

L'ESCOLA AL MERCAT. UNA EXPERIÈNCIA EDUCATIVA I PARTICIPATIVA D'ALIMENTACIÓ SALUDABLE

Margalida Pujadas Clar

Bernat Calafat Vich

Giuliana Bello Vélez

RESUM

“L'escola al mercat” és un projecte per a promoure en l'alumnat d'educació primària l'alimentació saludable donant a conèixer els mercats municipals de Palma, per a fomentar el coneixement dels aliments frescs, locals i de temporada com a font de salut, i impulsar una pràctica de consum més sostenible. L'experiència es complementa amb la sensibilització d'hàbits per a una vida activa i la realització d'activitat física per a gaudir de bona salut.

RESUMEN

“L'escola al mercat” es un proyecto para promover en el alumnado de educación primaria la alimentación saludable dando a conocer los mercados municipales de Palma, para fomentar el conocimiento de los alimentos frescos, locales y de temporada como fuente de salud e impulsar una práctica de consumo más sostenible. La experiencia se complementa con la sensibilización de hábitos para una vida activa y la realización de actividad física para gozar de buena salud.

FONAMENTACIÓ

Els hàbits de consum alimentari entre joves, i especialment en els infants, s'han convertit en els darrers anys en una font de preocupació per a la societat. Això és degut a l'increment del nombre d'infants amb sobrepès i obesitat. L'obesitat infantil té repercussions sobre la qualitat de vida de l'infant, n'afavoreix la baixa autoestima i li suposa més risc de discriminació. Els estudis de seguiment a llarg termini en la infància i l'adolescència ens mostren que la probabilitat que els nins obesos siguin adults obesos és el doble que en el cas dels infants no obesos.

Alguns estudis científics que se citen posteriorment afirmen que en el 95% dels casos d'obesitat intervé un component ambiental, relacionat amb un estil de vida sedentari i amb els hàbits alimentaris.

“L'escola al mercat” es va fonamentar sobre la base de l'evidència científica mostrada pels estudis *Obesitat infantil i juvenil a Espanya* (enKid, 2000) i *Prevalença de l'obesitat infantil i juvenil a les Illes Balears* (EPOIB, 2007), a més del *Diagnòstic de salut de les Illes Balears* (2010). Tots indicaven un augment de sobrepès i obesitat i conclouien que, si no s'inverteix aquesta tendència, a llarg termini hi podria haver un augment de malalties cardiovasculars. Per això, les institucions participants en el projecte de “L'escola al mercat”, veient que tenien objectius comuns, varen decidir unir esforços per a intentar invertir aquesta tendència i assolir aquests objectius.

Hi ha estudis, tant d'àmbit estatal com local, que objectiven aquest aspecte:

- Estudi *enKid* (estatal), realitzat a infants i joves d'entre 2 i 24 anys, triats de manera aleatòria, i que estima la taxa d'obesitat en un 13,9% i la de sobrepès en un 12,4%.
- Estudi *EPOIB* (a la nostra comunitat autònoma), segons el qual un de cada cinc alumnes de les Illes Balears presenta sobrepès (19%) i un 9%, obesitat.

“L'escola al mercat” es va fonamentar metodològicament i està emmarcat en les recomanacions de dues estratègies impulsades des del Ministeri de Sanitat: l'Estratègia NAOS i l'Estratègia de promoció de la salut i prevenció de la cronicitat.

D'una banda, l'Estratègia NAOS (2005) promou una alimentació saludable i la pràctica de l'activitat física, per a invertir la tendència de la prevalença de l'obesitat, mitjançant el desenvolupament d'accions o intervencions, a partir de l'evidència científica en tots els àmbits i sectors (públics i privats) de la societat. D'altra banda, l'Estratègia de promoció de la salut i prevenció de la cronicitat (2013) proposa com a objectius específics promoure estils de vida saludable, així com entorns i conductes segures a la població infantil mitjançant la coordinació d'intervencions integrals als àmbits sanitari, familiar, comunitari i educatiu. En aquesta estratègia també es proposa el consell integral sobre estils de vida en atenció primària vinculat a recursos comunitaris a la població infantil, a més de suggerir dur a terme actuacions dirigides a formar i implicar la comunitat educativa per a millorar i consolidar estils de vida saludables. Igualment, la dita Estratègia també aconsella estendre els programes ja en marxa de consum diari de fruita i verdura a les escoles, potenciant-ne la vinculació amb recursos comunitaris com mercats, horts i restaurants locals. I, a més, planteja secundar totes les intervencions de l'Estratègia que prevegin l'activitat física com a instrument d'actuació per a guanyar salut, facilitant sinergies dels entorns sanitari, educatiu i comunitari amb el sector esportiu.

Per tot això, i de cada cop més, la població està més sensibilitzada sobre la necessitat i el desig de mantenir la salut, i l'alimentació i l'exercici físic són pilars bàsics per a aconseguir-ho. La dieta mediterrània ha estat considerada com un dels models més saludables que existeixen, en què predominen fruites, hortalisses, llegums i peix. Per això, aquest projecte intenta impulsar el consum dels aliments esmentats.

Els mercats municipals han estat un factor clau en el projecte, ja que és important que puguin augmentar la seva qualitat en tots els àmbits i que les administracions públiques puguin potenciar-los, atès que el mercat no és només un comerç on es poden trobar productes frescs, locals, de temporada i de gran qualitat, sinó que té un paper social i cultural extraordinari.

També cal esmentar que, a partir de 2013, seguint el que aconsella l'Estratègia de promoció de la salut, es varen afegir les activitats ludicoesportives patrocinades

per l'IME (Institut Municipal de l'Esport) en les activitats de promoció de la salut del projecte.

ANTECEDENTS I ACTUACIONS INICIALS

El projecte es va iniciar el 2009, a partir dels objectius clau següents: millorar els hàbits alimentaris dels més joves i, en particular, promoure el consum de fruites i hortalisses, a més de dinamitzar els mercats per a augmentar la competitivitat de la cadena comercial.

El projecte es va crear per iniciativa de Mercapalma, S.A., mitjançant la signatura d'un conveni de col·laboració l'any 2009 entre diferents organismes i entitats que tenien interessos comuns per a fer-ho: l'Ajuntament de Palma, l'Associació Patronal de Majoristes de Mercapalma, de Fruites i Productes Hortícoles, la Cambra de Comerç de Mallorca, el Govern de les Illes Balears mitjançant diferents conselleries (Conselleria d'Agricultura i Pesca, Conselleria de Comerç, Indústria i Energia, Conselleria d'Educació i Cultura, i Conselleria de Salut i Consum), l'Escola d'Hoteleria de les Illes Balears (UIB) i la Federació de Mercats Permanents de Mallorca.

Actualment, algunes entitats ja no formen part del projecte per haver finalitzat la seva tasca quant als objectius, i d'altres s'hi han incorporat, com l'Institut Municipal d'Esports (IME) de l'Ajuntament de Palma, per a visibilitzar la importància de la pràctica d'exercici físic per a mantenir la salut.

Així mateix, durant alguns anys hi ha hagut entitats que hi han col·laborat de manera altruista finançant alguna activitat concreta, com la Fundació Agrupació, que hi patrocinava la Gimcana de la Dieta Mediterrània, que es feia a final de curs, com a premi al centre més ben valorat dels que varen participar en les activitats educatives.

Durant els tres primers anys del projecte, en les activitats educatives als mercats, alguns membres de l'Escola d'Hoteleria (UIB) duien a terme tallades de fruites i hortalisses i degustació de suc natural, activitat que agradava molt als escolars i usuaris dels mercats. Aquesta acció tenia l'objectiu de visibilitzar la feina que fa aquest gremi professional i donar idees als infants i als usuaris del mercat de les moltes coses que es poden fer per a aprofitar les fruites i les hortalisses de temporada. També, durant els primers anys de l'activitat, s'oferia a l'alumnat visitant un berenar saludable i adaptat culturalment, compost d'una peça de fruita i un panet amb oli, tomàtiga i formatge.

A l'inici del projecte, els dos primers anys, amb la finalitat d'augmentar la competitivitat de la cadena comercial, millorar les vendes i l'atenció al client dels mercats municipals, es va fer un estudi mitjançant enquestes a clients potencials, clients usuaris habituals dels mercats municipals i de Mercapalma, majoristes,

detallistes i al professorat dels col·legis visitants. A partir de les enquestes es varen poder objectivar els punts forts i les coses que calia millorar perquè augmentessin les vendes en aquest tipus d'establiment. També, se'n va fer una anàlisi DAFO. Aquest estudi el va dur a terme una empresa consultora externa, mitjançant enquestes i entrevistes a les persones esmentades. Va ser subvencionat per la Cambra de Comerç i l'IDI. Algunes de les conclusions extretes i que consten a les memòries escrites són les següents:

- Es va objectivar que hi havia un nivell important de desconeixement per part de la població general no usuària sobre els mercats municipals. El mercat més conegut és el de l'Olivar; hi influeix la ubicació i que és un referent turístic. Els clients habituals dels mercats valoren el producte local i la qualitat dels productes que s'hi poden trobar, en comparació amb els dels supermercats i grans superfícies, a més del consell dels comerciants sobre els productes que venen. Les persones no usuàries dels mercats municipals fan la compra setmanal cada 2-3 dies als supermercats del barri, ja que tenen un horari més ampli que els mercats (els quals només obren al matí). El factor aparcament/comunicacions va ser el punt més mal valorat pels usuaris dels mercats.
- Sobre les entrevistes als detallistes per a identificar possibles solucions als problemes anteriorment esmentats, es va arribar a algunes de les conclusions següents: aquests tenen una opinió molt positiva respecte del valor de la seva funció i de la seva feina, però no hi ha unió entre ells, per la qual cosa moltes d'iniciatives de millora no prosperen. També tenen la sensació que el funcionament dels mercats està una mica obsolet i que s'hauria de revisar, igual que l'estat general d'algunes de les estructures dels mercats, com ara edificis o les mateixes parades. D'altra banda, creuen que les administracions no els donen prou suport, encara que són conscients que la principal responsabilitat per a millorar la seva situació és la manca d'unió entre ells.

D'altra banda, a les memòries dels primers anys de "L'escola al mercat" es va elaborar un estudi descriptiu transversal amb l'objectiu de conèixer els hàbits de consum dels participants en l'activitat i el grau de coneixement que tenien sobre els mercats municipals. D'aquesta manera, es va conèixer el punt de partida per a planificar accions amb la finalitat de millorar els hàbits de consum i el coneixement sobre els mercats municipals (a partir d'aquests resultats, es va confeccionar material didàctic). Aquest estudi va ser elaborat per la Conselleria de Salut i Consum i l'Ajuntament de Palma (*Memòria de "L'escola al mercat" 2011-2012; Memòria de "L'escola al mercat" 2012-2013; Memòria de "L'escola al mercat" 2013-2014*).

També es va administrar un qüestionari ad hoc, que va ser valorat per un grup d'experts i, posteriorment, sotmès a un pilotatge per a valorar si mesurava adequadament les variables. Aquest qüestionari va ser administrat a l'alumnat al final de l'activitat. Es varen passar les dades al programa de full de càlcul Excel i després s'abocaren al programa estadístic SPSS per a analitzar-les.

El darrer curs en el qual es va realitzar l'activitat educativa va ser el 2011-2012, amb una mostra de 886 escolars participants de diferents centres educatius públics i concertats. Es varen obtenir els resultats següents: (1) la procedència dels participants va ser en un 71% europea; un 23%, americana; un 4%, africana, i un 2%, asiàtica. Un 88% dels participants ha nascut a les Illes Balears. (2) Respecte de les famílies, els participants manifesten que el 58% compren les fruites i les verdures en un supermercat; un 27%, en el mercat del seu barri, i l'11,4% no ho sap. (3) Sobre el consum de fruita, el 47% manifesta que en menja cada dia; el 23%, 3 vegades per setmana i, el 28%, 1-2 vegades a la setmana. Entre els que manifesten que consumeixen fruita, l'hàbit més freqüent és menjar-ne al migdia (60%), i les fruites més consumides són les pomes, els plàtans i les taronges. (4) Respecte del consum d'hortalisses i verdures, un 33% en consumeix 1-2 dies a la setmana, un 29% en menja 3 vegades per setmana, i un 10% manifesta que no en consumeix mai. La majoria, un 84% dels que diuen que en consumeixen, en mengen en el dinar. Les verdures més consumides són les pastanagues, l'enciam i les tomàtiques.

Els resultats es varen presentar en diverses comunicacions en diferents congressos i jornades: el 2010, al XIII Encuentro Nacional del Programa de Actividades Comunitarias en Atención Primaria (PACAP), organitzat conjuntament amb la III Trobada de Participació Comunitària per a la Promoció de la Salut a les Illes Balears, a Palma, i el 2013, al Congrés de la RECS: Les ciutats saludables del segle XXI, a Santander.

DESCRIPCIÓ I SITUACIÓ ACTUAL DEL PROJECTE

Actualment, els organismes i les entitats que col·laboren activament en les activitats de "L'escola al mercat" són: Mercapalma, S.A., el Centre Municipal de Promoció de la Salut (CMPS) de l'Ajuntament de Palma, la Federació de Mercats Permanents de Mallorca, l'Associació Patronal de Majoristes de Mercapalma, de Fruites i Productes Hortícoles, la Conselleria d'Educació i Universitat, i l'Institut Municipal de l'Esport de l'Ajuntament de Palma (IME).

Les activitats educatives de "L'escola al mercat" se centren en els objectius següents:

- Millorar hàbits de salut i consum per a aconseguir un estil de vida saludable i més sostenible.
- Donar a conèixer i afavorir el consum d'aliments frescs, locals i de temporada, com a pràctica de consum sostenible.
- Donar a conèixer els mercats municipals de Palma, els productes que hi trobem i els avantatges de comprar-hi.

Activitat educativa i participativa realitzada als mercats de Palma

L'activitat educativa està pensada perquè els centres educatius la puguin incorporar quan treballin l'alimentació i els hàbits saludables a l'escola, com a àrea curricular, i que sigui un complement a la feina feta al centre educatiu. Es duu a terme als mercats municipals de cada barri de Palma amb la finalitat que els infants descobreixin per si mateixos què són, què hi podem trobar i quins beneficis ens aporta comprar aliments frescs, de temporada i locals, tant per al nostre organisme com per al medi ambient i la comunitat.

Respecte de la metodologia de l'activitat, és activa i participativa, basada en l'aprenentatge significatiu, en què es treballen coneixements, actituds i habilitats. Per tant, els participants interactuen tot el temps mitjançant dinàmiques de grup proposades per la persona conductora de l'activitat, alhora que adquireixen coneixements nous o reforcen els que ja tenien. La persona que condueix l'activitat té una titulació universitària en salut i/o educació i coneixements i experiència en projectes de promoció i educació per a la salut.

Durant l'activitat, la persona que la condueix explica com arriben els aliments als comerços, a través de la cadena comercial, des dels productors, passant pel mercat majorista (Mercapalma), cap als mercats detallistes i als comerços, fins a arribar als consumidors. Es mostra la piràmide de l'alimentació i es comenten els grups d'aliments que la formen, repassant els nutrients que aporten, remarcant els beneficis del consum d'aliments frescs i de temporada, així com la importància de menjar 5 fruites/hortalisses al dia. Es parla de la diferència entre els cultius a l'aire lliure i en hivernacle. Durant el recorregut pel mercat es recorden els grups d'aliments que hi ha i els nutrients que aporten, i s'aprèn vocabulari nou (noms de fruites, hortalisses, peixos, llegums, espècies, herbes aromàtiques, cereals, tipus de comerç, etc.).

Avui dia, a més de les explicacions esmentades, es fa una activitat d'exploració pel mercat, en què se cerquen diferents productes de temporada i s'aprenen a llegir els rètols dels productes, a més de comparar-ne qualitats i preus. A l'activitat, també s'esmenta la importància de la higiene relacionada amb l'alimentació (rentada de mans, rentada de fruites i hortalisses abans del consum, rentada de dents després dels àpats, etc.).

La taula 1 mostra una fitxa resum de l'activitat "L'escola al mercat".

TAULA 1. Fitxa resum de "L'escola al mercat"

Breu descripció

Aquesta activitat educativa forma part d'un projecte amb aquest nom, el qual es va crear mitjançant un conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Palma i diverses institucions de les Illes Balears: el Govern de les Illes Balears, Mercapalma, SA, l'Associació Patronal de Majoristes de Mercapalma de Fruites i Productes Hortícoles, la Federació de Mercats Permanents de Mallorca i l'Institut Municipal

continua

de l'Esport (IME). Aquesta intervenció va ser reconeguda com a model d'intervenció, en l'àmbit comunitari, dins l'Estratègia de la promoció de la salut i prevenció en el Sistema Nacional de Salut (Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat, 2013).

L'activitat consta d'un extens recorregut per les diferents seccions del mercat. En cada parada, s'incideix sobre els grups d'aliments que hi ha i els nutrients que aporten, a més dels productes de temporada en les diferents èpoques de l'any i els que són ingredients d'alguna tradició gastronòmica.

L'Institut Municipal de l'Esport (IME) hi participa mitjançant un programa d'activitats lúdiques esportives, el qual té com a objectiu donar a conèixer diferents esports als infants i fomentar els hàbits saludables. Les activitats lúdiques esportives es duen a terme a l'espai exterior dels mercats (sempre que es disposi d'espai adequat i dels permisos municipals pertinents).

Destinataris/àries

Aquesta activitat va adreçada a 3r, 4t, 5è i 6è d'educació primària.

Objectius de l'activitat

- Millorar els hàbits alimentaris dels més joves i, sobretot, promoure el consum de fruites i hortalisses locals i de temporada, a més de conscienciar de la importància per a la salut de la pràctica de l'activitat física.
- Dinamitzar el mercat i augmentar la competitivitat de tota la cadena comercial.
- Promoure hàbits de consum responsable: consum de productes locals i de temporada, i pràctiques de consum sostenible.

Recursos materials

El material per a les activitats educatives i els qüestionaris d'avaluació els aporten l'Ajuntament de Palma i entitats col·laboradores de "L'escola al mercat".

Professionals

Títulat/ada universitari/ària en salut i/o educació amb coneixements i experiència en projectes de promoció i educació per a la salut.

Durada

2,5 hores: 30 min per a la preparació i 2 hores per al desenvolupament.

Nre. màxim de participants

30

Font: elaboració pròpia

Abans de la pandèmia, aquesta activitat es podia complementar amb el projecte "Cuina saludable, cuina de mercat", ofert a <www.palmaeduca.cat> i que es duia a terme a la cuina del mercat de Santa Catalina, on els escolars aprenien a comprar al mercat i a preparar alguns plats senzills.

Activitat complementària ludicoesportiva

Des de 2013, sempre que es disposa dels permisos oportuns per a fer les activitats a l'exterior del mercat de l'Olivar, es duen a terme activitats lúdiques esportives

patrocinades per l'IME, juntament amb l'activitat d'alimentació. Aquest curs 2022-2023 hi havia pressupostades 20 jornades ludicoesportives.

Material didàctic complementari

Per a preparar l'activitat al centre educatiu i donar-hi suport es va elaborar un material didàctic i educatiu (fitxes preparatòries de l'activitat), que el centre pot descarregar des del web <www.palmaeduca.cat> de manera opcional.

Dins aquest material educatiu, hi trobem díptics de calendaris d'aliments de temporada (fruites, hortalisses i productes de la mar), que es poden posar a la nevera de cada família amb un imant, pòsters de la piràmide de la salut, fitxes per a fer l'activitat d'exploració pel mercat, calendaris de sobretaula amb la piràmide de la salut i el decàleg per a una vida saludable, punts de llibre "L'escola al mercat. Vaig venir a descobrir-ho!" i "De la terra a la taula, la nostra fruita i verdura millora la teva salut", així com la monografia sobre la història dels mercats municipals *Els mercats municipals de Palma i el seu entorn cultural* en català i castellà, per a la biblioteca dels centres educatius.

Concurs de dibuix: "L'escola al mercat"



Figura 1. Dibuix guanyador del curs 2022-2023

L'alumnat que participa en l'activitat pot presentar-se a un concurs de dibuix que visibilitza la seva visita al mercat i el que més li ha agradat; s'atorga un premi per curs i per mercat i un premi per categoria. Els primers anys, Mercapalma

editava la felicitació nadalenca amb el millor dibuix dels presentats. Els centres educatius participants també poden optar al premi al centre educatiu més ben valorat o, també, al centre més participatiu, que té com a premi una gimcana. Durant els primers anys de funcionament del projecte, el premi anava adreçat als centres que havien fet un projecte escolar sobre alimentació o hàbits saludables. Per això, els centres interessats presentaven un mural o una presentació en PowerPoint en què explicaven les activitats realitzades a l'escola i com hi havien intercalat la nostra activitat. La finalitat d'aquest premi era fomentar aquest tipus de projectes de centre. Tot i això, en els darrers anys, s'ha decidit atorgar el premi al centre educatiu que té més participació en el concurs de dibuix. Tot seguit, s'exposa a la figura 1 el dibuix guanyador del curs 2022-2023.

Gimcana (premi al centre educatiu més ben valorat, o al més participatiu)

Des de 2012 fins a l'inici de la pandèmia, l'any 2020, es premiava el centre educatiu més ben valorat amb una Gimcana de la Dieta Mediterrània, patrocinada per la Fundació Agrupació, que consistia en diferents proves en què els nins aprenien a preparar plats senzills saludables, com broquetes de fruita o canapès de formatge i fruita. Durant la pandèmia, no es va dur a terme la gimcana i, posteriorment, l'any 2023, s'ha premiat amb una gimcana, sense el patrocini de la Fundació Agrupació, amb algunes modificacions: ha passat a ser patrocinada i organitzada conjuntament per l'Ajuntament de Palma (Àrea de Sanitat) i l'Institut Municipal d'Esports (IME). S'ha convertit en una gimcana d'alimentació saludable i esport, en què hi ha diferents activitats de cerca pel mercat (primera part) i lúdiques i esportives cronometrades (segona part); s'atorga un premi a l'equip guanyador.

A la figura 2 es mostren algunes de les activitats lúdiques esportives de la gimcana 2022-2023.



Figura 2. Activitats lúdiques esportives de la gimcana 2022-2023

RESULTATS: DE PARTICIPACIÓ I DE SATISFACCIÓ

Des del començament del projecte, és una de les activitats més sol·licitades de la plataforma municipal <www.palmaeduca.cat>. Cada curs hi participen al voltant de 40 grups (aproximadament 1.000 escolars; cada any en varia el nombre).

La taula 2 recull les dades de participació dels diferents centres escolars que han participat en l'activitat educativa.

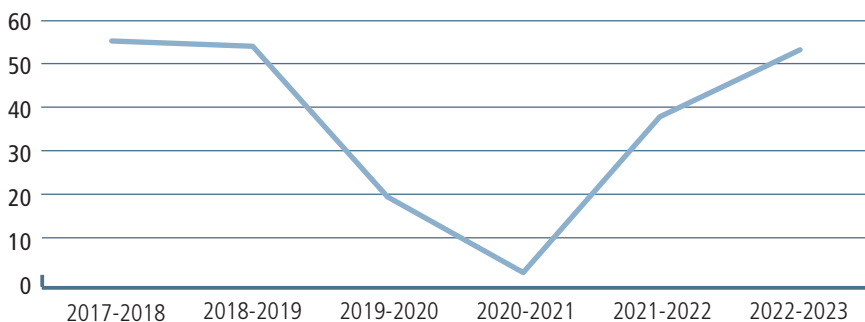
TAULA 2. Participació dels centres escolars en l'activitat educativa

Curs escolar	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
Nre. de tallers	55	54	21	4	39	53
Participants	1.530	1.559	455	51	854	1.735
Centres educatius	17	20	11	1	18	23
Tipus de centre	11 públics 5 concertats	12 públics 7 concertats 1 privat	7 públics 4 concertats	1 públic	12 públics 5 concertats 1 CEE	15 públics 8 concertats

Font: elaboració pròpia

Al gràfic 1 i al gràfic 2 es pot apreciar clarament la disminució de tallers realitzats i de participants durant la pandèmia de la covid (que abasta dos cursos escolars) i, posteriorment, la recuperació de la participació inicial.

GRÀFIC 1: Tallers realitzats per curs escolar

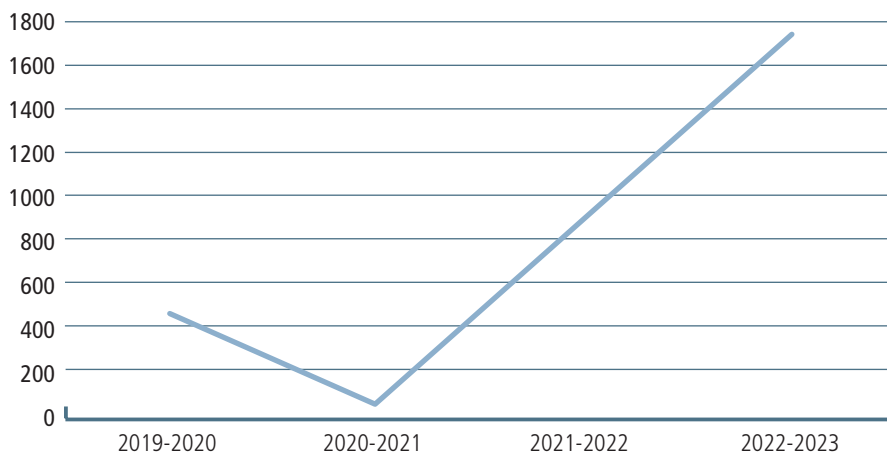


Font: elaboració pròpia

A l'inici del projecte, l'empresa consultora contractada passava un qüestionari tipus Likert de satisfacció sobre l'activitat educativa realitzada al professorat que acompanyava l'alumnat. Avui dia, aquesta darrera enquesta es continua passant en cada activitat educativa; els resultats obtinguts, des de llavors fins avui, continuen sent molt satisfactoris. Hi ha un apartat en què es poden escriure aportacions i propostes de millora de l'activitat, les quals són tingudes molt en

compte. Els punts que valora aquesta enquesta són els següents: (1) Valoració general de l'activitat; (2) Metodologia utilitzada; (3) Materials utilitzats; (4) Adequació de la visita; (5) Actuació de la monitora; (6) Observacions.

GRÀFIC 2: Participants en l'activitat educativa per curs escolar



Font: elaboració pròpia. (Les dades de l'any 2022-2023 són provisionals.)

Cada apartat es valora de l'1 (pitjor valorat) al 5 (més valorat). Un cop recopilats tots els qüestionaris de valoració, s'extreu la moda de cada ítem i es recullen totes les aportacions de les observacions. Els resultats s'utilitzen per a fer millores a l'activitat. Fins ara, curs rere curs, s'ha obtingut la valoració màxima de cadascun dels ítems. Des del principi del projecte fins avui, hem anat canviant l'estructura de l'activitat guiant-nos per les aportacions fetes pel professorat que hi participa. Tal com mostra la taula 3, els resultats de satisfacció del professorat dels centres educatius de l'activitat del curs 2021-2022 han estat molt alts. Hi han participat 854 alumnes de 37 grups classe diferents.

TAULA 3. Resultats de satisfacció en percentatges curs 2021-2022

Resum de valoracions de "L'escola al mercat" en percentatges	
Ítem	Valoració molt bona (%)
Valoració general	75
Acollida del projecte	75
Actuació dels monitors	80
Adequació de la visita	80
Satisfacció dels alumnes	75

Font: elaboració pròpia

Nota: A dia d'avui, les activitats educatives del curs 2022-2023 encara no han finalitzat. Per aquest motiu, a la graella s'indiquen les del curs passat.

ORGANITZACIÓ I DIFUSIÓ DEL PROJECTE

Les accions que es duen a terme en cada campanya o curs escolar es decideixen mitjançant una comissió multidisciplinària amb representants de cada organisme col·laborador, coordinada per Mercapalma, SA. Actualment formen part de la comissió representants del Centre Municipal de Promoció de la Salut i de l'Institut Municipal de l'Esport (IME) de l'Ajuntament de Palma, de Mercapalma, SA, de la Federació de Mercats de Mallorca, dels Mercats Municipals de Palma i de la Conselleria d'Educació i Formació Professional. La comissió programa, prepara i avalua el projecte periòdicament.

Al principi del curs escolar, el mes de novembre, es fa una presentació de l'activitat, a la qual es convoquen els mitjans. En aquesta presentació, hi solen assistir els responsables polítics i tècnics de cada institució i entitat participants en el projecte. Al final de curs, se'n fa una cloenda amb lliurament de premis en què també es convoca els mitjans. D'ambdós actes, se'n fa difusió a través del Gabinet de Comunicació de l'Ajuntament, que n'elabora una nota de premsa, hi convoca els mitjans i en dona informació a les xarxes socials.

Aquest projecte, l'any 2013, va ser reconegut pel Ministeri de Sanitat i Política Social com a exemple d'intervenció comunitària de suport i reforç a informació i educació en l'entorn escolar, i en el consell individual sanitari en l'Estratègia de promoció de la salut i prevenció de la cronicitat (Ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat, 2013).

CONCLUSIONS I REFLEXIONS

La implicació i la participació dels diferents organismes i institucions que formen el projecte, així com les actuacions sinèrgiques entre ells, optimitzen els resultats i garanteixen que el projecte tingui el suport de les diferents persones amb capacitat de decisió i influència a la ciutat de Palma. Una evidència n'és que té una continuïtat des de fa més de catorze anys.

En aquest projecte s'impliquen tots els membres de la comunitat, i més concretament els que tenen relació amb la cadena comercial, des dels productors primaris, passant pels comerciants i els col·legis dels barris de la ciutat, fins als consumidors, que en aquest cas són els infants i les seves famílies. Aquests escolars han estat un vehicle transmissor a les seves famílies dels coneixements adquirits.

Tot i les dificultats econòmiques i socials que estem patint, que ens han dut a fer un esforç especial, s'ha pogut desenvolupar aquesta campanya amb un cost

mínim, la qual cosa ha afavorit que el projecte continuï funcionant, i esperem continuar millorant-lo.

Els mercats municipals han estat un factor clau en el projecte, ja que és important que puguin augmentar la qualitat en tots els àmbits i que les administracions públiques puguin potenciar-los. Cal considerar que el mercat no només és un comerç on es poden trobar productes frescs, locals i de temporada, de gran qualitat, sinó que té un paper social i cultural extraordinari.

Atès que ha transcorregut molt de temps des de la realització dels estudis esmentats, seria molt interessant que es tornessin a fer per a comparar-los amb la situació d'avui.

Finalment, cal destacar l'alta valoració i la satisfacció del professorat que fins ara ha participat en el projecte.

En conclusió, és una experiència que combina la promoció dels hàbits alimentaris saludables amb el coneixement dels mercats i els aliments de temporada, i que es complementa amb activitats ludicoesportives.

REFERÈNCIES

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, Ministerio de Sanidad y Consumo. (s. d.). *Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad*. <https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/estrategianaos.pdf>

Ajuntament de Palma. (s. d.). Memòria de L'escola al mercat 2009-2010. *Actividades educativas de Promoción y Educación para la Salud*. http://www.palmaeduca.cat/p_activitats/index.php?modulo=actividades&accion=actividad&id=566&option=none

Ajuntament de Palma. (s. d.). Memòria de L'escola al mercat 2010-2011. *Centre Municipal de Promoció de la Salut*. http://www.palmaeduca.cat/p_activitats/index.php?modulo=actividades&accion=actividad&id=566&option=none

Alemany, M., Aranguren, R., Artigues, G., Barceló, A., Buades, M., Cabeza, E., i Yáñez, A. (2010). *Diagnòstic de salut de les Illes Balears*. Direcció General de Salut Pública i Participació. Conselleria de Salut i Consum del Govern de les Illes Balears.

Cabeza, E., Artigues, G., Pujol, A., Villalonga, B., Henríquez, P. i Méndez, M. (2007). *Prevalença de l'obesitat infantil i juvenil a les Illes Balears (EPOIB)*. Conselleria de Salut del Govern de les Illes Balears.

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2013). *Estrategia de Promoción de la Salud y Prevención en el SNS*. <https://www.sanidad.gob.es/profesionales/saludPublica/prevPromocion/Estrategia/docs/EstrategiaPromocionSaludyPrevencionSNS.pdf>

Serra Majem, L., Ribas Barba, L., Aranceta Bartrina, J., Pérez Rodrigo, C., Saavedra Santana, P. i Peña Quintana, L. (2003). "Obesidad infantil y juvenil en España. Resultados del Estudio enKid (1998-2000)". *Med Clin*, 121(19), 752-732.

(s. a.). (s. d.). Memòria de L'escola al mercat 2011-2012. *Actividades educativas de Promoción y Educación para la Salud*. <http://proyectoeducativoescolaalmercat.blogspot.com/>

(s. a.). (s. d.). Memòria de L'escola al mercat 2012-2013. *Actividades educativas de Promoción y Educación para la Salud*. <http://proyectoeducativoescolaalmercat.blogspot.com/>

(s. a.). (s. d.). Memòria de L'escola al mercat 2013-2014. *Actividades educativas de Promoción y Educación para la Salud*. <http://proyectoeducativoescolaalmercat.blogspot.com/>

