



Oda a la normalidad



COMPETENCIAS BÁSICAS

Competencia en comunicación lingüística
Tratamiento de la información y competencia digital.
Autonomía e iniciativa personal.

OBJETIVOS

- Que reflexionen sobre algunas de las creencias que existen en relación al alcohol.
- Que el alumnado tome conciencia de la capacidad que tiene para divertirse y disfrutar sin necesidad de consumir alcohol.

RECURSOS MATERIALES

Anuncio *Oda a la normalidad*. (Cruzcampo).

TIEMPO APROXIMADO





SENTIDO PREVENTIVO

La sociedad actual tiende a promover la comercialización de productos mediante la asociación de éstos con valores. De este modo se generan en los compradores y las compradoras expectativas encaminadas al logro de determinadas metas (felicidad, diversión, etc.). Este hecho incluye la publicidad del alcohol que, aunque hoy por hoy es la droga más consumida, también es una de las que mayores problemas causa en la sociedad. Aun así, la publicidad la sigue mostrando como fuente de diversión y evasión.

A partir de un anuncio, se explorará con el alumnado su capacidad de disfrute y diversión. En dinámicas posteriores se profundizará en la desmitificación de la idea del alcohol como generador de diversión.

PARA INICIAR LA LA ACTIVIDAD

“Con esta actividad vamos a poder descubrir la capacidad que todo el mundo tiene en un momento dado para disfrutar, pasarlo bien y divertirse, sin necesidad de consumir ninguna sustancia. Además, vamos a ver cómo el alcohol, aunque la publicidad le sigue dando el papel de fuente de diversión y evasión, no tiene este poder”.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD



Introducción al audiovisual

Para la realización de la actividad, habrá que romper la disposición habitual del aula. Los alumnos y las alumnas se colocarán en círculo o semicírculo, creando así un clima distendido y de confianza.

Se hace una pequeña introducción al audiovisual que posteriormente se va a ver:

“¿Alguna vez os habéis parado a pensar qué significado tiene para vosotros el sofá de casa? Para mi el sofá de casa significa desconectar del trabajo, me siento y me olvido de todo. ¿Qué significado para vosotros y vosotras? (Posibles respuestas: descanso, paz, relax, estar a gusto, dormir, estar con la familia,...).

*Todos le hemos dado unas características positivas y un significado, le hemos atribuido una serie de valores. Esto también ocurre con otros productos en nuestra vida cotidiana. Vamos a comprobarlo, os voy a decir una palabra y todo el mundo escribirá en una hoja una frase, una situación o una idea que le evoque dicha palabra. La palabra es **ALCOHOL** (Los valores que se han asociado al alcohol son diversión, felicidad, amistad,...).*

El relax es la traducción que hacemos del sofá que tenemos en casa, la diversión es la traducción que hacemos del alcohol, aunque no nos



demuestra, porque no nos hemos parado a pensarlo detenidamente. De la mayoría de los productos hacemos traducciones. Estad pendientes a los anuncios publicitarios y seguro que os convertís en unos traductores expertos y unas traductoras expertas”.

2ª FASE

Visionado del anuncio

Se introduce el audiovisual que se va a proyectar:

“Vamos a ver un spot publicitario en el que se muestra el relax y la diversión como valor fundamental del producto que intentan vender”.

Se proyecta el audiovisual.

Se divide a la clase en equipos de 3-4 personas. Una vez visto el audiovisual, cada equipo tendrá que responder a unas cuestiones como las que aparecen a continuación:

SPOT PUBLICITARIO: ODA A LA NORMALIDAD

¿Qué cosas agradables se asocian a la cerveza?

Amor, familia, compartir, descanso, relax, recompensas después de trabajar, gratificaciones, ir de compras, cantar en la ducha, diversión, alegría, amigos y amigas, fútbol, celebración, etc.

¿Cómo dice que es la gente que bebe cerveza a diario?

Es gente de verdad, auténtica y que sabe disfrutar, es joven, se ríe, etc.

¿Qué es lo que no cuenta el anuncio?

Borrachera.
Resaca y mal cuerpo del día siguiente.
El abuso provoca falta de coordinación y confusión.
Agresividad, violencia, peleas.
El alcohol no tiene por qué producir diversión.
El alcohol no proporciona la felicidad.

Cada grupo contará con 5 minutos para contestar a estas preguntas, y a continuación se procederá a una puesta en común.

Se finaliza la dinámica resaltando la siguiente idea:

“La publicidad es la principal responsable de atribuirle a la cerveza y a todas las bebidas alcohólicas el valor de la diversión. Pero, ¿realmente creéis que el alcohol es lo que hace que os divirtáis?, ¿no será que se está en un ambiente que de por sí es divertido?, ¿no será que se está con los amigos y las amigas de bromas y risas? Pensad una cosa: Si cogéis unas cervezas y os las bebéis en casa pero solos o solas, sin nadie más a vuestro alrededor, ¿os lo pasáis tan bien?”.

3ª FASE

Reflexión sobre nuestra capacidad de diversión

Se propone una dinámica, en la que el profesorado escoge como mínimo una de las propuestas que se hacen a continuación, para



llevarla a la práctica en el aula:

1. Besar a otra persona

Se pide a la clase que formen círculos de 7 u 8 componentes, cada componente pensará una parte del cuerpo humano. Cuando todo el mundo haya pensado en esa parte del cuerpo, se dice: “Ahora vais a besar la parte pensada al compañero o compañera de la derecha” (Seguramente surgirán bastantes reacciones graciosas que harán reír a toda la clase).

2. Hacer reír al compañero o a la compañera

Se pide a los alumnos y las alumnas que hagan dos filas y se pongan frente a frente. Durante un minuto o dos, una fila se encarga de hacer reír a la otra. La otra fila tiene la instrucción de no reírse. Después se invierten los papeles.

3. Construir “COLMOS”

Se divide la clase en equipos de 4 personas. Su misión será elaborar 4 “colmos” por grupo, de diferentes profesiones, atributos físicos o rasgos de personalidad. Por ejemplo, *“¿cuál es el colmo de un electricista?, ¿cuál es el colmo de un calvo?, ¿cuál es el colmo de una charlatana?”*.

Una vez finalizados los juegos de humor, se pide a los grupos que reflexionen sobre la gran cantidad de momentos divertidos que tienen y han tenido en su vida, y de como son capaces de reírse y pasarlo bien como ha sucedido ahora con estas actividades.

COMENTARIO FINAL

“El alcohol y las demás drogas no son divertidas en sí, son objetos inanimados que producen unos efectos, tienen unos riesgos y unas consecuencias para nuestra salud. Somos las personas, las que tenemos capacidad para divertirnos, y lo mejor de todo, podemos hacerlo sin tener necesidad de comprar ningún producto”.

