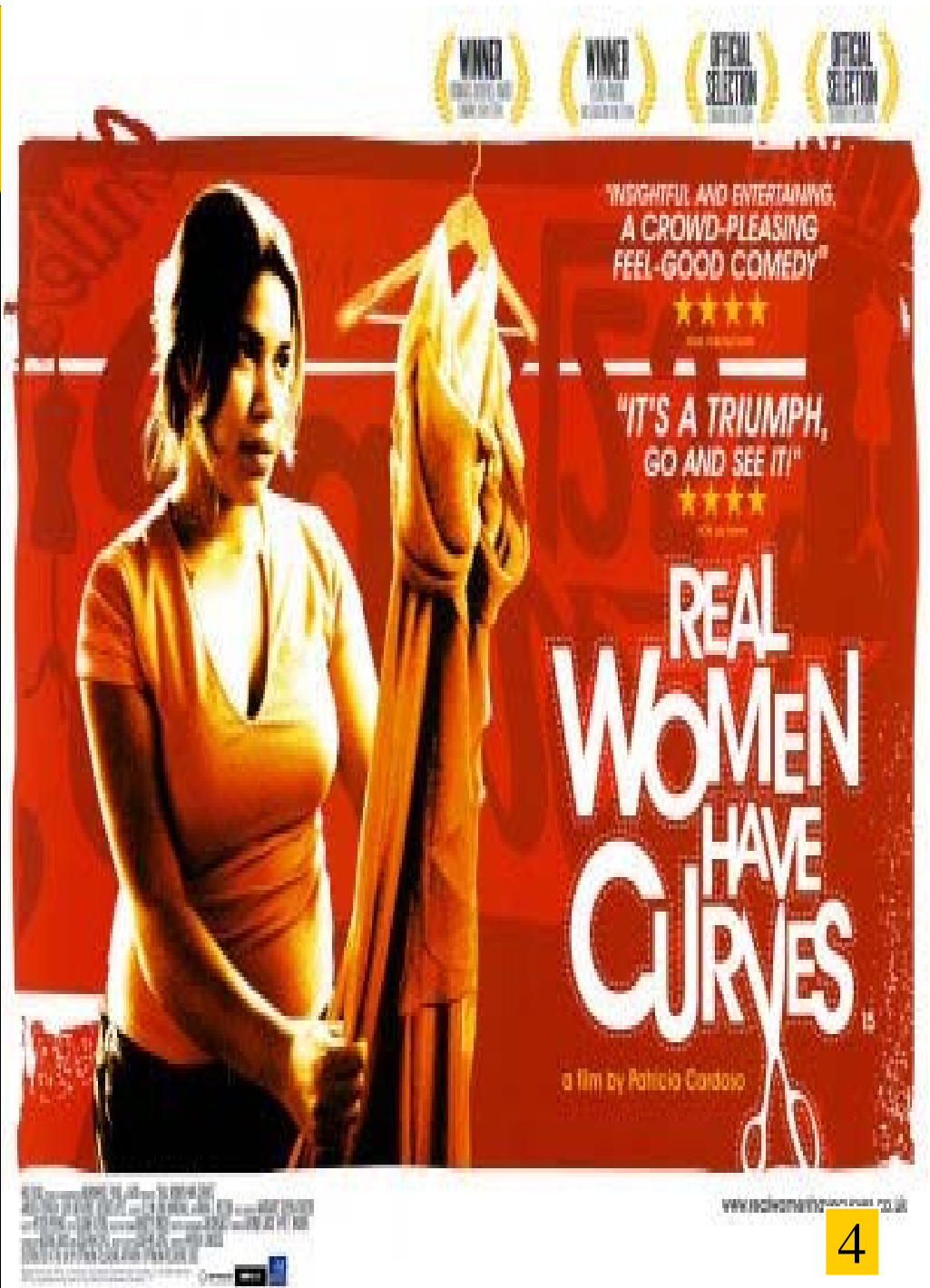
Guió de l'exposició

- ≡ 1. Introducció amb *Las mujeres de verdad tienen curvas*, de Cardoso, 2005 (pp. 4 i 5)
- ≡ 2. El poder dels mitjans de comunicació (p. 6)
- ≡ 3. Alimentació i mitjans (pp. 7 i 8)
- ≡ 4. Programes preventius
Tres, dos, u... acció! (pp. 9, 10 i 11)
- ≡ 5. Conclusions (pp. 12 i 13)
- ≡ 6. Referències bibliogràfiques (p. 14)

1. Introducció

- Direcció: Patricia Cardoso
- Guió: Josefina López i George Lavoo
- Producció: George La Voo
- País: EEUU, 2002
- Fotografia: Jim Denault
- Muntatge: Sloane Klevin
- Música: Hector Pereira
- Durada: 90 minuts

Intèrprets: América Ferrera (Ana), Lupe Ontiveros (Carmen), Ingrid Oliu (Estela), George López (Sr. Guzman), Brian Sites (Jimmy).





Comentaris del film

Vegeu el fragment visionat clicant [aquí](#). Alguns dels continguts que poden treballar-se a secundària i batxillerat són*:

- Anàlisi dels cànons de bellesa de dones massa primes i el culte al cos en la societat actual que afavoreixen l'anorèxia i la bulímia.
- Reflexió sobre els estereotips de gènere a la societat.
- Valoració del treball, l'esforç i la solidaritat en l'àmbit laboral i denúncia de l'explotació i subcontractació en la comunitat immigrant.
- Descobriments de la pròpia identitat, la sexualitat i l'amor en l'adolescència de manera conscient.

* Per a més informació vegeu Ambrós i Breu (2008).

2. El poder dels mitjans de comunicació

Ajuden a produir
estereotips

La TV és sagrada!

Sabers fragmentats
descontextualitzats,
inconnexos.

Transmeten idees,
valors, actituds...

990 h TV 1 any
960 h escola

Les imatges i els
continguts no són
reals

Aprenentatge
de segona mà

Els anuncis són els
missatges
vertaders

Socialitzen, eduquen.
El mestre
durant les 24 hores

3. Alimentació i mitjans



Quina relació hi ha entre el consum televisiu, els estereotips que presenten, en definitiva sobre els **EFFECTES** dels mitjans en els infants, preadolescents, adolescents i les alteracions alimentàries o els trastorns de conducta alimentaris?

Si bé els resultats de les investigacions discrepen respecte la forma i la magnitud dels **EFFECTES** que produeixen els mitjans de comunicació als infants i als més adolescents, el que sí queda clar és que **INFLUEIXEN** en el nostre comportament. Els experts diuen que hi ha força variables que intervenen, com per exemple factors individuals, influències familiars i del grup de pares i mares, influències socials i comunitàries, etc.



Algunes contradiccions

- Entre un 15 i un 40% de les noies adolescents han seguit alguna vegada a la vida alguna dieta per perdre pes.

- Entre un 10 i un 15% pateixen trastorns d'alimentació.

- Un 25% dels anuncis emesos al nostre país tenen com a protagonistes els aliments.

- La majoria d'anuncis publiciten productes **HIPERCALÒRICS**, que són perjudicials per a la salut.

PORTEM 25 ANYS DE RETARD!

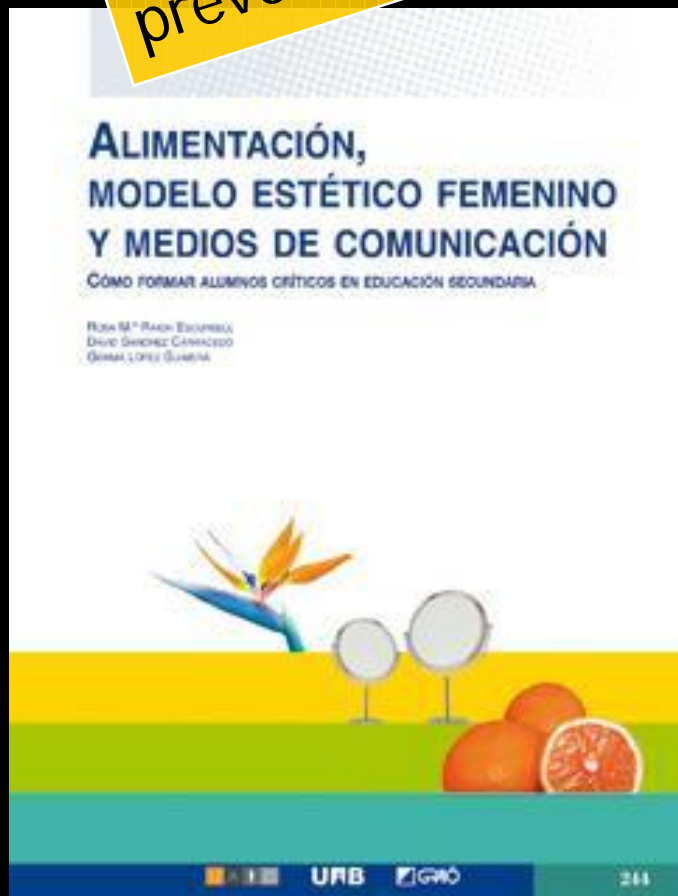
4. Programes preventius

Presentem **programes de prevenció** de les alteracions alimentàries i de les preocupacions per la imatge corporal a partir de **programes basats en l'educació en comunicació audiovisual!**

Vegeu monogràfic revista *Aula de Innovación Educativa* n. 178, gener del 2009.



Programes preventius



Programa realitzat per un grup de psicòlegs de la UAB. Inclou un DVD

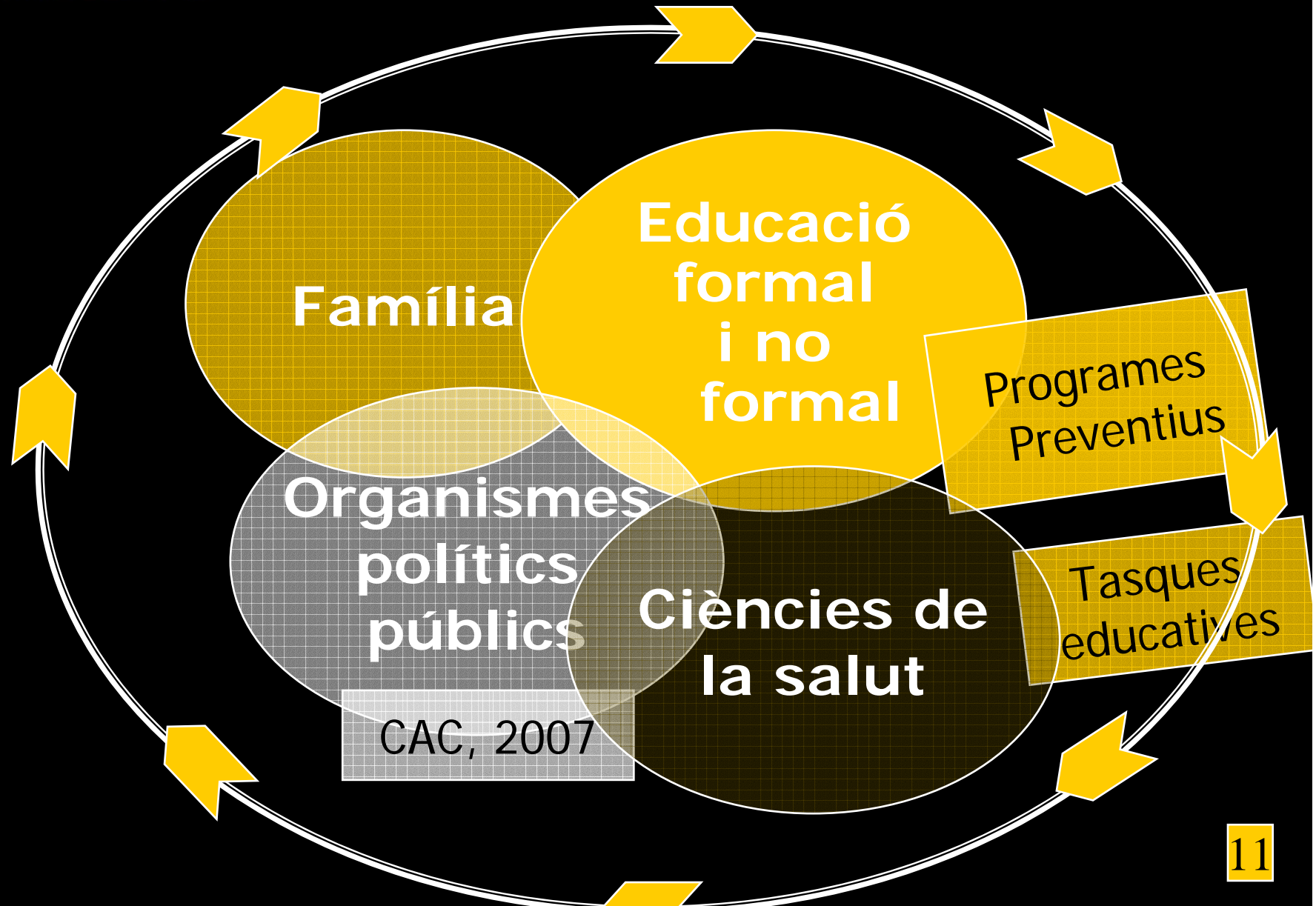
Bones pràctiques dels programes preventius.

- Presa de consciència de la imatge corporal.
- Connexió entre adolescents i adults.
- Presentar contextos on s'hagi d'escollir.
- Compromete els participants perquè facin canvis significatius a la seva vida.
- Combatre la idea de "tothom pensa que fumar és *cool*", etc.
- Engegar polítiques escolars o comunitaris paral·lels als programes.

10

Michael P. Levine, 2009

4. Tres, dos, u... acció!!!





5. Conclusions

**Alimentació,
mitjans de comunicació
i adolescència,
un encontre de sinèrgies**

Moltes gràcies!



La inversió en comunicació haurà estat la millor de les inversions fetes al llarg de la història de la vida!

(2006)



6. Referències bibliogràfiques

- Ambròs, A. i Breu, R. (2008). *Cinema i ciutadania 3r d'ESO*. Materials de suport per al professorat. Edició en CD. www.cinescola.info.
- CAC (2007). "Recomanacions sobre el tractament de l'anorèxia i la bulímia nervioses als mitjans de comunicació audiovisual". www.cac.cat
- Levine, M.P. (2009). "Aportaciones desde el campo de la prevención: implicaciones para la educación en comunicación", *Aula de Innovación Educativa*, 178, pp. 14-18.
- Llargués, E. i altres (2009). "Estado ponderal, hábitos alimentarios y de actividad física en escolares de primer curso de educación primaria: estudio AVall", *Endocrinol Nutr.* 56(6), pp. 287-92
- Raich, R.; Sánchez, D. i López, G. (2008). *Alimentació, model estètic femení i mitjans de comunicació*. Barcelona: Graó.
- Ramonet, I. (1983). *La golosina visual*. Barcelona: G.Gili. Reeditada el 2000 per l'editorial Debate de Madrid.
- Serrano, S. (2006). *Els secrets de la felicitat*. Barcelona: ARA
- VVAA (2009). "Educación en comunicación, ideal de belleza y alteraciones alimentarias". Monogràfic publicat a *Aula de Innovación Educativa*, 178.