

“Alimentación saludable, alimentación consciente”

Actividad didáctica teatralizada.

Introducción

Un informe de la **Organización Mundial de la Salud** concluyó que la **obesidad** alcanzó proporciones epidémicas a nivel mundial. La OMS estimó que **cada año mueren al menos 2,6 millones de personas a causa de esa enfermedad.**

Respecto a los niños, agregaron que hay más de **42 millones de menores de cinco años con sobrepeso.** La OMS destacó que la **obesidad infantil** es uno de los problemas más graves del siglo XXI en cuanto a salud pública. Estos niños y niñas tienen mayor riesgo de padecer **diabetes y enfermedades cardiovasculares** a edades más tempranas. Estas afecciones pueden derivar en **muerte prematura y discapacidad.**

Varios nutricionista afirman que la obesidad no es únicamente causa de decisiones individuales; existen toda una serie de factores sociales, ambientales, económicos y políticos que influyen en nuestra conducta, que determinan nuestros estilos de vida y estado de salud, o mejor dicho, de enfermedad.

Se trata de aspectos que generan un ambiente obesigénico, es decir, un entorno que promueve la obesidad y la enfermedad.

Ante la vulnerabilidad en la que se encuentran las y los menores frente a la gran oferta de productos insanos y ante la falta de legislaciones que regulen a la agroindustria es necesario tomar cartas en el asunto y frenar esta epidemia. Exigir a las autoridades que regulen el consumo de estos productos y por otro lado informar y alertar a la población.

Sinopsis argumental del espectáculo:

Vemos a una mujer desenvolviéndose en un día cualquiera; se levanta por la mañana toma su desayuno, cada producto que se sirve es anunciado por diferentes medios (televisión, radio, internet) escuchamos las publicidades recomendando el producto por sus valores energéticos. Cereales azucarados sabor chocolate, jugo concentrado, unas galletas rellenas y yogurt.

A la hora del almuerzo pide por teléfono un “combo” a una cadena de comida rápida: una hamburguesa doble con ración de patatas fritas y un vaso de refresco sabor a naranja. La persona que la atiende le dice que por ¡tan solo 1 euro más puede acceder a la oferta del día ¡ración extra de patatas y vaso XXL de refresco! Otra ventaja ¡la llevamos a tu domicilio!

Come ansiosa sin despegar la vista de las pantallas, sin reparar en lo que ingiere. Apenas se mueve, sus movimientos son lentos. Las pantallas a toda hora emiten publicidades de alimentos industrializados / procesados, llenos de felicidad. Su cuerpo claramente muestras síntomas de obesidad.

Merienda un huevo de chocolate, relleno de juguetes, un bocata de chorizo y un vaso de zumo concentrado. Para la cena un buen plato de macarrones con tomate frito envasado y para terminar un postre sabor a vainilla.

La vemos cada vez más cansada a pesar de que apenas se mueve.

Por la mañana suena el despertador y así se repite día tras otro, pero una mañana, le duele mucho la cabeza, sus manos tiemblan, el cansancio es mayor y se siente muy débil, apenas puede caminar.

Decide ir al médico para saber qué le sucede. Allí le informan que está obesa y desnutrida. No solo eso, el médico le dice que su salud está en grave peligro ya que tiene diabetes tipo 2 y riesgos de padecer enfermedades cardiovasculares.

Se siente engañada, desencantada. Ella comió cada producto recomendado por sus queridas pantallas, productos que las publicidades le ofertaron como sanos, naturales, llenos de energía, llenos de nutrientes y vitaminas. ¿Cómo podía ser que habiendo comido y bebido todo lo que le recomendaron estuviese enferma a causa de las comidas?

Pero pensándolo bien ella que comió cientos de cajitas felices, cada día estaba más triste; ella que “bebió el sabor de la verdadera fruta”, “destapó la felicidad”, se sentía muy desdichada, ella que creyó estar “a gusto con la vida” en cambio... se sentía muy enferma.

Había sido fiel a sus pantallas y su cuerpo pagaba las consecuencias de esa fidelidad. Y no solo ella, 640 millones de personas cayeron en el engaño y son obesas y lo más triste... 2 millones han muerto por enfermedades derivadas del consumo de alimentos promocionados por la gran industria alimentaria, la número 1 en ventas.

Engañada, enfadada apaga todas las pantallas, tira la comida industrializada a la basura. - ¿Pero ahora qué como? se pregunta, investiga en internet, quiere tener mucha energía, ¿quien es una estrella deportiva imparable pregunta al público? El público le revela que hay una estrella de futbol, un tal Lionel Messi- ¡bien!, investiguen por favor, saquen sus teléfonos que come ese ser humano? El público descubre que el médico nutricionista le recomendó beber agua, eliminar todos los productos industrializados, comer cereales integrales y mucha fruta y verdura orgánica, desde que lo hace su rendimiento es extraordinario. -¡Justo lo que preciso, poderes extraordinarios! ¡Mucha energía! Decide cambiar sus hábitos alimenticios: come frutas y verduras, bebe abundante agua, hace ejercicios. Su cuerpo poco a poco empieza a mostrar signos de vitalidad. Cambia su tono, su energía, se empieza a reír, disfruta de cada cosa que hace. Su energía va en aumento hasta convertirse en una super heroína. La vemos entrenarse mentalmente para resistir las tentaciones de las publicidades, tiene un montón de herramientas y conocimientos para evitar caer en las irresistibles publicidades. Lleva su lupa para leer las etiquetas, su exprimidor manual, su botella de agua, su mochila llena de frutas y frutos secos para cuando tiene hambre. Sus archi enemigos le dejan salchichas, refrescos, helados, patatas fritas, chocolates para debilitarla, le ponen carteles publicitarios. Escucha y ve publicidades por todas partes, pero ella esta entrenada mentalmente para no caer en la trampa.

Su objetivo ahora es prevenir a todas las personas para que no sufran las consecuencias de una dieta rica en calorías vacías, rica en grasas, llena de sal y azúcar, pero muy pobre en nutrientes. Una dieta que llevará a la mitad de la humanidad a convivir con diferentes enfermedades crónicas no hereditarias.

Llega llena de soluciones ricas, nutritivas y muy divertidas. La veremos preparar una merienda saludable, armar un huerto urbano y hacer divertidos ejercicios.

Su mensaje es claro: hay que cultivar nuestros alimentos, volver a cocinar como lo hacían nuestros abuelos y abuelas, con productos frescos y sanos, hay que olvidarse de los productos de las grandes marcas, hay que leer las etiquetas, ocuparse de comer variado, lo más orgánico posible, hacer deportes y tener una vida social activa. Con estas pautas nuestros niveles de energía serán muy saludables.

Alimentación saludable, alimentación consciente ¿qué comemos y para qué?

El espectáculo y la actividad didáctica tienen como objetivo que los y las participantes aprehendan:

1. **Qué es la obesidad y qué es el sobre peso.** Por qué es peligroso padecerlos. **Reconocer las señales de obesidad y sobrepeso**, visualizar los efectos nocivos de la alimentación y el sedentarismo en nuestro organismo. Diabetes, colesterol, riesgo de ACV.
2. **Paradoja: obesos pero desnutridos.** Nuestros genes son paleolíticos ¿qué nutrientes precisa nuestro organismo -nuestra biología- para estar nutridos y nutridas?
3. **Cuándo, cómo, qué comemos.** La importancia de comer conscientemente, viendo y prestando atención a lo que ingerimos. Sabores, texturas, olores y colores. ¿Cuándo precisamos comer? Escuchar a nuestro organismo y sus necesidades.
4. **Comida rápida... enfermas rápido.** ¿Qué tienen los alimentos industrializados, los jugos concentrados y las bebidas azucaradas? Por qué evitarlos, o mejor aún, por qué eliminarlos de nuestra dieta:
 - **Azúcar:** el azúcar refinado crea adicción comparable a la cocaína, por eso es incorporada a casi todos los alimentos industrializados. Philip James (Ex técnico nutricionista de la OMS) afirma que nuestro organismo no necesita azúcar agregada. Actualmente la OMS recomienda máximo 25gr/día pero una dieta a base de productos industrializados supera los 120gr/día. El consumo de azúcar refinado no aporta nutrientes, en cambio tiene un gran impacto negativo en la salud: **diabetes, hiperactividad, ansiedad, obesidad.** Aprenderemos a reconocer los distintos tipos de azúcares que utiliza la industria: azúcar cristal, jarabe de maíz alta fructuosa, sacarosa, maltodextrina, azúcar de remolacha... todos caras de la misma moneda.
 - **Bebidas azucaradas,** zumos concentrados, zumos en polvo equivalen a azúcar, químicos, colorantes, saborizantes, estabilizantes. Qué son y cómo repercuten en nuestra salud.
 - **Grasa,** aceite de palma, aceite refinado, grasas trans. Todos ellos producen colesterol y aumentan el riesgos de padecer ACV
 - **Sal:** nuestro organismo la precisa, pero el exceso de sal modifica nuestro comportamiento frente a los alimentos, ya que es un generador del

apetito y estimula su ingesta. La gran cantidad de sal que tienen los productos industrializados repercute en nuestra salud negativamente: mayor propensión a sufrir patologías cardiovasculares (hipertensión), el ictus (accidentes cerebrovasculares), osteoporosis, diabetes, cáncer gástrico e incluso exacerbar los síntomas del asma y - a la larga- algunos de estos padecimientos pueden incluso ocasionar la muerte.

- **Harinas refinadas.** Cómo impacta en los niveles de azúcar.
- La gran mentira de **los productos light**, bajos en grasa. El uso de edulcorantes y el consumo de esos productos hacen que engordemos más aún. El cerebro se confunde, no puede calcular las calorías ingeridas, por lo tanto no manda señal de satisfacción para dejar de comer.

5. Impacto medio ambiental y social de la comida chatarra.

- Desforestación, monocultivo (aceite de palma, soja, caña de azúcar JMAF)
- Contaminación (napas de agua; envasado y packaging; fumigación)
- Agotamiento de la tierra (agroquímicos)
- Explotación de recursos y mano de obra esclava.
- Transporte innecesario (contaminación)

6. **Alimentación orgánica** ¿por qué y para qué? Impacto positivo en nuestra salud y en el medio ambiente. La dieta mágica de Messi: comida orgánica 80% vegetal y agua. Los nutrientes necesarios para una super estrella del futbol y para todo ser humano.

7. **¿Qué es el comercio justo?** ¿qué es consumo local y responsable?

8. **Es necesario volver a cocinar y comer lo que comían nuestros abuelos.**

9. **Mostrar opciones de alimentación saludable:** se facilitarán algunos ejemplos de comida casera, rápida y económica.

10. **Huerta urbana en casa y en el cole.** ¿Cómo empezar?

11. **¿Por qué es importante realizar actividad física?** Ayuda a bajar los niveles de azúcar en sangre, aumenta el nivel de energía, quema grasas, mejora la circulación y la presión arterial

12. **¿Por qué hay que limitar las horas de interacción con las pantallas?**

Sedentarismo, obesidad, comunicación, sociabilización.

13. **Lectura de etiquetado.** Publicidad, pantallas, carteles, envases de productos... cómo el marketing engaña nuestro cerebro. Neuromarketing. Juguetes en las comidas, nuestros héroes favoritos, jugadores de futbol: una amplia gama de atractivos para seducirnos.

“La publicidad engañosa dirigida a la infancia está violando el derecho a la salud y el derecho a la información de niñas, niños y adolescentes en su vida presente, por lo que se debe establecer que la regulación se amplíe para protegerlos hasta los 18 años y debe comprender a todos los medios y herramientas utilizadas por la industria”.

Se destacará y reforzará la información para identificar los alimentos sanos y reconocer cuales son insanos para poder hacer frente a la publicidad agresiva de los productos que provocan obesidad y problemas de salud y a la falta de regulación por parte de las autoridades sanitarias.

Metodología:

Teatralización, proyección de imágenes, experiencia vivencial, juego, coloquio e investigación, malabares, ejercicios acrobáticos.

Teatralización:

Un clown será el trasmisor de la información de forma divertida, lúdica y didáctica.

Mediante la técnica de clown se dramatizará un estilo de vida no saludable. Finalmente nuestra protagonista se convertirá en una super heroína, se entrenará física y mentalmente para lograr hábitos de alimentación saludable. Al mismo tiempo se recurrirá a la utilización de títeres. Tanto la figura de súper héroes como “los personajes” son utilizados por la industria de alimentación y el marketing por ser referentes para los y las pequeñas consumidoras. En este caso los utilizaremos para transmitir un mensaje positivo para la salud. Recurriremos a la risa y el humor como método efectivo de comunicación y aprendizaje.

Juego:

El juego, la teatralización de la situación y la vivencia práctica. Los y las espectadores serán invitados a participar interpretando diferentes roles.

Experimentación:

- Cocinaremos en vivo comida saludable y orgánica.
- **Compararemos precio y tiempo que nos lleva una merienda equilibrada Vs. dieta insana así como su impacto en el medio ambiente.**
- *Basándonos en el proyecto “Davies happy meal”; Sally Davies, fotógrafa neoyorkina, toma fotografías a una hamburguesa que compró el 10 de abril de 2010 hace más de 2.293 días, la hamburguesa sigue intacta.* Visualizaremos el deterioro natural de los restos de una manzana, banana y lo compararemos con los de una hamburguesa o cualquier bollería industrial comprada en una de las cadenas de comida rápida, días antes, para observar que no se descompone debido a la gran cantidad de químicos que lleva.
- Mediremos la cantidad de azúcar de diferentes productos, refrescos, cereales, galletas para visualizar la ingesta real de azúcar total al día.
- Investigaremos haciendo uso de la tecnología que portamos todos en nuestros bolsillos: visitaremos páginas web durante el espectáculo para leer diferentes artículos, visitar paginas de la agroindustria y ver valores de azúcares y publicidad engañosa.

Coloquio:

- Abriremos un espacio para que las y los participantes cuenten sus experiencias con diferentes productos (naturales y orgánicos Vs. industrializados). Qué sienten cuando los comen, por qué compran. Abriremos un espacio para que hagan preguntas y planteen dudas.
- Buscar soluciones entre todas y todos a las diferentes posibilidades y acceso a la alimentación.
- ¿Qué podemos hacer para que no influya la publicidad a la hora de alimentarnos?
- Chequear lo aprendido por las participantes.
- Tomar conciencia de que todas y todos somos partícipes de la comunidad y que juntos podemos apoyarnos para no consumir los productos que nos enferman y exigir a las autoridades que regulen su venta y publicidad. Crear grupos de consumo responsable, realizar charlas informativas, buscar información en internet, ver documentales. Informar en nuestros ámbitos.

Al final de la actividad se facilitará una cartilla con propuestas para trabajar en clase y en casa con docentes y familiares.

Tiempo de la actividad:

1:30 hora aproximadamente.

Espectáculo unipersonal.

Idiomas: Euskera o castellano.

La compañía aportará todo lo necesario para desarrollar la actividad.

A quien va dirigida la actividad: la actividad se puede adaptar según las edades de las y los asistentes. Puede ser desde niños de 4-5 años hasta personas adultas.

Los grupos no superaran las 100 personas, para hacer efectiva la participación y comprensión de la actividad.

Qué precisamos:

De la escuela o institución: Espacio cómodo y amplio para la actividad (una sala o salón de actos)

Consultar presupuesto. Esta actividad es autogestionada (**no** cuenta con el apoyo de ninguna institución). El presupuesto se pautará entre la institución y la compañía y siempre se adaptará a la realidad económica de las distintas zonas.

Quienes somos:

Paula Alfieri, desde hace 20 años se desempeña dentro de las artes escénicas. El foco principal de su trabajo es la difusión de diferentes temas socio ambientales, de salud y ecología adaptándolos al formato teatral.

En 1997 crea la compañía de teatro “**En la Lona**” la cual participó y participa en números festivales nacionales e internacionales (República Checa, Malasia, Francia, España, Bélgica, Argentina). Desde sus inicios incorporó el euskera a sus producciones todas las producciones de la compañía se realizan en euskera y castellano.

Realizó y realiza exposiciones teatralizadas en diferentes centros. Colabora con proyectos en diferentes museos en Catalunya y País Vasco (España). Campañas escolares difundiendo diferentes temas (adopción, contaminación, ecología) en los países antes mencionados.

En Argentina realiza campaña para la prevención del Dengue.

Dirigió la campaña “Sostenibilidad doméstica” (Bilbao, por encargo de la BBK), actividad para ver el impacto de nuestros hábitos en el medio ambiente. Formato de 2 horas teatralización, exposición y degustación de productos locales y ecológicos.

Asesoramiento:

Este proyecto cuenta con el asesoramiento de la comunidad médica y nutricionistas.

info@enlalonga.es

Referencias visuales último espectáculo de prevención de dengue



Espectáculo: Blandengue (Prevención Dengue- Argentina)



Viendo larvas de mosquito Aedes Aegyti trasmisor del Dengue (Buenos Aires-Argentina)

“Alimentación consciente, alimentación saludable”

Fuentes y referencias que se utilizan en el proyecto:

“Adictos a la comida basura” Michael Moss. DEUSTO S.A. EDICIONES, 2016

“Malcomidos” Soledad Barruti, Edición Cuspide 2013.

Web de consulta:

<http://www.eneek.org/cas/index.asp>

<http://vsf.org.es/25-gramos/publicidad#top>

- “Davies Happy Meal proyect”: proyecto en el que Sally Davies, fotógrafa neoyorkina, toma fotografías a una hamburguesa que compró en Mc Donals el 10 de abril de 2010 y después de 2.293 días, la hamburguesa sigue intacta.

<https://www.flickr.com/photos/sallydavies/sets/72157624739645253/>

- Webs de Mc Donalds y Burquer King. Análisis de tablas nutricionales de sus productos.
- Publicidad engañosa, como engañan a niños y niñas y jóvenes con juguetes e imagen

<http://www.mcdonalds.com.ar/familia/juguetes>

- **LEY NÚM. 20.606**

SOBRE COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS ALIMENTOS Y SU PUBLICIDAD

(<https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1041570>)

- **“La dieta de Messi”**

<http://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20160427/401405636030/los-secretos-de-la-dieta-de-leo-messi.html>

Otras web de consulta: Asociación de obesos España, Nutricionistas, informes de publicidad de diferentes países (España, Argentina, México, EE UU)

Documentales:

- **La noche temática “sobre dosis de azúcar”**

https://www.youtube.com/watch?v=bbEgM2b_nYo

- **“El marketing de las corporaciones”**

<https://www.youtube.com/watch?v=ytAv1YpSgLo&t=2196s>

- **“Los Sucios Secretos de la Industria de la Alimentación”**

<https://www.youtube.com/watch?v=ziLt4D8POg0>



Espectáculo Blandengue, prevención de la transmisión del dengue