

Ciències Generals

Críteris específics d'avaluació

Críteris d'avaluació	Indicadors	Valor
1. Redactar amb correcció i adequació sintàctica, lèxica, ortogràfica i discursiva, i amb riquesa expressiva.	Utilitza un llenguatge adequat al seu nivell i comet menys de vint faltes ortogràfiques.	0,25
	El text està ben estructurat i comet menys de quinze faltes ortogràfiques. Utilitza el vocabulari tècnic propi de la temàtica tractada que s'introdueix en la mateixa documentació.	0,5
	Comet menys de deu faltes ortogràfiques. Utilitza el vocabulari tècnic propi de la temàtica tractada que s'introdueix en la mateixa documentació i l'amplia amb les seves pròpies aportacions.	0,75
	Comet menys de cinc faltes ortogràfiques. Utilitza el vocabulari tècnic propi de la temàtica tractada que s'introdueix en la mateixa documentació i l'amplia amb les seves pròpies aportacions.	1
2. Analitzar les dades del gràfic adjunt. Identificar els problemes de salut ocasionats per l'obesitat.	Sap reconèixer el problema de salut pública que és l'obesitat, però no n'explica els factors que l'ocasionen.	0,25
	Sap reconèixer el problema de salut pública que és l'obesitat i identifica almenys un factor en què l'obesitat deteriora la salut.	0,5
	Sap reconèixer el problema de salut pública que és l'obesitat i identifica almenys dos factors en què l'obesitat deteriora la salut	0,75
	Sap reconèixer el problema de salut pública que és l'obesitat i identifica almenys tres factors en què l'obesitat deteriora la salut.	1

Críteris d'avaluació	Indicadors	Valor
3. Raonar correctament sobre el valor nutricional dels diferents aliments al plat de Harvard.	Identifica correctament en quin grup d'aliments podem trobar almenys dues de les biomolècules (hidrats de carboni, greixos, vitamines) que es demanen.	0,25
	Identifica correctament en quin grup d'aliments podem trobar totes les biomolècules (hidrats de carboni, greixos, vitamines) que es demanen.	0,5
	Respon correctament també sobre les funcions de les diferents biomolècules.	0,75
	Té clar també que les vitamines han d'estar presents en menor quantitat (pot esmentar el concepte d'oligoelement) i sap justificar per què són necessaris en menor mesura.	1
4. Raonar sobre per què és perillós el frau en l'oferta alimentària. Proposar quina informació ha de tenir el consumidor sobre els aliments que compra.	Justifica correctament que hi ha sectors de la població més vulnerables al frau alimentari.	0,25
	Valora que els envasos aportin informació sobre tots els seus components i que aquesta informació sigui clara i entenedora.	0,5
	Valora que els envasos aportin informació addicional sobre els seus ingredients o valora que els envasos aportin informació sobre l'ètica de la producció alimentària (condicions de vida dels animals, comerç just, etc.).	0,75
	Fa propostes molt ben justificades i encaminades a facilitar que la major part de la població pugui valorar els productes alimentaris.	1
5. Escollir en quins aspectes estarà centrada la campanya.	Escull un nombre massa gran o massa petit d'aspectes per fer una bona campanya o no justifica adequadament la tria.	0,25
	Escull un nombre d'aspectes adequat per a la campanya però no els justifica de manera convenient.	0,5
	Els aspectes escollits són adequats per a la campanya tenint en compte la franja d'edat a la qual s'adreça o altres factors.	0,75
	Els aspectes escollits són molt adequats i considera tots els altres factors al voltant dels quals gira la campanya (edat, mitjans de comunicació, eslògan, exemple d'àpat, etc.).	1

Críteris d'avaluació	Indicadors	Valor
6. Escollir un eslògan atractiu per a la campanya.	L'eslògan és correcte sense arribar a ser massa atractiu.	0,25
	L'eslògan és atractiu.	0,5
	L'eslògan és atractiu i ben ajustat al rang d'edats seleccionat.	0,75
	L'eslògan és atractiu i té el potencial d'atraure gent fins i tot fora del rang d'edats seleccionat.	1
7. Proposar un exemple d'àpat nutricionalment equilibrat i saludable.	Fa una proposta d'àpat que no s'adequa amb el patró d'una nutrició saludable i equilibrada.	0,25
	Fa una proposta d'àpat nutricionalment ben equilibrada, però amb marge de millora.	0,5
	Fa una proposta d'àpat tenint en compte els exemples aportats i també afegeix un aliment més de manera encertada.	0,75
	Fa una proposta d'àpat tenint en compte els exemples aportats i afegeix dos o més aliments de manera encertada.	1
8. Justificar clarament a quin segment de la població es dirigirà la campanya. Escollir dos mitjans per dur a terme la difusió.	La justificació de la tria del segment de la població i dels mitjans de comunicació és pobre en tots dos casos.	0,25
	La justificació de la tria del segment de la població o dels mitjans de comunicació és pobre en algun dels casos.	0,5
	La justificació de la tria del segment de la població o dels mitjans de comunicació és correcta i està ben argumentada.	0,75
	La justificació de la tria del segment de la població o dels mitjans de comunicació és correcta i està ben argumentada, i a més està acompanyada d'algunes consideracions addicionals o suggeriments.	1

 criteris d'avaluació	 Indicadors	 Valor
9. Analitzar els defectes de la solució proposada i comentar-ne els possibles efectes en la implementació.	Esmenta algun defecte de la solució proposada i el comenta breument.	0,25
	Esmenta dos defectes de la solució proposada i els comenta breument.	0,5
	Esmenta dos defectes de la solució proposada i comenta en profunditat de quina manera afectaran la implementació de l'estratègia.	0,75
	Esmenta dos defectes de la solució proposada i comenta en profunditat de quina manera afectaran la implementació de l'estratègia. Pot suggerir alguna manera de pal·liar o minimitzar aquests efectes.	1
10. Reflexionar sobre la manera com s'ha de dur a terme la campanya acabant de planificar tots els aspectes significatius per fer-la.	Fa una reflexió generalista i breu sobre la manera com s'hauria de desenvolupar la campanya.	0,25
	Reflexiona de manera adequada sobre com s'ha de desenvolupar la campanya repassant tots els aspectes inclosos a l'enunciat.	0,5
	Planifica de manera acurada molts detalls de la campanya i desenvolupa tots els aspectes inclosos a l'enunciat.	0,75
	Dona un enfocament sorprenent introduint diversos aspectes no necessàriament continguts a l'enunciat i elabora de manera profunda la implementació de la campanya.	1

criteris específics d'avaluació complementaris. Exemple de resolució

1. Analitzeu els documents de suport que s'ofereixen sobre alimentació i responeu a les preguntes que hi ha a continuació.

1.1. Al gràfic podem veure reflectit com, en el cas dels infants, pràcticament un 36% (és a dir, un de cada tres infants) presenta sobrepès o obesitat. Per altra banda, un 7% presenta infrapès. En canvi, la situació entre els adults és més preocupant: pràcticament la meitat presenta sobrepès o obesitat. En la meua opinió, aquestes dades són molt preocupants ja que és ben sabut que el sobrepès en general, i específicament l'obesitat, porten associats nombrosos problemes de salut. Entre aquests problemes, es pot esmentar la probabilitat més alta de patir malalties cardiovasculars, diabetis, tensió alta i problemes en articulacions.

1.2 El grup d'aliments amb més hidrats de carboni és el que està etiquetat com a cereals integrals. Una de les funcions dels hidrats de carboni és aportar energia de manera immediata al nostre organisme.

Els greixos poden estar en diversos d'aquests grups, sobretot tenint en compte que hi ha molts tipus de greixos. En podem trobar, per exemple, a l'oli d'oliva, a la carn, al peix o a la fruita seca. Per tant, els trobarem tant a les verdures com als cereals integrals o les proteïnes. Els greixos els hem de consumir amb moderació. Cal evitar els greixos saturats i els greixos de tipus trans.

Les proteïnes tenen moltes funcions al nostre organisme, entre les quals es poden citar per exemple la formació d'estructures cel·lulars o la participació en el sistema immunitari.

Les vitamines les podem trobar en tots els grups. Per la seva naturalesa i funció, les vitamines no cal consumir-les en tanta quantitat com les proteïnes, els hidrats de carboni o els greixos, sinó que cada vitamina la necessitem en quantitats molt petites. Poden actuar catalitzant reaccions des d'un punt de vista químic o com a reguladors des d'un punt de vista metabòlic, no tenen funcions estructurals o de producció d'energia com les proteïnes o els hidrats de carboni i els lípids.

1.3 Penso que la manera com es denominen els aliments i la manera com s'etiqueten o s'anuncien els diferents productes és una part fonamental de les estratègies de màrqueting dins el mercat alimentari. Dins d'aquest marc, es poden generar estratègies poc ètiques que juguin amb el desconeixement del públic per tal d'augmentar les vendes d'un determinat producte.

En el cas de la sal de l'Himàlaia veiem que es dona publicitat a un determinat producte (sal comuna, clorur de sodi) amb un nom que busca cridar l'atenció del consumidor sense que realment la composició tingui una diferència que justifiqui esperar cap diferència nutricional de forma significativa. Això és clarament un ús de la publicitat per tal de promocionar un producte induint el consumidor a pensar que tindrà unes propietats especials que realment no té.

Pel que fa als nabius, veiem com un sector de la indústria alimentària s'ha aprofitat d'un estudi (dubtós, segons diu el text) per vendre un aliment tot promentent unes propietats que, de fet, ningú no podia estar segur que tingués i que, de fet, no tenia. És un

altre cas en què una campanya publicitària s'aprofita del desconeixement del públic per tal de fer diners promentent beneficis per a la salut que són inexistents.

Jo penso que les etiquetes dels aliments haurien d'aportar tota la informació sobre els components i els al·lèrgens tal com ja es fa habitualment. Haurien de mostrar informació sobre l'origen de l'aliment, ja que és informació que el consumidor pot trobar rellevant. A més, crec que si hi apareix algun tipus de publicitat relacionada amb les propietats nutricionals o immunològiques o altres beneficis per a la salut, les autoritats de cada país haurien de revisar si el missatge és verídic o bé obligar la marca a canviar l'etiqueta per mostrar únicament informació verídica.

Crec que a la Unió Europea hi ha una sèrie d'organismes que realment vetllen contra el frau alimentari i que la població hi està protegida, però que es podria actuar amb més contundència contra alguns missatges publicitaris que poden ser de veracitat dubtosa. Penso que la població en general no està prou informada i crec que es podria fer un esforç per part de la Unió Europea o els governs dels diferents països per mirar d'informar millor la població.

2. Dissenyeu una campanya, que ha de durar un any, que ajudi a millorar els hàbits alimentaris dels catalans, tenint en compte els aspectes tractats anteriorment i els vostres coneixements previs i experiència personal.

L'eslògan de la meva campanya seria "Informa't abans de comprar per cuidar-te tu i la teva família!" i aniria dirigida a persones d'entre 30 i 65 anys, ja que penso que a la majoria de llars són aquest grup de persones els que compren els aliments i, per tant, adreçar la campanya a aquest grup seria la mesura que tindria més impacte sobre el conjunt de la població.

M'agradaria centrar la campanya en la identificació dels greixos "dolents" (especialment els greixos trans) i a mirar de proposar alternatives dietètiques sense aquest tipus de greixos, ja que penso que això ajudaria a reduir la quantitat de calories ingerides i, per tant, a reduir l'obesitat, a la vegada que ingeriríem calories de més qualitat, cosa que ajudaria a la lluita contra algunes malalties que poden estar associades al consum d'aquest tipus de greixos.

També voldria que la campanya ajudés a substituir àpats calòrics per alternatives una mica menys calòriques, per també contribuir a la reducció del nombre de persones amb sobrepès.

El tema de la identificació de missatges enganyosos en la publicitat em sembla important, però crec que si el que volem és ajudar a reduir el problema de l'obesitat ens hem de centrar a conscienciar la societat de la importància dels àpats saludables.

L'àpat que proposo seria un sopar. Constaria de:

- Una amanida de tomàquet amb formatge fresc i oli d'oliva
- Una llesca de pa integral torrada i hummus de cigrons
- Una truita
- Una mandarina

En la meua opinió, el meu àpat inclou tots els grups d'aliments en una proporció raonable. Pot semblar que caldrien més verdures, però hem de suposar que l'amanida de tomàquet és la part més nombrosa de l'àpat. Les categories i quantitats aproximades són les següents:

- Tomàquet: verdura (major part de l'àpat)
- Formatge: proteïnes (talls petits cobrint el tomàquet)
- Oli: verdura (sobre l'amanida de tomàquet)
- Hummus de cigrons: proteïnes (petita quantitat per acompanyar el pa)
- Pa integral: cereals integrals (una llesca mitjana)
- Truita: proteïnes (d'un ou)
- Mandarina: fruita (una mandarina)

La campanya s'emetrà per televisió i ràdio i per dues xarxes socials: Instagram i Youtube. Escullo la televisió i la ràdio per arribar a la banda alta de la franja d'edat escollida i les xarxes socials per arribar sobretot a la part més jove.

Consistiria en una mena de sèrie amb capítols de menys de dos minuts en què els protagonistes sempre són a punt de comprar un aliment. El primer personatge vol escollir-ne un amb alguna idea errònia i el segon personatge el corregeix després de repetir l'eslògan de la campanya ("Informa't abans de comprar per cuidar-te tu i la teua família!"). Recordem que tot estaria centrat al voltant del tema dels greixos i d'evitar greixos dolents. Per exemple, en un episodi el primer personatge pot estar temptat d'escollir un aliment amb un greix dolent en comptes d'un altre perquè és menys calòric, però el segon personatge intervé i li recorda que cal evitar aquell greix en particular. Finalment agafen el producte amb el greix saludable. En un altre episodi, per exemple, el primer personatge pot estar mirant de pensar què fer per dinar i després de decidir que vol fer peix, acaba escollint patates fregides com a acompanyament. El segon personatge apareix i li recorda que les patates es poden fer bullides o al forn per evitar el procés de fregir o que, fins i tot, es pot substituir la patata per algunes verdures a la planxa o mongeta tendra bullida per fer l'àpat menys calòric.

Pel que fa al desplegament de la campanya, penso que es poden escollir dotze idees com les proposades i anar-ne fent una de diferent cada mes per tal que la població tingui temps d'entrar-hi en contacte i conscienciar-se.

Per altra banda, crec que la campanya té força marge de millora i es pot fer molt més ambiciosa en els següents aspectes:

- Si s'allarga més enllà d'un any es pot anar dedicant cada any a un tipus de nutrient i en uns cinc anys la població podria estar molt més conscienciada pel que fa a la nutrició, anant molt més enllà de la problemàtica dels greixos i de la reducció de la ingestió calòrica.
- També es podria estendre a altres franges d'edat més baixes, per exemple promovent una alimentació saludable fent tallers a les escoles i instituts.