

Piste per l'educazione allo sviluppo sostenibile (ESS)

Manifesto „1024 Sguardi“

## Acquisto di cibo : uno sguardo critico sui consumi

**Tema:** Alimentazione e consumo

**Livello:** 2° ciclo (5-8 HarmoS)



## ATTIVITÀ I: SCELGO CIÒ CHE MANGIO

---

### Obiettivi:

- elencare i principali fattori che influenzano le nostre scelte in fatto di cibo.
- Prendere posizione riguardo a questi fattori e argomentare le proprie idee.

Durata: 1 – 2 unità didattiche.

Materiale: piccoli post-it o post-it tagliati a strisce verticali, fogli.

### Competenze mirate:

- identificare le nozioni di base di un'alimentazione equilibrata.
- Identificare le relazioni esistenti tra attività umane e organizzazione dello spazio.
- Agire rispetto ai propri bisogni fondamentali utilizzando le risorse necessarie.
- Analizzare alcune forme d'interdipendenza tra l'ambiente in cui si vive e l'attività dell'essere umano.
- Sviluppare la conoscenza di sé stessi e imparare dal contatto con gli altri.

Capacità trasversali: collaborazione, comunicazione, strategie d'apprendimento, procedimento riflessivo.

### Svolgimento:

- 1 Gli allievi formano dei gruppi di 3-4 persone. Ogni gruppo riceve 2 piccoli post-it.
- 2 Uno dopo l'altro, i gruppi si mettono davanti al manifesto e ricevono il seguente compito: *„Alcune immagini del manifesto rappresentano diversi articoli di un supermercato. Il vostro gruppo va insieme al supermercato e acquista 2 prodotti (cibi o bevande) da consumare. Incollate i vostri post-it a lato delle due immagini scelte.“*
- 3 L'insegnante riprende i diversi prodotti segnalati dagli allievi, li elenca con il loro aiuto e li scrive alla lavagna. Se possibile, sono classificati per categoria.
- 4 L'insegnante chiede alla classe: *„Per quali ragioni avete scelto queste immagini? È stato facile mettervi d'accordo tra voi? Come avete fatto per decidere? Per quali ragioni alcuni prodotti sono stati maggiormente scelti rispetto ad altri? Il fatto che ci fossero pochi articoli da scegliere è stato un vantaggio o un inconveniente per questo esercizio?“*
- 5 L'insegnante pone la seguente domanda: *„Immaginate di essere soli al supermercato e di dover fare la spesa per la vostra famiglia. A cosa pensate per decidere cosa mettere nel carrello? Trovate il maggior numero di criteri possibili.“*
  - Variante 5H-6H: La classe discute e l'insegnante scrive i vari criteri alla lavagna.
  - Variante 7H-8H: Ogni allievo scrive individualmente i criteri che influiscono sulla sua decisione. Poi li esprime alla classe. L'insegnante scrive i criteri alla lavagna e invita gli allievi a trovarne altri ponendo delle domande.I criteri possibili sono: il gusto, la salute, il prezzo, l'aspetto/l'imballaggio, la pubblicità, ma anche le abitudini famigliari (collegate alle origini e alla religione) e il rispetto della natura. Anche se tutti questi elementi non vengono elencati, è importante porre agli allievi la domanda sull'influenza che hanno la pubblicità e i diversi imballaggi sulle loro scelte in campo alimentare.
- 6 L'insegnante annota ogni criterio principale citato su dei fogli diversi. Questi sono distribuiti ad alcuni allievi, i quali si mettono in riga davanti al resto della classe.

- 7 L'insegnante propone di classificare i criteri partendo dai più importanti ai meno importanti. Gli allievi davanti alla classe si spostano in base alle proposte dei loro compagni. Ogni proposta deve essere argomentata. È evidentemente impossibile ottenere un consenso univoco; l'obiettivo resta quello di creare la discussione e il dibattito.

Conclusione: non esiste un'unica soluzione possibile! Ognuno fa le sue scelte in base alla propria situazione. Tuttavia, alcuni criteri (p.es. la salute) dovrebbero avere un peso maggiore rispetto ad altri (p.es. l'imballaggio), anche se in realtà questo non è sempre il caso. L'essenziale è prendere il tempo per riflettere al momento di scegliere domandandosi le ragioni per le quali si ha voglia di un determinato prodotto.

- 8 Possibile sintesi: „Mangio a seconda di ...  
... chi sono: la mia età, la mia storia, la mia esperienza, quanto mi hanno insegnato e trasmesso, le mie abitudini, i miei valori (rispetto agli altri e all'ambiente);  
... ciò che mi influenza: la pubblicità, gli imballaggi, il mio gruppo di amici, la mia famiglia o altre persone per me importanti;  
... quello che ho a disposizione: le mie finanze, i negozi nelle vicinanze, il tempo che ho a disposizione per comprare da mangiare e cucinare, ecc.“

#### Possibili svolgimenti ulteriori:

visitare un supermercato con la classe per approfondire la riflessione o affrontare ulteriori domande: *Come sono raggruppati gli articoli sugli scaffali? Potrebbero essere disposti in un altro modo? Quali sono gli articoli rivolti i bambini? Come vengono scelti quelli che sono messi accanto alle casse? Perché alcuni prodotti sono esposti in reparti diversi?* Gli allievi pongono delle domande ad un responsabile del supermercato.

## ATTIVITÀ II: ACQUISTATE IL MIO PRODOTTO !

---

#### Obiettivi:

- descrivere in modo critico alcuni meccanismi pubblicitari.
- Identificare una parte dell'impatto pubblicitario sulle proprie scelte alimentari.

Durata: 2 unità didattiche circa.

Materiale: fogli, pennarelli, giornali, forbici e altro materiale per realizzare un cartellone pubblicitario.

#### Competenze mirate:

- identificare le nozioni di base di un'alimentazione equilibrata.
- Identificare le relazioni esistenti tra attività umane e organizzazione dello spazio.
- Analizzare alcune forme d'interdipendenza tra l'ambiente in cui si vive e l'attività dell'essere umano.
- Sviluppare la conoscenza di sé stessi e imparare dal contatto con gli altri.

Capacità trasversali: collaborazione, comunicazione, strategie d'apprendimento, pensiero creativo, procedimento riflessivo.

### Svolgimento:

- 1 L'insegnante chiede agli allievi di citare e descrivere una pubblicità che piace loro. Partendo da questo esempio, domanda quale sia il ruolo della pubblicità e annota le risposte alla lavagna con delle parole chiave.
- 2 Suddivisi in gruppi di 3 o 4 persone, gli allievi giocano ad essere dei pubblicitari. Ogni gruppo ottiene un prodotto alimentare. Questi sono rappresentati dalle immagini del manifesto che si trovano nelle seguenti caselle:
  - 1-U: Tomini di capra artigianali
  - 16-C: Cappuccino solubile
  - 5-X: Sushi consegnato a domicilio
  - 17-EE: Uva senza semi
  - 10-Z: Pizze surgelate
  - 18-U: Mele importate dalla Nuova Zelanda
  - 13-B: PasticciniOgni gruppo inventa un nome e uno slogan per il proprio prodotto. Elenca gli argomenti che desidera sviluppare e immagina la migliore pubblicità possibile. Questa può diventare un cartellone o uno spot pubblicitario da mettere in scena in classe.
- 3 Condivisione:
  - ogni gruppo presenta il proprio lavoro.
  - La classe vota e sceglie la migliore pubblicità. L'insegnante chiede alla classe le ragioni di questa scelta.
  - Ogni gruppo spiega su cosa si è basato per realizzare la propria pubblicità.
  - Discussione moderata dall'insegnante: *avete sempre detto la verità sul vostro prodotto? Avete pensato alla salute dei consumatori o all'ambiente? Comprereste un prodotto del genere? Se si dovessero mettere in guardia i consumatori sugli inconvenienti e i rischi del vostro prodotto, cosa aggiungereste alla vostra pubblicità? Perché molte pubblicità si rivolgono ai bambini quando sono i loro genitori che acquistano il prodotto? La pubblicità può convincerci ad acquistare qualcosa di cui non abbiamo bisogno o che è dannoso per la nostra salute? Quale differenza c'è tra il piacere di guardare una pubblicità ben fatta e quello di consumare il prodotto in questione?*
- 4 L'insegnante scrive la seguente domanda alla lavagna (in alto): „E se mangiassi solo in base alle pubblicità?“ disegnando sotto la scritta un grande cerchio che rappresenta un piatto. Poi propone agli allievi di citare tutte le pubblicità che conoscono su cibi e bevande e scrive le diverse marche nel piatto. Queste ultime sono poi raggruppate per categoria: fast-food, dolci, bevande zuccherate, latticini, ecc. Gli allievi rispondono alla domanda iniziale paragonando il contenuto del piatto con quello di un menu equilibrato e si interrogano su come la pubblicità influenzi il contenuto dei nostri piatti. Vengono identificati gli alimenti che mancano nel piatto della pubblicità. Si può utilizzare la **piramide alimentare** per approfondire meglio la discussione.
- 5 Sintesi e conclusione:

L'insegnante riprende le risposte date all'inizio riguardo al ruolo della pubblicità e chiede agli allievi di completarle. Per terminare, la classe può realizzare un cartellone che raggruppi i punti positivi e negativi della pubblicità. Tra questi ultimi, è importante rendere attenti gli allievi riguardo alle informazioni non veritiere date da alcune pubblicità (p.es. su quanto sano possa essere un prodotto).

### Possibili svolgimenti ulteriori:

la classe organizza una campagna pubblicitaria per l'istituto scolastico per promuovere degli alimenti sani/locali/di stagione poco presenti nelle pubblicità indirizzate ai bambini.

### Informazione per l'insegnante:

in base ad uno studio, gli alimenti presentati nelle pubblicità durante i programmi seguiti dai ragazzi svizzeri sono i seguenti: fast-food, pasti precotti (52,3%) / dolci, snack, bevande gassate (28,4%) / latticini (12,2%) / farinacei (3,3%) / bevande non zuccherate (2,4%) / materie grasse (0,7%) / carne e pesce (0,5%) / frutta e verdura (0,2%).

Fonte: Studio KIWI2 realizzato nel 2011 dall'alleanza dei consumatori svizzeri (FRC, SKS, ACSI).

## ATTIVITÀ III: LA MIA SCATOLA DI CEREALI

### Obiettivi:

- analizzare in modo critico le informazioni contenute su una scatola di cereali.
- Prendere coscienza dell'influsso che gli imballaggi hanno sulle nostre preferenze alimentari.

Durata: 2 unità didattiche circa.

Materiale: alcune scatole (di cartone) di cereali, fogli A3, forbici, colla, pennarelli, pubblicazione „Choco Leo“ della FRC da scaricare all'indirizzo [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch) (distribuire solo la parte intitolata „I trucchi del marketing destinati ai giovani“).

### Competenze mirate:

- identificare le nozioni di base di un'alimentazione equilibrata.
- Identificare le relazioni esistenti tra attività umane e organizzazione dello spazio.
- Analizzare alcune forme d'interdipendenza tra l'ambiente in cui si vive e l'attività dell'essere umano.
- Sviluppare la conoscenza di sé stessi e imparare dal contatto con gli altri.

Capacità trasversali: collaborazione, comunicazione, strategie d'apprendimento, procedimento riflessivo.

### Svolgimento:

- 1 L'insegnante chiede a qualche allievo di portare in classe le scatole di cartone dei cereali che mangiano a casa.
- 2 Gli allievi formano dei gruppi di 3 persone.
  - Ogni gruppo riceve una scatola e due fogli A3.
  - Il gruppo osserva attentamente le informazioni scritte sulla scatola.
  - Ritaglia le diverse categorie di informazioni e le incolla sui fogli, indicando ogni volta un titolo (p.es. ingredienti, provenienza, peso, data di scadenza, marche, giochi, ecc.). Se alcune informazioni non sono comprese o non possono essere classificate, saranno anche ritagliate e messe da parte.
  - Il gruppo sottolinea con un pennarello a colori le categorie di informazioni che gli sembrano più importanti.

- 3 Distribuzione e lettura in comune della pubblicazione „Choco Leo“ riguardante i trucchi di marketing indirizzati ai giovani. Ogni gruppo traccia un parallelo con la propria scatola di cereali.
- 4 Condivisione: ogni gruppo presenta il suo lavoro e le sue riflessioni. Le informazioni che non hanno potuto essere classificate vengono riprese e discusse in classe.
- 5 Discussione moderata dall'insegnante: *quali informazioni leggete di solito? Cosa avete scoperto di nuovo? Quali informazioni vi sembrano utili/inutili? Cosa aggiungereste? Cosa vi fa venire voglia (o non) di acquistare questa scatola di cereali? Cosa ci dicono le diverse cifre indicate sulla scatola? Ci sono delle informazioni che si possono mettere in dubbio? Cosa vi ha insegnato la pubblicazione „Choco Leo“? A cosa farete attenzione in futuro? Credete di influenzare gli acquisti dei vostri genitori?*

#### Possibili svolgimenti ulteriori:

- Qualora ci fossero domande poste dagli allievi durante la riflessione sulla scatola di cereali, scrivere alla ditta produttrice per chiedere delle spiegazioni o esprimere un desiderio.
- Organizzare una degustazione di diversi cereali per paragonarli tra loro: disporre su un tavolo 3 o 4 tipi di cereali (di aspetto e gusto simile ma di marche diverse), senza indicare la marca. Su un altro tavolo, mettere gli stessi cereali accanto ai rispettivi imballaggi. Gli allievi votano per ogni tavolo i cereali che preferiscono. Dopo aver comunicato i risultati, la classe discute sull'influenza che le scatole hanno sulle preferenze alimentari.

#### Informazioni complementari per l'insegnante:

- Pubblicazione completa „Choco Leo“ della FRC che analizza i trucchi di marketing destinati ai ragazzi e ai genitori partendo da una scatola di cereali fittizi. Da scaricare all'indirizzo: [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch). Questa documentazione può anche essere distribuita ai genitori.
- Tabella della FRC in cui vengono paragonati i cereali per bambini in base alla loro composizione. Da scaricare all'indirizzo: [www.frc.ch/enquetes/trop-sucrees-les-cereales](http://www.frc.ch/enquetes/trop-sucrees-les-cereales) (in francese)

### Altri suggerimenti in campi disciplinari diversi:

- immaginare un mondo senza imballaggi: ognuno potrebbe andare a fare la spesa con i propri contenitori da riempire. Identificare le argomentazioni pro e contro un tale sistema ed organizzare un dibattito in classe.
- Paragonare diversi prodotti ed identificare quale è il più o il meno caro per unità o al kg. Come convertire i diversi prezzi? Dove troviamo queste informazioni sulle scatole/in un supermercato? Costa di più un kg di frutta o di biscotti?
- A gruppi, gli allievi scelgono un prodotto alimentare (elaborato o meno) rappresentato nel manifesto e realizzano il suo „passaporto“: foto, origine(i), ingredienti, grandezza, segni particolari, ecc. Ogni gruppo presenta il passaporto (senza la foto) al resto della classe e gli allievi devono indovinare di quale prodotto si tratti.
- La classe conduce un’inchiesta su un barattolo di crema al cioccolato da spalmare. Identificare la lista degli ingredienti e cercare le origini di questi ultimi. Indicare i luoghi di produzione sulla cartina del mondo (del manifesto) e valutare le distanze percorse.
- Immaginare la vita di un prodotto alimentare prima e dopo il suo acquisto. Gli allievi scelgono un’immagine del manifesto che rappresenta un cibo (o ne ritagliano una da un giornale). Riproducono (o incollano) questa immagine su un foglio e successivamente disegnano a destra e a sinistra del prodotto le diverse tappe del suo ciclo vitale: dalla sua fabbricazione alla distribuzione, fino al consumo, al secchio della spazzatura e all’eventuale riciclaggio.
- Gli allievi recuperano le scatole e gli imballaggi dei prodotti alimentari smaltiti a casa. Una volta raccolti in classe, questi imballaggi sono analizzati e classificati con diverse metodologie. Ci si interroga sulle loro funzioni: conservare il prodotto, trasportarlo con maggiore facilità, invogliare a comprarlo? Ogni allievo può poi scegliere alcuni imballaggi per realizzare un’opera d’arte astratta. Si può organizzare un’esposizione per i genitori. I restanti imballaggi sono suddivisi per essere successivamente riciclati.
- Gli allievi disegnano il supermercato del futuro. Ogni allievo commenta il suo disegno e spiega la sua visione ai compagni di classe.
- Ritagliare dai giornali una serie di immagini che rappresentano alcuni cibi e bevande (40 immagini circa). Queste sono disposte sui tavoli. Gli allievi si suddividono a piccoli gruppi, che rappresentano l’equipaggio di una nave in rotta verso un’isola deserta. Ogni gruppo deve mettersi d’accordo per portare 4 prodotti essenziali per la sua sopravvivenza. Al momento di imbarcarsi, gli equipaggi scoprono che non hanno sufficiente spazio a bordo della nave e che devono lasciare a terra 1 prodotto. Il gruppo discute per decidere quale prodotto sacrificare. Il viaggio comincia ma la nave deve affrontare una tremenda tempesta. Per non ribaltarsi, bisogna rinunciare ad un altro prodotto. Finalmente, i diversi gruppi raggiungono la loro isola. Ognuno presenta al resto della classe i 2 prodotti rimasti, spiegando perché li ha conservati. Discussione: quali sono i prodotti di cui abbiamo davvero bisogno e quali invece sono superflui? Qual è la differenza tra un desiderio e un bisogno?

### Impressum

**Autore:** Marie-Françoise Pitteloud

**Traduzione:** Alessandra Arrigoni

**Diritti fotografici:** tutte le fotografie sono messe a disposizione dai collaboratori di éducation21

**Copyright** éducation21, maggio 2015

éducation21 | Piazza Nosetto 3 | 6500 Bellinzona

Tel +41 91 785 00 21 | info\_it@education21.ch | www.education21.ch