TÍTULO:

ODA A LA NORMALIDAD

AUDIOVISUAL

VARIABLES QUE SE PUEDEN TRABAJAR:

Toma de decisiones; Autoestima.

ÁREA CURRICULAR:

Lengua Castellana y Literatura; Biología y Geología.

CONTEXTO ESCOLAR:

Programas de prevención: Consumo de drogas.

EDAD RECOMENDADA:

De 12-14 años.

SINOPSIS:

La cerveza es fuente de felicidad, de satisfacción y de diversión, y es consumida por «gente de verdad».

REFERENTE TEÓRICO: La sociedad actual tiende a promover la comercialización de productos mediante la asociación de estos con valores. De este modo, se generan en los compradores expectativas encaminadas al logro de determinadas metas (felicidad, diversión, etc.). Este hecho incluye la publicidad del alcohol que, aunque actualmente 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.

RAZÓN DE SER: A partir de la secuencia, se explora con el alumnado su capacidad de disfrute y diversión. En dinámicas posteriores se profundiza en la desmitificación de la idea del alcohol como generador de diversión.

DESARROLLO

Se rompe la disposición habitual del aula. Se colocarán en círculo o semicírculo, creando así un clima distendido y de confianza.

1ª Fase

¿Alguna vez os habéis parado a pensar qué significado tiene para vosotros el sofá de casa? Para mí el sofá de casa significa desconectar del trabajo, me siento y me olvido de todo. ¿Qué significa para vosotros? (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 vosotros tenéis que escribir en una hoja una frase, una situación o una idea que os 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 demos cuenta, porque no nos hemos parado a pensarlo detenidamente, de la mayoría de los productos hacemos traducciones. Estad atentos a los anuncios publicitarios y seguro que os convertís en unos traductores expertos.

2ª Fase

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

A continuación, se proyecta el audiovisual.

Se divide la clase en equipos de 3-4. A cada equipo se le da una ficha como la que aparece a continuación, que tendrá que cumplimentar una vez visto el audiovisual:

Anuncio publicitario: oda a la normalización	
¿Qué cosas agradables se asocian a la cerveza?	Amor, familia, compartir, descanso, relax, recompensa después de trabajar, gratificaciones, ir de compras, cantar en la ducha, diversión, alegría, amigos, futbol, celebración, etc.
¿Cómo dice que es la gente que bebe cerveza a diario?	Es gente de verdad, auténtica y sabe disfrutar, es joven, se ríe, etc.
¿Qué es lo que no cuenta el anuncio?	• Borrachera. • Resaca y mal cuerpo al día siguiente. • El abuso provoca falta de coordinación y confusión. • Agresividad, violencia, peleas. • El alcohol no tiene porque producir diversión. • El alcohol no proporciona la felicidad.

Cada grupo contará con 5 minutos para completar el cuadro, a continuación, se procede a una puesta en común. El docente 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 de bromas y risas? Pensad una cosa: Si cogéis unas cervezas y os las bebéis en casa, pero vosotros solos, sin nadie más a vuestro alrededor, ¿os lo pasáis tan bien?

3ª Fase

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

1. Hacer reír al compañero.

El docente pide 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.

2. Construir "COLMO".

Se divide la clase en equipos de 4 alumnos. 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 charlatán?, ¿Cuál es el colmo de una empresa de comida rápida? ¿Cuál es el colmo de una boa constrictor? etc. En esta actividad se prestará especial atención a que se respete la diversidad, de forma que no podrán ser objeto de colmo colectivos que han sido objetos de mofa durante mucho tiempo en la cultura popular, por género, orientación del deseo, religión, color de la piel, discapacidad, etc.

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

Para concluir con la actividad el docente comenta:

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 nosotros mismos quienes tenemos capacidad para divertirnos y, lo mejor de todo, podemos hacerlo sin necesidad de comprar ningún producto.

PROPUESTA DE CONTINUIDAD

Se creará un nuevo espacio en el aula titulado *'El chiste del día'*. Cada día, un alumno contará un chiste al resto de la clase, el cual deberá cumplir con los criterios establecidos previamente. Estos requisitos son especialmente relevantes para el trabajo que estamos desarrollando.

Al final de cada mes, el alumnado elegirá democráticamente *"El chiste del mes"* mediante votación.