



2º ESO
ACTIVIDAD 5

DELULU

COMPETENCIAS CLAVE

- Competencia en comunicación lingüística
- Competencia sociales y cívicas
- Competencia digital
- Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor.

OBJETIVOS

- Impulsar que el propio alumnado lidere iniciativas de prevención y apoyo mutuo en su entorno y comunidad
- Desmitificar el tabaco y el vapeo, rompiendo la falsa imagen de madurez o éxito y visibilizando el rechazo social hacia estos hábitos.
- Desarrollar el pensamiento crítico para que detecten y rechacen las estrategias comerciales que se aprovechan de su vulnerabilidad.
- Promover un uso educativo, responsable y constructivo de las TRICO (Tecnologías de la Relación, la Información, la Comunicación y el Ocio)

RECURSOS MATERIALES

- Visión del Vídeo
<https://www.youtube.com/watch?v=sErsem2gy1s&list=PLF0JytGRMolH3tXoIFwg6pctcbhrBsry&index=3>
- Rotuladores de colores, folios...
- Acceso a internet

TIEMPO APROXIMADO Una sesión de 50 minutos

SENTIDO PREVENTIVO

Tu cuerpo está listo para comerse el mundo, lleno de planes y de futuro. Pero hay una industria que solo ve tu juventud como una oportunidad de negocio. Las marcas de vapeadores y tabaco no quieren darte estatus ni libertad; diseñan sabores dulces y aparatos modernos para atrapar a tu cerebro en una adicción temprana. Fumar o vapear no te hace más maduro/a, te hace dependiente. Frena la manipulación y toma las riendas. El verdadero acto de rebeldía hoy es cuidar tu salud y proteger tu propia libertad.



DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Fase 1

Todo es perfecto

Hoy en día el anuncio de los vápers está prohibido, pero en algunas plataformas todavía podemos encontrar alguno, además la industria tabacalera ha modificado sus estrategias adaptándose a esta circunstancia.

Vamos a ver un video en el que se anuncian vápers.

https://www.youtube.com/watch?v=sErsem2gy1s&list=PLF0JytGRMolH3tXoIF_wq6pctcbhrBsry&index=3

Por grupos de 4-5 el alumnado identificará diferentes estrategias que se utilizan para la venta de los vápers y se anotarán en la pizarra. (7 min)

Ideas de estrategias para el profesorado:

Usar Estrategia Emocional

De los anuncios de vídeo analizados, el 68% utilizó la felicidad, el 41% la amistad, el 24% ligar, gustar, la atracción y el 24% el éxito. El 87% de los anuncios intentó atraer a los clientes destacando las ventajas de los cigarrillos electrónicos sobre los cigarrillos de tabaco, mientras que el 40% mencionó la salud.

Uso Redes sociales

El uso de tácticas como el atractivo emocional, el respaldo de celebridades, los dibujos animados y la animación en las redes sociales resulta muy eficaz para captar la atención de adolescentes y jóvenes, y la industria del cigarrillo electrónico lo sabe bien. Utilizan diversos métodos: tuits, etiquetar fotos con #vaper, videos en youtube, instagramers, influencers fumando... no dicen "compra esto", simplemente hacen que parezca *cool* o moderno

Uso sabores de fruta y el diseño

Envases coloridos y personajes de dibujos animados para representar su marca, vápers que imitan material escolar: Existen vápers desechables con formas idénticas a subrayadores fluorescentes, bolígrafos o memorias USB.



Fase 2

Cuestión de enfoque

Si pensáis en los mensajes que recibimos cuando trabajamos la prevención del consumo de estos productos siempre suele apoyarse en decir que NO LO HAGAS, es decir, te dicen qué tienes que hacer... y no nos gusta.

Sin embargo, la industria tabacalera no te dice fuma, te dice... ¡mira qué guay es esto! te muestra cosas positivas para que quieras hacerlo pensando que la decisión es tuya, aunque se trata de otro tipo de estrategia que nos manipula.

¿Sabéis que es la Psicología inversa?

La **psicología inversa** consiste en conseguir que alguien haga algo pidiéndole exactamente lo contrario de lo que realmente quieres que haga.

Funciona porque, como acabamos de decir, a las personas no nos gusta sentir que nos quitan la libertad o que nos digan lo que hay que hacer. Cuando nos prohíben algo, nos dan más ganas de hacerlo sólo por llevar la contraria (a esto en psicología se le llama *reactancia*).

- Usando esta técnica, esos mismos grupos de la primera fase van a elaborar un mensaje de prevención basándose en lo que hemos visto en el video, pero aplicando esta estrategia (10 min)
- Elaborar storyboard, aparecen ideas que quieres transmitir. (6 min)
- Transformar ese storyboard en un tik tok (25 min)

El producto de cada uno de ellos podrá difundirse a través de las redes sociales del centro, web, blog, eventos del día de la salud o la semana de la ciencia etc.

COMENTARIO FINAL

“Activar el pensamiento crítico es como desconectar del piloto automático; es un escudo que cuida lo que de verdad quieres, tu propia mente.... y tu bolsillo!!!

Hoy hemos diseñado nuestra respuesta colectiva contra esa publicidad que maquilla los vapes como algo "cool" y seguro. Nos hemos movilizado, hemos hecho oír nuestra voz y ahora estamos listos y listas para abrirle los ojos a mucha más gente.

Dejemos de confiar en cosas que nos tratan como números y confiemos en nosotros/as. Delulu is the solulu”