



COMPETENCIAS CLAVES:

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

OBJETIVOS

- Fomentar la implicación proactiva del alumnado en la prevención entre iguales y comunitaria.
- Promover un rechazo social hacia el vapeo, eliminando por completo la falsa creencia de que este hábito se asocian con el éxito, la madurez o la independencia.
- Capacitar al alumnado con un pensamiento crítico que les permita identificar y rechazar el abuso y la explotación comercial de su propia vulnerabilidad.
- Fomentar la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación con un enfoque proactivo y educativo.

RECURSOS MATERIALES

- Vídeo [Jolly Ranger Promo Video](#)
- Acceso internet
- Caja de cartón grande
- Rotuladores de colores folios, revistas, periódicos...

TIEMPO APROXIMADO Una sesión de 50 minutos

SENTIDO PREVENTIVO

"No sé si sabéis que las empresas de vapers tienen prohibido hacer anuncios en la tele porque sus productos son peligrosos. Así que han inventado un truco: diseñar los vapers como si fueran chuches o cosas del colegio para que caigáis en la trampa. Vamos a analizar estos ejemplos y a descubrir cómo intentan engañarnos.

En esta actividad vamos a reflexionar sobre esta realidad, para posicionarnos y tener una actitud crítica frente a las estrategias que estas multinacionales adoptan para vendernos sus productos".

La proyección de un video sirve al profesorado para remover la conciencia del alumnado, invitándolo a promover un papel activo en su toma de decisiones y tomar partido.



Finalmente, mediante un trabajo en equipo lanzarán sus ideas a las y los compañeros y a la sociedad en general.

Antes de iniciar la actividad

"Tu cuerpo está en pleno crecimiento, lleno de energía, planes y futuro. Cada decisión que tomas hoy define el bienestar de tu mañana. Sin embargo, hay una industria que ve tu juventud y tu vulnerabilidad como una simple oportunidad para generar ingresos.

*Las tabacaleras y empresas de vapeadores diseñan productos con sabores atractivos, empaques llamativos y tecnología moderna con un único fin real: **crear una adicción temprana en ti**. No te ofrecen libertad ni estatus; te ofrecen una dependencia química que compromete tu capacidad pulmonar, afecta tu desarrollo cerebral y daña tu salud física y mental desde los primeros años de vida.*

Vapear y fumar no son sinónimos de madurez, sino amenazas directas a tu calidad de vida. No permitas que manipulen tus decisiones ni que decidan por tu cuerpo. Cuidar tu salud es el verdadero acto de rebeldía y el primer paso para proteger tu libertad"

Elige tu bienestar. Elige salud.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Fase 1

Disfrazando la verdad

Se divide al alumnado en grupos de 4-6 personas y se les plantea a través de una pregunta abierta *¿Qué sabemos del negocio del tabaco, los vapeadores y las cachimbas?* (10 minutos)

"Como hemos comentado al principio de esta actividad, las empresas que venden vapeadores tienen prohibido anunciarlos en la televisión, en las redes sociales etc... sin embargo utilizan diferentes estrategias para saltarse esta prohibición... ¿se os ocurre alguna de ellas?"



Fase 2

Más allá de lo que veo

Seguidamente, se introduce el audiovisual con el siguiente comentario:

“Vamos a ver un breve video de una campaña donde podemos desvelar algunas de las estrategias que utilizan (aunque ahora ya no los anuncien como vemos aquí) y vamos a anotarlas en la pizarra... estad atentos y atentas”

Se proyecta el video [Jolly Ranger Promo Video](#)

- ¿Cómo son algunas de las estrategias?
- ¿Creéis que funcionan y que nos engañan?
- ¿Qué respuesta te gustaría darles?

Para profesorado, ideas de estrategias:

Usar Estrategia Emocional

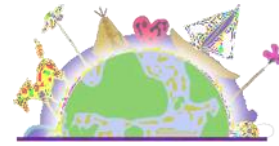
De los anuncios de vídeo analizados, el 68% utilizó la felicidad, el 41% la amistad, el 24% ligar, gustar, la atracción y el 24% el éxito. El 87% de los anuncios intentó atraer destacando las ventajas de los cigarrillos electrónicos sobre los cigarrillos de tabaco, mientras que el 40% mencionó la salud.

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 las y los jóvenes, y la industria del cigarrillo electrónico lo sabe bien. Utilizan diversos métodos tuits, etiquetar fotos con #vaper, videos en youtube, Instagramer, influencer 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, Vapers que imitan material escolar: Existen vapers desechables con formas idénticas a subrayadores fluorescentes, bolígrafos o memorias USB.



Fase 3

Mi foto final

De nuevo, por grupos de 4-5 personas, vamos a diseñar un Photocall. En él pueden aparecer mensajes, dibujos que al final den a entender que los vaper no son saludables (20 min)

COMENTARIO FINAL

"Cuando un anuncio te promete cosas imposibles, usa luces brillantes o te hace creer que necesitas eso que están vendiendo para ser feliz, está intentando manipularte. Su objetivo es que dudes de lo que ya tienes y pienses que te falta algo. Al dudar del anuncio, hacer preguntas o decir "esto no es real", recuperas el control de tus decisiones. La clave es pensar por tí mismo, por tí misma".
