



3º ESO
ACTIVIDAD 3

EL CASO DE LA NUBE INVISIBLE

COMPETENCIAS CLAVES

- Competencia en comunicación lingüística.
- Competencia personal, social y de aprender a aprender.
- Competencia ciudadana.
- Competencia digital.
- Competencia emprendedora.

OBJETIVOS

- Analizar de manera crítica los factores que favorecen la normalización del uso de vapeadores entre adolescentes.
- Identificar las estrategias que hacen que estos dispositivos puedan resultar atractivos o aparentemente inofensivos.
- Diferenciar entre la imagen social que se proyecta del vapeo y la realidad que existe detrás de su consumo.
- Desarrollar la capacidad de investigar, contrastar información y extraer conclusiones a partir de diferentes evidencias.
- Promover la reflexión sobre la influencia que pueden ejercer el entorno social, las modas y determinados mensajes en nuestras decisiones.
- Fomentar el trabajo cooperativo y la participación activa del alumnado en la búsqueda de soluciones.

RECURSOS MATERIALES

- Ordenador con acceso a internet.
- Proyector y pantalla.
- Un audiovisual sobre vapeadores: [Cigarrillos electrónicos y otros productos de tabaco: ¿Qué tan malos son? | #TELOEXPLICO](#) (5:50 min)
- Fichas o tarjetas con las diferentes «pistas» de la investigación.
- Folios o cartulinas para recoger las conclusiones.

TIEMPO APROXIMADO Una sesión de 50 minutos.

SENTIDO PREVENTIVO

Durante muchos años, fumar se ha relacionado directamente con el consumo de cigarrillos tradicionales. Sin embargo, en los últimos años han aparecido nuevos



dispositivos que han transformado la imagen que muchas personas tienen sobre el acto de fumar. Los vapeadores pueden presentarse como dispositivos tecnológicos, modernos y llamativos, alejados de la imagen tradicional asociada al tabaco. Sus diferentes diseños, colores y sabores pueden contribuir a que, especialmente entre la población adolescente, se perciban como productos menos perjudiciales o incluso ajenos al consumo de tabaco. Sin embargo, detrás de esa apariencia existen sustancias, intereses comerciales y mecanismos que pueden favorecer su consumo y normalización desde edades tempranas.

El principal objetivo de esta actividad no es transmitir al alumnado un listado de prohibiciones ni pedirle simplemente que memorice información. Se trata de plantearle una investigación.

A lo largo de la actividad, los alumnos y alumnas deberán analizar diferentes pistas para responder a una pregunta:

¿Cómo consigue un producto relacionado con fumar parecer algo completamente diferente?

El alumnado tendrá que ponerse en la piel de un equipo de investigación encargado de descubrir qué hay detrás de la imagen aparentemente inofensiva de los vapeadores. Para ello, analizarán aspectos relacionados con su apariencia, los mensajes que circulan sobre ellos, su presencia en el entorno adolescente y algunos de los riesgos que pueden quedar ocultos tras la idea de que se trata simplemente de «vapor».

A través de este proceso se pretende favorecer una actitud más crítica y consciente ante aquellos productos que pueden normalizarse en el entorno social y digital.

ANTES DE INICIAR LA ACTIVIDAD

El profesorado puede introducir la actividad con el siguiente texto:

“Durante mucho tiempo, cuando alguien hablaba de fumar, casi todo el mundo imaginaba lo mismo: una persona con un cigarrillo. Hoy, sin embargo, la imagen ha cambiado. Existen dispositivos que pueden tener colores llamativos, sabores dulces y una apariencia tecnológica. Algunos son pequeños y discretos y pueden parecerse más a un accesorio o a un dispositivo electrónico que a la imagen que tradicionalmente asociábamos con fumar.

Pero aquí aparece una pregunta interesante: si algo está relacionado con fumar, ¿por qué puede resultar tan difícil reconocerlo como tal?

Hoy no vamos a hacer una clase en la que alguien os diga simplemente lo que está bien o mal. Vais a convertirlos en un equipo de investigación.

Tenéis un caso entre manos. Vuestra misión será analizar diferentes pistas y descubrir qué hay detrás de una nube que, a primera vista, parece inofensiva. Al final tendréis que llegar a una conclusión: ¿qué hace que un vapeador pueda parecer algo tan diferente de lo que realmente es?”.



DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Fase 1

La primera pista

El profesorado divide la clase en grupos de 4 ó 5 personas.

A cada grupo se le plantea la siguiente situación:

Imaginad que una persona de otro planeta llega a la Tierra y observa por primera vez un vapeador, pero no sabe qué es. Solo puede analizar su aspecto. ¿Qué creéis que pensaría que es?

Cada grupo deberá responder libremente (5 min). Podrán aparecer respuestas como:

- Un aparato tecnológico.
- Un accesorio.
- Un dispositivo de ocio.
- Un producto relacionado con los sabores.
- Algo moderno.
- Un objeto de moda.
- Un dispositivo electrónico.

A continuación, el profesorado lanza una nueva pregunta:

¿Cuántas de esas respuestas están relacionadas con fumar?

El objetivo de esta primera fase es que el alumnado compruebe cómo la apariencia de determinados productos puede influir en la manera en que los interpretamos (5 min)

Para finalizar, el profesorado puede plantear:

Si un producto relacionado con fumar puede parecer muchas otras cosas, tenemos un misterio que investigar.

En ese momento se presenta al grupo el nombre de la investigación: EL CASO DE LA NUBE INVISIBLE

Fase 2

El Expediente

Cada grupo recibe un «expediente de investigación» compuesto por diferentes pistas.

Cada pista analiza un aspecto relacionado con la normalización del vapeo. No es necesario que todos los grupos trabajen las mismas pistas. Se pueden repartir entre ellos para que, posteriormente, tengan que compartir la información.



PISTA 1. LA APARIENCIA

«Un objeto puede influir en nuestra percepción incluso antes de saber cómo funciona»

El grupo deberá reflexionar:

- ¿Qué características pueden hacer que un vapeador resulte visualmente atractivo?
- ¿Qué diferencia existe entre su imagen y la que normalmente asociamos a un cigarrillo?
- ¿Puede la apariencia de un producto hacer que pensemos que tiene menos riesgos?

PISTA 2. LOS SABORES

«El sabor puede cambiar completamente la forma en que interpretamos un producto»

Preguntas:

- ¿Qué tipo de productos suelen relacionarse normalmente con sabores dulces o frutales?
- ¿Qué imagen transmiten estos sabores?
- ¿Creéis que un sabor puede hacer que olvidemos que estamos ante un producto relacionado con fumar?

PISTA 3. “TODO EL MUNDO LO HACE”

«A veces no necesitamos que todo el mundo haga algo. Basta con que parezca que todo el mundo lo hace»

Preguntas:

- ¿Por qué tendemos a considerar más normal una conducta cuando la vemos repetidamente?
- ¿Puede nuestro entorno hacernos pensar que una conducta es más habitual de lo que realmente es?
- ¿Qué influencia pueden tener las redes sociales y determinados contenidos digitales?

PISTA 4. “SI ES VAPOR, NO PASA NADA”

«Las palabras que utilizamos pueden modificar la forma en que interpretamos una situación»

Preguntas:

- ¿Qué idea transmite la palabra «vapor»?
- ¿Por qué puede resultar tranquilizadora?
- ¿Es lo mismo hablar de vapor que de un aerosol que contiene diferentes sustancias?
- ¿Qué información puede faltar cuando se afirma que «solo es vapor»?



PISTA 5. LA FALSA SENSACIÓN DE CONTROL

«Pensar que algo puede dejarse cuando se quiera no significa necesariamente que sea tan sencillo»

Preguntas:

- ¿Por qué algunas personas pueden pensar que no existe ningún problema porque solo vapean ocasionalmente?
- ¿Puede una conducta que parece pequeña ir ocupando cada vez más espacio en nuestra vida?
- ¿Qué relación existe entre consumir porque uno quiere y sentir que necesita hacerlo?

PISTA 6. ¿QUIÉN SALE GANANDO?

«Detrás de un producto que se consume siempre existe alguien que lo fabrica y comercializa»

Preguntas:

- ¿Qué necesita una empresa para vender más?
- ¿Qué ocurre si cada vez más personas consideran normal utilizar un producto?
- ¿Puede resultar interesante para una empresa que su producto se perciba como inofensivo?
- ¿Por qué es importante preguntarse siempre quién se beneficia del consumo?

Cada grupo deberá anotar las conclusiones principales de su pista.

El profesorado puede recordar que **no se trata todavía de emitir un juicio**, sino de recopilar pruebas.



La prueba audiovisual

Tiempo aproximado: 10 minutos

A continuación, se proyectará el vídeo seleccionado.

Antes de comenzar, se plantea al alumnado el siguiente reto:

“Hasta ahora habéis investigado utilizando vuestras propias ideas y las diferentes pistas que habéis ido encontrando. Ahora tenemos una nueva prueba: el vídeo. Prestad a



atención, porque puede confirmar algunas de vuestras conclusiones, haceros cambiar de opinión o aportar información que no habíais tenido en cuenta.”

Después de la proyección, cada grupo tendrá que responder:

¿Qué nueva información hemos descubierto?

Y clasificarla en una de estas tres categorías:

- **CONFIRMA NUESTRA HIPÓTESIS**
- **NOS HACE CAMBIAR DE OPINIÓN**
- **ABRE UNA NUEVA PREGUNTA**

De esta manera, el vídeo no se utiliza simplemente como un elemento informativo, sino como una nueva prueba dentro de la investigación.



El veredicto

Tiempo aproximado: 10 minutos

Una vez analizadas todas las pruebas, cada grupo deberá elaborar su conclusión final.

Para ello tendrán que completar la siguiente frase:

Después de analizar todas las pistas, creemos que los vapeadores pueden parecer algo diferente de fumar porque...

Su respuesta deberá incluir, al menos, **tres pruebas** obtenidas durante la investigación. Posteriormente, cada grupo elegirá a una persona portavoz que expondrá brevemente su conclusión al resto de la clase.

Una vez escuchados todos los grupos, el profesorado planteará la pregunta final:

¿Qué podemos hacer cuando algo intenta parecer más inofensivo, más normal o más atractivo de lo que realmente es?

Se puede ir anotando en la pizarra las diferentes respuestas de los y las participantes de la actividad.

Y para finalizar comentar: **NO TODO LO QUE PARECE INOFENSIVO LO ES. APRENDER A MIRAR MÁS ALLÁ TAMBIÉN ES DECIDIR.**

COMENTARIO FINAL

“A veces creemos que decidir libremente consiste simplemente en elegir entre hacer algo o no hacerlo. Pero tomar una decisión realmente libre requiere algo más: conocer qué hay detrás de aquello que elegimos.



La publicidad, las modas, nuestro entorno o las redes sociales pueden hacernos sentir que determinadas cosas son normales, atractivas o inofensivas. Sin embargo, que algo sea frecuente no significa que no tenga consecuencias y que algo parezca moderno no significa que esté pensado para cuidarnos.

Ser críticos y críticas no significa desconfiar de todo. Significa aprender a hacerse preguntas.

¿Qué estoy viendo realmente?

¿Qué información me falta?

¿Quién se beneficia de que esto me parezca normal?

Y, sobre todo, ¿estoy tomando esta decisión porque realmente quiero o porque algo o alguien ha conseguido convencerme sin que me dé cuenta?

Mirar más allá de la apariencia es una forma de proteger nuestra libertad. Porque cuanto más sabemos y más preguntas somos capaces de hacernos, más nuestras son las decisiones que tomamos”.