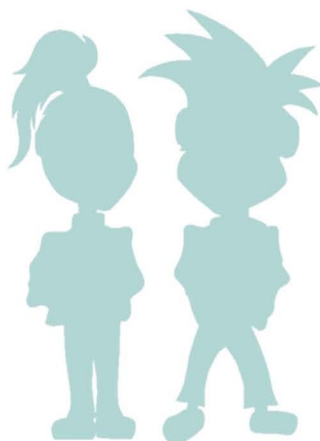




CHARRANDO ***PARA DECIDIR***



Edita: Ayuntamiento de Zaragoza
Área de Educación y Acción Social
Concejalía de Acción Social y Cooperación al Desarrollo

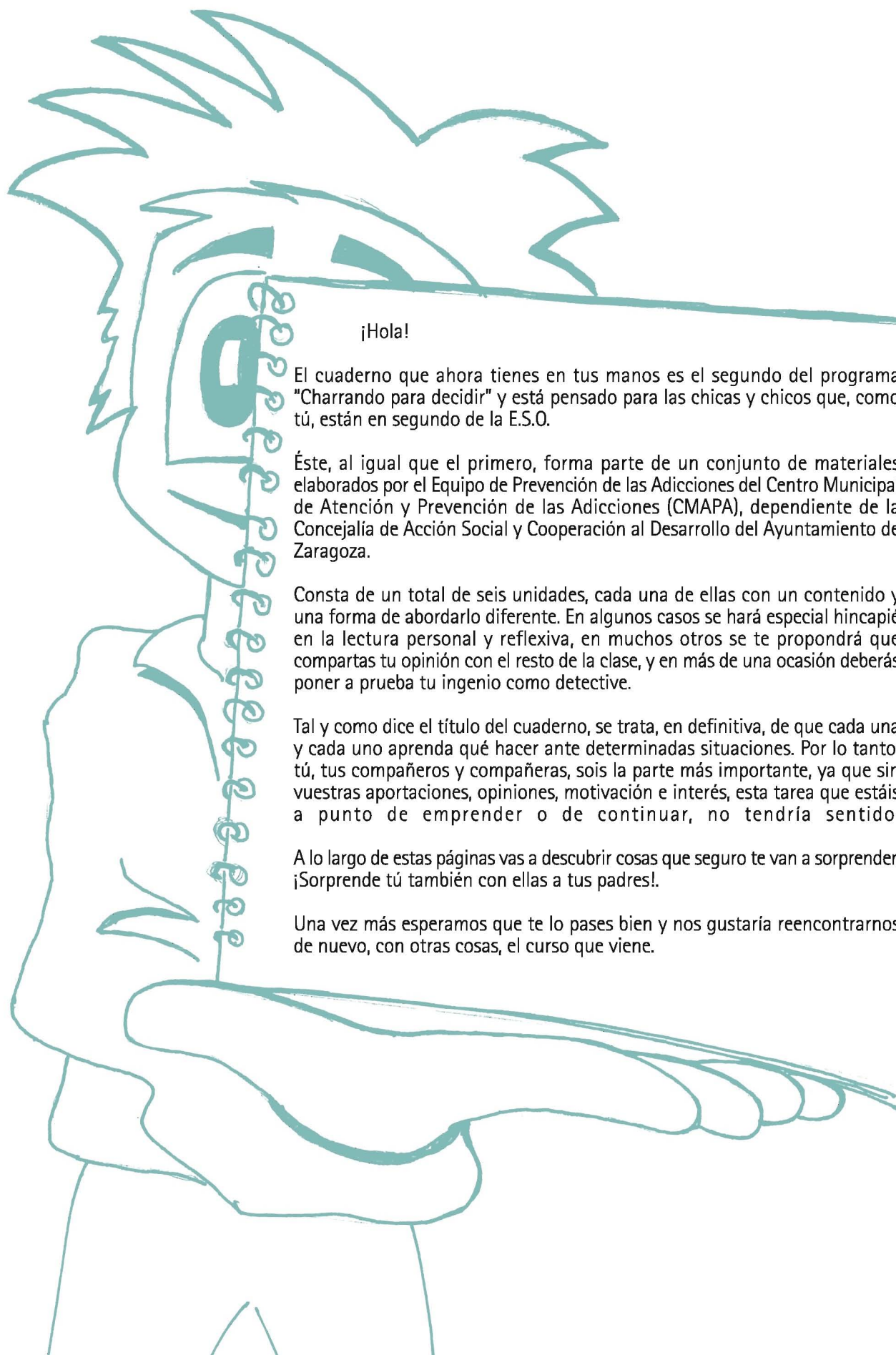
Autores: CMAPA (Centro Municipal de Atención y Prevención de las Adicciones).
Equipo de prevención.

Diseño, maquetación: Birrus Visual, S.L.L.
Dibujos: David Castillo. Birrus.

CMAPA
Avd. Pablo Ruiz Picasso,59
50018 Zaragoza

Teléfonos: 976 291 727 - 976 724 916
Fax: 976 724 917
e-mail: prevencionadicciones@zaragoza.es
atencionadicciones@zaragoza.es

Año de Publicación: 2005
Copyright: Ayuntamiento de Zaragoza.



¡Hola!

El cuaderno que ahora tienes en tus manos es el segundo del programa "Charrando para decidir" y está pensado para las chicas y chicos que, como tú, están en segundo de la E.S.O.

Éste, al igual que el primero, forma parte de un conjunto de materiales elaborados por el Equipo de Prevención de las Adicciones del Centro Municipal de Atención y Prevención de las Adicciones (CMAPA), dependiente de la Concejalía de Acción Social y Cooperación al Desarrollo del Ayuntamiento de Zaragoza.

Consta de un total de seis unidades, cada una de ellas con un contenido y una forma de abordarlo diferente. En algunos casos se hará especial hincapié en la lectura personal y reflexiva, en muchos otros se te propondrá que compartas tu opinión con el resto de la clase, y en más de una ocasión deberás poner a prueba tu ingenio como detective.

Tal y como dice el título del cuaderno, se trata, en definitiva, de que cada una y cada uno aprenda qué hacer ante determinadas situaciones. Por lo tanto, tú, tus compañeros y compañeras, sois la parte más importante, ya que sin vuestras aportaciones, opiniones, motivación e interés, esta tarea que estáis a punto de emprender o de continuar, no tendría sentido.

A lo largo de estas páginas vas a descubrir cosas que seguro te van a sorprender. ¡Sorprende tú también con ellas a tus padres!.

Una vez más esperamos que te lo pases bien y nos gustaría reencontrarnos de nuevo, con otras cosas, el curso que viene.

ÍNDICE

1. Cómo me veo	7
2. ¿Qué hago?	11
3. No es oro todo lo que reluce	17
4. ¿Fumas?	
Tienes que dar una respuesta	27
5. Consumo de alcohol: mitos y realidades	33
6. La solución mágica.	39

1. Cómo me veo

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

- De la autoconfianza.
- De conocer lo que nos gusta y lo que no nos gusta de nosotras y nosotros.
- De cómo nos vemos y cómo nos ven las otras personas.
- De saber expresar los sentimientos a los demás.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

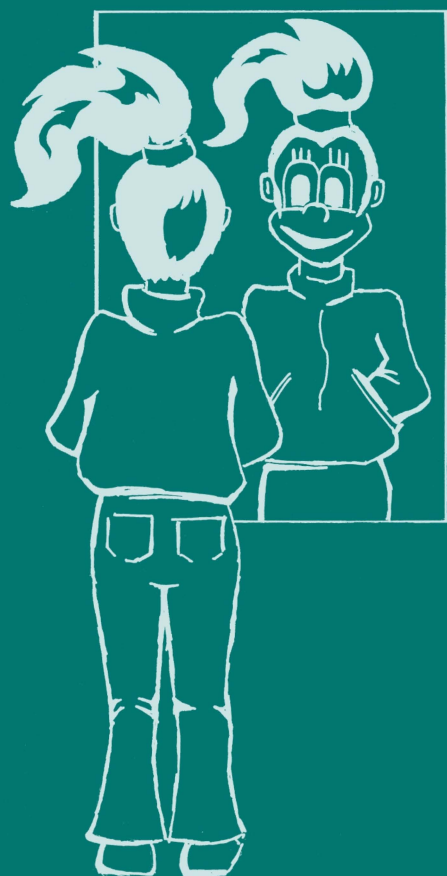
- Leyendo atentamente el apartado "Punto de partida".
- Contestando a las preguntas que a continuación se plantean.
- Comentando y analizando con el resto de la clase las diferentes respuestas.
- Escuchando lo que los demás dicen de cada cual.
- Haciendo una breve descripción positiva de los miembros de la clase.

¿QUÉ MATERIAL VAMOS A NECESITAR?

- Un registro (se incluye en esta actividad).
- Tarjetones (o folios partidos por la mitad).

¿CUÁNTO TIEMPO VAMOS A DEDICARLE?

- Una sesión.



PUNTO DE PARTIDA

Cada persona tiene una imagen de sí misma, de sus capacidades, de su aspecto físico. Precisamente la autoestima es la valoración que cada cual se hace y puede ser positiva o negativa, dependiendo de cómo se sienta consigo mismo.

Tener una autoestima positiva significa que cada uno y cada una se da cuenta y siente que:

- **Se acepta como es y se siente a gusto con su propia forma de ser.**
- **Hay cosas que las hace bien.**
- **Tiene cosas buenas (y también "cosas menos buenas").**
- **Sabe cuáles son sus dificultades y procura superarlas.**
- **Tiene derecho a equivocarse alguna vez.**
- **Puede aprender de los errores.**
- **No se desanima ante las dificultades.**
- **Puede decir "NO" a aquello que no le conviene.**
- ...

Es normal que la autoestima de una persona varíe según las cosas que le ocurren, en función de las propias experiencias, de la opinión que tienen los demás, etc.

La autoestima afecta a la confianza que una persona tiene en sí misma, a sus decisiones y a sus relaciones. Pero afortunadamente no es algo ajeno que está fuera de control, por el contrario, la autoestima es algo que se puede cambiar y mejorar.



NOS PONEMOS EN MARCHA

I. QUÉ ME GUSTA Y QUÉ NO ME GUSTA

Escribe en cada columna las cosas que te gustan y las que te disgustan de ti mismo o de ti misma. Además de pensar en cuestiones físicas, no olvides hacer referencia a aspectos más personales.

COSAS QUE ME GUSTAN:

COSAS QUE NO ME GUSTAN:

2. A continuación escribe CÓMO puedes cambiar lo que no te gusta de ti, en cosas que te gusten.

De mí no me gusta

Para cambiarlo, puedo

3. Da a conocer a la persona que tienes sentada a tu lado lo que has anotado en el apartado 1 utilizando para ello la frase:

"Soy una persona que..."

Procura aportar aquellos detalles que le faciliten entender lo que has incluido en cada uno de los apartados (aunque no los hayas escrito).

4. Con el resto del grupo, comenta las siguientes cuestiones:

- ¿En qué columna has escrito más cosas, en la positiva o en la negativa?.
- ¿Qué te gusta de tu forma de ser?.
- ¿A alguien más en el grupo le gusta?.
- ¿Qué haces bien individualmente? ¿Y con tus amigos y amigas?.
- ¿Cuál es una de tus habilidades? ¿Cuándo lo hiciste mejor?.
- ¿Tienes algún modelo? ¿Desearías ser como él o ella? ¿Esperas llegar a serlo?.
- ¿Qué cosas no te gustan de ti? ¿Es algo que te gustaría cambiar? ¿Por qué?.

Durante la discusión propón a tus compañeras y compañeros estrategias para que cambien lo que no les gusta de ellas y ellos mismos en cosas que les gusten. Presta atención a lo que te proponen a ti.

5. Piensa lo que has aprendido de ti en esta sesión. Descríbete de forma positiva utilizando tres adjetivos.

SOY

6. Piensa en un rasgo positivo de cada cual de la clase. Escríbelo en un papel y házselo llegar según indique tu profesora o profesor.

Además:

en casa puedes comentar con tus padres lo que has aprendido de ti. Habla con ellos acerca de las cosas que te gustan de ti, de lo que no te gusta. Pídeles que te sugieran también estrategias para cambiar estas últimas.

Ya sé que...

tener una autoestima positiva supone confiar en las propias cualidades, quererse, sentirse eficaz y valioso, lo que va a permitir que las situaciones difíciles se entiendan como algo pasajero de las que se saldrá adelante.

2. ¿Qué hago?

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

- De las decisiones que continuamente hay que tomar y de cómo tomarlas de forma eficaz.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

- Leyendo atentamente el apartado "Punto de partida".
- Pensando en las decisiones que se toman de forma habitual.
- Analizando cómo se toman aquellas que son más importantes.
- Aprendiendo a utilizar el "método de los cinco pasos".

¿QUÉ MATERIAL VAMOS A NECESITAR?

- Una ficha: "Guía para tomar una decisión eficaz" (se incluye en esta actividad).

¿CUÁNTO TIEMPO VAMOS A DEDICARLE?

- Una sesión aproximadamente.



PUNTO DE PARTIDA

¿Te has dado cuenta de que todos los días decides sobre diferentes cosas? Como lo haces casi sin darte cuenta, te parece que es fácil (qué ropa me pongo, qué hago este fin de semana, qué película veo ...), pero para muchas personas esto no es así. El problema se complica cuando la elección que se tiene que hacer puede tener consecuencias importantes (¿qué estudio?, ¿qué actividad elijo?, ¿puedo compaginar estudio y competición?...).

Decidir acertadamente se convierte en una habilidad. En esta unidad vas a aprender precisamente el proceso a seguir para tomar mejor tus decisiones.



N MARCHA

1. Piensa y anota al menos cinco decisiones que tienes que tomar habitualmente cada semana en casa, en la escuela y con los amigos y amigas.

EN CASA

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

EN LA ESCUELA

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

CON LOS AMIGOS Y AMIGAS

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2. Examina con atención cada una de ellas y piensa si son decisiones que tomas independientemente, o si alguna persona te ayuda a tomarlas.

3. Describe la decisión más difícil que has tomado últimamente. Comenta con el resto de la clase cómo tomaste esa decisión.

DECISIÓN MÁS DIFÍCIL

La mayoría de personas toman sus decisiones del mismo modo, sin darse cuenta de la diferencia que existe entre las decisiones simples y las decisiones importantes. Las decisiones simples pueden tomarse basándose únicamente en aquello que te gusta. Sin embargo, otras decisiones hay que tomarlas después de pensar cuidadosamente en las posibles consecuencias o resultados que se pueden producir. Para hacer esto mejor es importante aprender a utilizar el "método de los cinco pasos". Aquí tienes un ejemplo:

MÉTODO DE LOS CINCO PASOS

PASO 1

DEFINE claramente el problema que se plantea.

Ejpl.: decidir a qué actividad deportiva me voy a apuntar.

PASO 2

Considera el mayor número de ALTERNATIVAS (piensa en el mayor número de cosas diferentes que puedes hacer), sin valorarlas (es posible o no llevarlas a cabo) ni descartarlas. Esto ya lo harás posteriormente.

(Natación, aeróbic, fútbol, baloncesto, karate, ...)

También habría que considerar la posibilidad de apuntarse a varias, a ninguna, o incluso de apuntarse a todas.

PASO 3

Recoge INFORMACIÓN para tomar la decisión.

Ver la oferta de actividades existente, preguntar a los compañeros y compañeras a qué actividad se van a apuntar, saber dónde se van a realizar los entrenamientos de cada actividad, cuánto tiempo a la semana podría invertir, el horario de cada actividad, la habilidad requerida para cada actividad, etc.

PASO 4

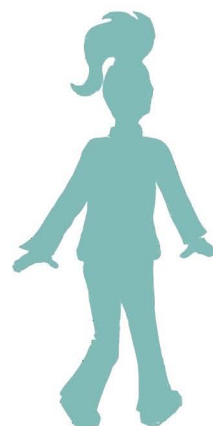
Piensa en las CONSECUENCIAS de cada alternativa, tanto para ti como para las otras personas.

Las consecuencias pueden tener que ver con el tiempo que te va a quitar para el estudio, la posibilidad de ser titular en el equipo, el relacionarte con nuevas amigas y amigos, el aprendizaje de técnicas nuevas, la posibilidad de continuidad, etc.

PASO 5

ELIGE la mejor alternativa y llévala a cabo.

Tomar la decisión de a qué actividad apuntarte y asumir las consecuencias que se deriven de tal decisión



3. En grupos de 4 o 5 personas elegir una de las situaciones que se plantean a continuación:

- A) **Te han regalado para tu cumpleaños un CD** de un grupo que no te gusta nada, aunque has dicho todo lo contrario. Puedes cambiarlo en la tienda en el plazo de 2 días. ¿Qué vas a hacer?
- B) **Tienes que elegir el regalo** que le vas a hacer a tu mejor amigo o amiga por su cumpleaños, crees saber lo que le gustaría pero vale mucho dinero. ¿Qué vas a hacer?
- C) **Alguien de la clase ha roto un cristal** de la ventana. Tú sabes quien ha sido. Te encuentras en una situación difícil porque conoces mucho a esa persona pero al mismo tiempo no te gusta lo que ha hecho. El tutor o tutora está molesto con toda la clase y crees que no es justo. ¿Qué vas a hacer?
- D) **Quieres comprarte un juego de ordenador**, has visto 3 que te gustan mucho pero sólo tienes dinero para uno. ¿Cómo lo elegirías? ¿Qué cosas tendrías en cuenta?
- E) **Dos personas muy cercanas a ti han empezado a fumar** y últimamente te llaman cobarde porque tú no lo haces. Te gusta estar con ellas y la mayor parte del tiempo lo pasáis bien, pero no tienes intención de fumar porque no te gusta. A veces te molesta que se metan contigo por no aceptar sus pitillos. ¿Qué vas a hacer?
- F) **Tu amiga o amigo siempre quiere copiar tus deberes**. A veces cuenta que le han surgido imprevistos y no ha podido hacerlos. Sin embargo cuando tú le pides algo no suele responderte bien. ¿Qué vas a hacer al respecto?

4. Haz uso de la siguiente guía para resolver las situaciones que se han planteado.

GUÍA PARA TOMAR UNA DECISIÓN EFICAZ

El problema que se me plantea es:

Las posibles alternativas son:

- I _____
- II _____
- III _____
- IV _____

Las consecuencias derivadas de cada alternativa son:

ALTERNATIVA	VENTAJAS	INCONVENIENTES
I		
II		
III		
IV		

Teniendo en cuenta lo anterior decido:

5. Podéis exponer al resto de la clase el trabajo realizado, comentando después juntos las dudas que os han ido surgiendo a lo largo de todo el proceso.

Además acostúmbrate a tomar las decisiones a partir de ahora de la forma que se ha propuesto. Es mucho más fácil que aciertes.

Puede ayudarte el reflejar los diferentes pasos que deben darse para tomar una decisión en una gran cartulina y colocarla en un lugar visible de la clase. Así podréis utilizarlo cuando tengáis que tomar una decisión importante (fijar la fecha de un examen, decidir el destino de una excursión...).

Ya sé que...

todos los días estamos tomando decisiones. Algunas de ellas las tomamos sin pensarlas demasiado, mientras que otras requieren más tiempo y mayor esfuerzo por las posibles consecuencias que puedan acarrearlos personalmente, o a otras personas.

- Una vez que se ha tomado una decisión, debe llevarse a cabo, asumiendo las consecuencias.

Para la siguiente sesión vas a necesitar hacer uso del televisor y vídeo o DVD, de casa.

3. No es oro todo lo que reluce.

?DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

- De la publicidad directa o indirecta del alcohol y del tabaco en diferentes medios de comunicación.

?CÓMO LO VAMOS A HACER?

- Prestando especial atención al apartado "Punto de partida":
 - Analizando la publicidad directa (en la TV) e indirecta (en películas, revistas, ...) del alcohol y del tabaco.

?QUÉ MATERIAL VAMOS A NECESITAR?

- El televisor de casa (y si te animas también el vídeo y/o DVD).
- Un cuestionario (que debe elaborarse en clase).
- Ficha de análisis de la publicidad (se incluye en esta unidad).
- Cintas de vídeo, DVD.
- Cartulinas, papel continuo ...

?CUÁNTO TIEMPO VAMOS A DEDICARLE?

- Alrededor de dos sesiones.



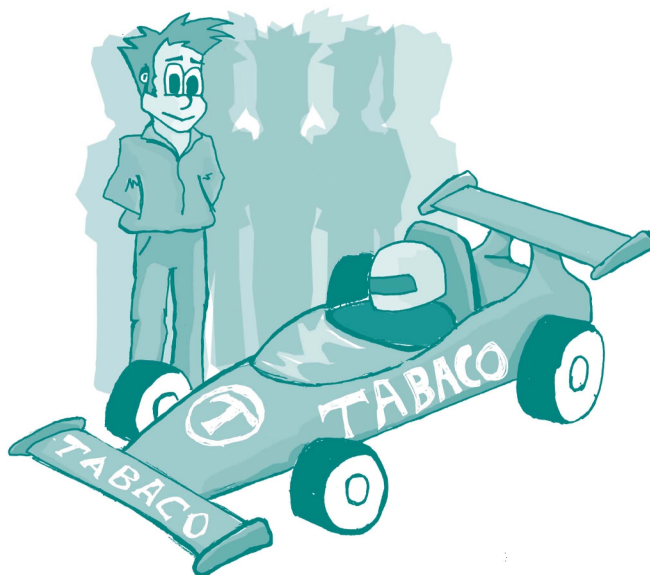
PUNTO DE PARTIDA

La publicidad del alcohol y del tabaco asocia su consumo a consecuencias positivas con las que no tienen ninguna relación (libertad, aventura, belleza, ...), ocultando así las verdaderas características y los perjuicios que se derivan de consumir estos productos.

La publicidad no es la única forma de influencia social a la que recurren las industrias del alcohol y del tabaco. Como la publicidad de estos productos está sujeta a importantes restricciones dado que son productos perjudiciales para la salud, las empresas que los comercializan utilizan frecuentemente otras formas ocultas de promoción (esponsorizando acontecimientos deportivos, pagando a las productoras de cine para que los actores y o las actrices aparezcan fumando o bebiendo, ...).

Las diferentes compañías productoras están dispuestas a invertir grandes cantidades de dinero en campañas publicitarias dado que así se incrementa considerablemente la venta de sus productos, con el consecuente aumento de los beneficios que de ello se deriva.

Una buena forma de hacer frente a la influencia que ejerce la publicidad es aprendiendo a valorarla de forma crítica, conociendo sus trucos y descubriendo sus mensajes ocultos.



N MARCHA

1. Piensa y contesta las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas horas dedicas a ver la TV?

Los días entre semana: horas aprox./día.

Los fines de semana: horas aprox./día.

- ¿En qué aspectos te influye la televisión? (marcas y modas de ropa, hobbies, descubrir nuevos intereses,...). ¿Y los programas juveniles? (sus protagonistas, qué hacen, cómo actúan,...)

- ¿Qué ventajas tiene la TV?**

- Y ¿qué inconvenientes?

2. Comenta con el resto de la clase tus respuestas.

3. Haciendo de detectives:

A continuación se proponen dos investigaciones a realizar. En grupos de 5 o 6 personas puedes escoger la que te resulte más interesante.



Tarea 1: Análisis de la publicidad en la TV

- A) Discusión inicial del grupo sobre las características generales de la publicidad de bebidas alcohólicas y de tabaco en la TV.
- B) A lo largo de una semana o poco más (de 7 a 10 días), se observarán los anuncios que aparecen al respecto. Para facilitar la tarea se pueden distribuir los días, horas y canales entre los miembros del equipo.

Sugerencia: Como es mucha la información a recoger, se pueden grabar los anuncios para analizarlos posteriormente con mayor detenimiento.

- C) Elaborar una guía que permita registrar la información relevante que se desea recoger. (Podéis consultar las fichas 1 y 2: "Análisis de la publicidad" y "Análisis de la publicidad directa en TV").
- D) Análisis de los anuncios registrados. (Si se han grabado, la tarea puede ser mucho más fácil).

- ¿Cuántos anuncios referidos a alcohol habéis encontrado?
- ¿Cuántos de tabaco?
- ¿A qué crees que se debe esta diferencia?
- ¿Qué dice la ley respecto a la publicidad de alcohol y tabaco en nuestra comunidad?

- E) Elaboración de las conclusiones y presentación de las mismas al resto del grupo.

Tarea 2: Análisis de la publicidad indirecta*

A. Observación y registro escrito de los mensajes que pueden aparecer en diferentes medios.

Sugerencia: cada grupo puede escoger una de las diferentes opciones que se plantean.

En el cine y la TV:

- Se observarán diferentes películas y se contará el nº de ocasiones en las que se fuma, bebe o se pronuncian frases del tipo "necesito una copa". (Para ello puede resultar útil la ficha 3 "Modelo para registrar la publicidad indirecta", al final de la presente unidad).
- Se prestará especial atención a quienes son los personajes que beben, qué hacen mientras tanto y después y a qué estados de ánimo se asocia el consumo de alcohol o cigarrillos.
- Pueden observarse también los anuncios situados, por ejemplo, en los campos de fútbol.

En los cómics, revistas juveniles,... :

- Observar qué estereotipos de personas que abusan del alcohol se presentan.
- Cuántos personajes fuman.
- Si consumen o no otras sustancias.
- Qué consecuencias se atribuyen al consumo, etc.

Analizar diversas canciones de cantantes o grupos musicales, sean o no actuales. En algunas de ellas el texto contribuye a inducir una determinada actitud hacia el alcohol, tabaco y otras drogas.

B. Elaboración de las conclusiones. Cada grupo puede exponer al resto de la clase el material recogido y las conclusiones a las que se ha llegado.

* La publicidad indirecta es aquella que se hace sin que la persona que lo ve sea consciente de que recibe un mensaje publicitario. A menudo no hace referencia explícita a marcas concretas, sino al producto en general (personajes que aparecen bebiendo, fumando ...).

4. Los equipos de trabajo reúnen todas las conclusiones que van a permitir extraer las técnicas generales y los argumentos que utiliza la publicidad.

Después de toda la labor de investigación realizada:

- ¿Crees que los anuncios informan sobre las características reales de los productos? ¿Por qué?
- ¿Facilitan en general una decisión racional (argumentos sólidos) del consumidor entre las diferentes marcas que ofertan el producto?
- En el caso del alcohol y del tabaco, ¿los argumentos utilizados favorecen su consumo y su posible posterior dependencia?
- ¿Son realmente ciertos esos argumentos?

Puede ser también interesante fijarse no únicamente en lo que dicen los anuncios sino también en lo que no dicen. Por ejemplo, en el caso del alcohol:

NO DICEN

Los peligros de un mal uso de las bebidas alcohólicas.
Los riesgos de conducir después de haber bebido.
Las enfermedades y trastornos a corto plazo.
Que pueda ser una molestia para las otras personas.
Las peleas que se producen después de haber bebido.

5. Después de toda esta gran labor detectivesca, **se puede dar a conocer al resto del centro la cara y la cruz de los mensajes publicitarios**. Es decir, confrontar los efectos reales del alcohol o tabaco, a través de carteles, "sketch", representaciones teatrales, elaboración de un vídeo...

Ya sé que...

tanto fabricantes como departamentos de ventas utilizan la TV para crear necesidades que luego van a cubrir con sus propios productos.

- La publicidad de alcohol y tabaco oculta las verdaderas características y consecuencias de estos productos, ya que si dijeran la verdad nadie o muy poca gente los compraría. En su lugar asocia su consumo a consecuencias positivas que, como ya has podido constatar, no tienen ninguna relación con ellos.

MENSAJES OCULTOS*

Lo normal es consumir cierto producto.

La mejor o la única manera de divertirse, es consumirlo.

Quien consume determinado producto consigue seguridad, éxitos, prestigio o amistad.

Asociar el producto a personas famosas o a modelos con determinadas características (independencia, elegancia, belleza, fama, ...)

¿QUÉ QUIEREN HACER CREER? ¿ES CIERTO?

Todo el mundo compra ese producto. Si no lo haces estás fuera de onda.

El producto ayuda a divertirse.

Si usas el producto podrás pertenecer al grupo, los demás te aceptarán y aumentará tu éxito y popularidad.

Si utilizas el producto lograrás independencia, belleza, elegancia y fama.

*Mensajes que no aparecen de forma explícita (en lo que dicen los personajes, en los mensajes escritos,...) pero que resultan fáciles de deducir. En el caso del alcohol y del tabaco suelen ser mensajes erróneos.

FICHA 1: "Análisis de la publicidad"

TIPO DE ANUNCIO	PRODUCTO: _____ MARCA: _____
DESCRIPCIÓN	TEXTO: Si la imagen es un elemento importante, no lo es menos el lenguaje que utiliza la publicidad. El texto, tanto escrito como oral, se selecciona dependiendo del público al que va dirigido; utilizará un tipo de lenguaje u otro, coloquial, técnico.. o de la jerga del grupo social al que está destinado el producto. Normalmente podemos encontrar que el texto se estructura en tres bloques: el titular o slogan, el cuerpo del texto, y el pie o cierre del mismo. El tipo de lenguaje que se utiliza en un anuncio publicitario puede ser: Directo: cuando el mensaje está dirigido directamente a la venta. Descriptivo: cuando se centra fundamentalmente en la descripción del producto. Afectivo/sugestivo: cuando utiliza elementos subjetivos, afectivos, persuasivos que están relacionados con las emociones, ilusiones, deseos. En los mensajes verbales se puede analizar: el tono de voz (agradable, sugerente, fuerte...), si el producto está presentado mediante la voz de un hombre o una mujer, etc. El slogan: es uno de los mensajes verbales o escritos más usados en la publicidad; sirve para transmitir los beneficios del producto, incitar a su consumo, crear expectativas, ilusiones... Ejemplos: "La chispa de la vida", "El aroma de tu hogar", etc. Se caracteriza por: - Ser breve. - Ser conciso. - Utilizar gran variedad de terminologías. - La capacidad de ser recordado con facilidad. - La capacidad de sorprender, etc.
	IMAGEN: Es el soporte fundamental del anuncio. Toda imagen transmite mensajes, siempre se ha dicho "una imagen vale más que mil palabras", de la imagen se puede analizar: - Situación concreta en que aparece el producto, el ambiente, la decoración, el momento, paisaje, etc... - Personas que aparecen en el anuncio, su vestimenta, edad, sexo, estatus social. - Elementos de la imagen que destacan: color, luz,... - Objetos decorativos. - Qué personajes, objetos,... destacan. - A quién se dirige el producto, jóvenes, niños, niñas, mujer, hombre. - Interpretaciones subjetivas e impacto emocional que provoca, de seducción, de atracción, de deseo, de liberación...
MÉTODO DE VENTA	TEMAS: Diferentes posibilidades Humor: asociaciones o juegos de palabras, chistes y composiciones divertidas. Sensualidad: asociando el producto al erotismo. Aventura: imágenes que representan viajes, viento, caballos, ... Información: el anuncio quiere hacer creer que está dando información objetiva. Nihilismo: este tipo de publicidad se diseña para atraer la atención de la gente no preocupada por los riesgos para la salud y, de hecho, para atraerla por el peligro que implica su consumo.
	Sensaciones que despierta Competitividad, poder, éxito social, moda, la eterna juventud, la apariencia, el culto al cuerpo, futuro, compañía, aventura, diversión, tristeza, violencia, felicidad ... Se trata de observar si existe relación de causa-efecto entre los productos anunciados y los valores promocionados.
	PÚBLICO AL QUE VA DIRIGIDO Indiscriminadamente a toda la población, a un sector específico (población infantil, jóvenes, adultos,...)
VALORACIÓN CRÍTICA	¿La información que se da es real? En qué medida aparecen cualidades objetivas reales del producto en el anuncio. ¿Conoces otros datos del producto que no aparecen?

FICHA 2: "ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD DIRECTA EN TV"

UBICACIÓN ANUNCIO	Día: Hora: Canal: Programa en el que se inserta: Programa anterior: Programa siguiente:
TIPO DE ANUNCIO	Producto: _____ Marca: _____
DESCRIPCIÓN	Texto: Titular o slogan: Cuerpo del texto: Pie o cierre:
	Imagen y/o secuencias de imagen:
MÉTODO DE VENTA	Tema:
	Sensaciones que despierta:
	Público al que va dirigido:
VALORACIÓN CRÍTICA	

FICHA 3: "Modelo para registrar la publicidad indirecta"

UBICACIÓN MENSAJE		ASPECTOS A ANALIZAR			
DÍA		PRODUCTO*			
HORA		MARCA			
CANAL		IMAGEN	PERSONAJE	Quién bebe/fuma	
PROGRAMA				Características físicas	
				Status social	
				Sentimientos que expresa	
			AMBIENTE	Dónde se desarrolla la acción	
				Momento en que ocurre	
			CONDUCTAS	Qué hacen mientras beben/fuman	
Qué hacen después					
			LENGUAJE VERBAL	CONTENIDO	Se hace referencia explícita al alcohol/tabaco
			MENSAJE QUE TRANSMITE		

* Alcohol o tabaco

4. ¿Fumas? Tienes que dar una respuesta

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

- Del tabaco.
- De algunas de las razones por las que se empieza a fumar.
- De los efectos que tiene sobre la salud.
- De si genera o no dependencia su consumo.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

- Representando una pequeña función teatral.
- Comentando con las compañeras y compañeros las razones para aceptar o no el primer cigarrillo.
- Debatiendo algunos interrogantes que se van a plantear.
- Indagando algunos de los efectos que el tabaco tiene sobre la salud.
- Elaborando y analizando los resultados de una pequeña encuesta.

¿QUÉ MATERIAL VAMOS A NECESITAR?

- Papel.
- Información sobre el tabaco (internet, bibliotecas, ...).
- Papel continuo o cartulinas grandes.
- Una encuesta.

¿CUÁNTO PUEDE DURAR?

- Alrededor de dos sesiones



PUNTO DE PARTIDA

¿FUMAS?

Hoy todos sabemos que el tabaco es una droga legal, muy fácil de conseguir y muy barata. Sus efectos nocivos tanto para la salud de la persona fumadora como para las que respiran de forma involuntaria el humo, están sobradamente demostrados.

La mayoría de quienes fuman, (ya sean adultos o jóvenes, chicos o chicas) afirman, que la principal razón por la que empezaron a fumar, fue la presión que sobre ellos ejercieron los amigos y amigas con los que mantenían una mayor relación.

Fumar o no fumar debe ser una decisión personal. Desde hace ya años se sabe que el tabaco es una droga y que no es inofensiva. El aspecto físico, la salud y el bolsillo son los principales perjudicados.



NOS PONEMOS EN MARCHA

1. Representar la siguiente situación.

Inicio de la escena: La acción puede situarse en cualquier lugar de encuentro con los amigos y amigas.



Guión base: Un grupo de chicos y chicas están hablando y fumando. Llega una persona a la que se recibe con entusiasmo y se le ofrece tabaco con total naturalidad. **No fumo**, contesta. El resto del grupo se ríe un poco ante tal respuesta y le incitan a fumar.



(En este momento se detiene la acción.
La persona a la que se le ha ofrecido el cigarrillo
se acerca al público.
Quiere que le ayude a decidir).

¿¿QUÉ HAGO??

2. Hazle saber cuál es tu opinión a través de un **papel anónimo**. Entrégaselo a tu profesora o profesor.
3. **¿Qué piensa el resto del grupo?** Más tarde, quien ha recogido todos los papeles, te lo hará saber.
4. Cada cual va a exponer al resto de la clase las **razones a favor o en contra de aceptar el primer cigarrillo**. La persona que ha planteado el problema, puede hacer de moderadora.

Algunos interrogantes que pueden facilitar el debate:

- ¿Qué quiere decir hacerse mayor?
- ¿Crees que el hecho de fumar ayuda a hacerse antes mayor?
- ¿Crees que quienes son más aceptados por el grupo son quienes más fuman?
- ¿De qué otras cosas puede depender tener muchos amigos y amigas?
- ¿Aceptas más a la gente que fuma?
- ¿Crees que una chica o un chico que no fume hace el ridículo?, ¿Por qué?

Se van anotando en la pizarra las razones que se sugieren. Puede facilitar la tarea el siguiente esquema:

Razones a favor de aceptar:	Razones para no aceptar:

5. Resumen de las aportaciones teniendo en cuenta las siguientes cuestiones:

¿Hay que fumar para que el grupo te acepte?

.....

¿Fumar perjudica la salud?

.....

Cuando se empieza a fumar, ¿se puede dejar con facilidad?

.....

¿Por qué sigue habiendo gente que fuma?

.....

.....

6. En grupos de 5 o 6 personas va a iniciarse una pequeña investigación sobre las siguientes cuestiones:

A. ¿Qué efectos tiene el tabaco sobre la salud?

Puede obtenerse información en bibliotecas, centros especializados, internet, ...

Elaborar un informe sobre los efectos del tabaco

- En las personas fumadoras.
- En las no fumadoras.

Podéis incluir datos estadísticos sobre la morbilidad (enfermedades) y la mortalidad producida por el tabaco.

Toda la información puede quedar recogida en un mural.

B. ¿El tabaco crea dependencia?

Para dar respuesta a este interrogante se propone elaborar una encuesta para que la **contesten aquellas personas que sean fumadoras habituales**. Puede ser contestada por familiares y gente conocida.

A continuación vas a encontrar algunas de las cuestiones que podrían formar parte de la misma:

CUESTIONARIO SOBRE EL HÁBITO DE FUMAR

Edad: años

Sexo: ☐ Varón ☐ Mujer

- ¿A qué edad empezó a fumar?
- ¿Por qué razones empezó?
- Cuando empezó a fumar, ¿quería conscientemente llegar a fumar de forma habitual?
- ¿Cuántos cigarrillos diarios fumaba al principio?
- ¿Cuántos fuma ahora?
- ¿Por qué ha variado la cantidad inicial?
- Considera que fumar, ¿es beneficioso o perjudicial para la salud?
- ¿Cree que el hecho de que usted fume, perjudica a las personas con las que pasa más tiempo?
- ¿Por qué fuma actualmente?
- ¿Ha intentado dejarlo alguna vez?
- ¿Por qué cree que no lo ha conseguido?
- ¿Qué cosas hacen que le resulte más difícil conseguirlo?

El análisis de la información recogida entre toda la clase va a permitir poder dar respuesta a algunos de los interrogantes planteados en la encuesta. ¿Qué conclusiones pueden extraerse?

1.
2.
3.
4.
-
-
-
-

7. De vuelta al inicio de la escena

El grupo que ha participado en la representación se sitúa en el momento en el que se interrumpió la acción. La persona que no fuma se dirige al público:

**¿Qué tengo que hacer?,
¿decir que SÍ?
¿decir que NO?**

¿Cuál ha sido la respuesta de la mayoría antes de empezar la actividad?

(Pregúntale a tu profesor o profesora y podrás saber cuántas respuestas ha contabilizado en cada una de las dos opciones):

SÍ

NO

¿Qué piensas ahora? Puedes volver a anotar tu respuesta en un papel anónimo y entregárselo de nuevo.

En este nuevo recuento:

El número total de respuestas afirmativas y negativas, ¿han variado respecto al principio?

Si ha sido así, **¿en qué han cambiado?**

¿Por qué?

Ya sé que...

- una vez que se ha empezado a fumar, con bastante rapidez se puede establecer una dependencia por lo que el hecho de fumar se convierte en una necesidad.
- La decisión de fumar o no fumar debe ser una decisión personal, sin que nada ni nadie pueda influir en ella, tomada después de haber considerado detenidamente las ventajas y los inconvenientes (puede ayudar el recordar el método de los cinco pasos que se planteó en una de las unidades anteriores).
 - Algunos de los efectos negativos del tabaco aparecen ya al poco tiempo de fumar (mal aliento, mal olor, gasto económico, sequedad de la piel, irritación ocular) y otros más a largo plazo (incremento de la caspa en el cuero cabelludo, aumento de la celulitis, disminución del rendimiento deportivo, coloración amarillenta en dedos y dientes, ... por citar sólo algunos).

5. Consumo de alcohol: mitos y realidades.

VENGA, YA TE
ACOMPAÑO



¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

Del alcohol:

- De las razones por las que lo toma la gente joven.
- De algunos de los efectos que produce.
- De los tópicos falsos que hay alrededor de él.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

- A través del trabajo en pequeños grupos.
- Buscando información.
- Presentando al resto de la clase las conclusiones obtenidas.

¿QUÉ VAMOS A NECESITAR?

- Información acerca del alcohol.

¿CUÁNTO TIEMPO VAMOS A DEDICARLE?

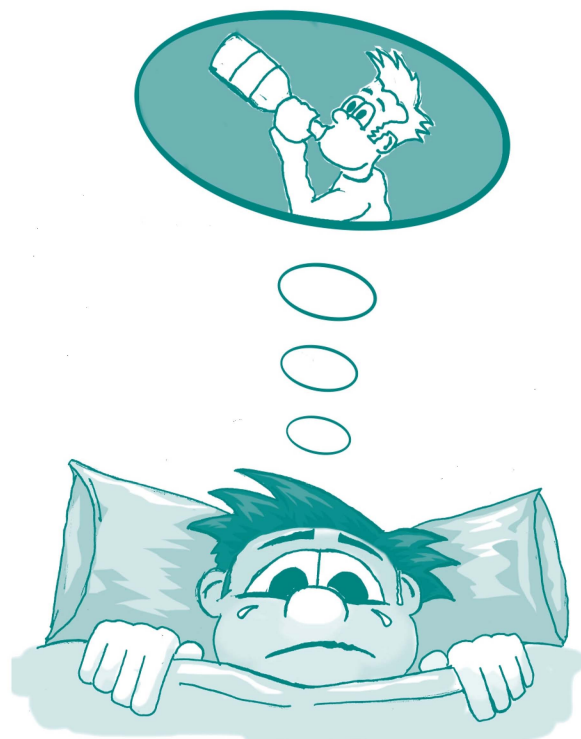
- Alrededor de dos sesiones.

PUNTO DE PARTIDA

El consumo de bebidas alcohólicas constituye uno de los usos y costumbres más arraigados y aceptados en nuestra sociedad.

Sin embargo son muchas las personas adultas que no consumen bebidas alcohólicas, como también es amplio el número de adolescentes que llega a gozar de autonomía sin necesidad de consumir alcohol.

Se equivocan quienes piensan que se madura más deprisa cuanto antes se imiten determinados comportamientos adultos. Contrariamente, quienes empiezan a consumir precozmente alcohol, tienen mayor riesgo de consumirlo de forma habitual e incluso de abusar de él en la edad adulta.



NOS PONEMOS EN MARCHA

PRIMERA PARTE

1. En pequeños grupos (4/5 personas) discutir sobre las razones que impulsan a los jóvenes, tanto a chicas como a chicos, a beber alcohol.

GRUPO:	
Formado por:	
.....	
.....	
.....	
Secretaria/secretario :	
Razones:	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	
.....	

2. **Puesta en común.** Quien represente a cada uno de los grupos, anota en la pizarra las correspondientes conclusiones. Posteriormente se analizan conjuntamente cada una de ellas, valorando las posibles repercusiones negativas.

SEGUNDA PARTE

1. Cada grupo debe profundizar en uno de los siguientes apartados. El profesor o profesora indicará qué tarea le corresponde a cada uno.

Tarea 1: ¿Qué puede pasar si se bebe mucho alcohol en un corto espacio de tiempo?

Alguna pista: puede buscarse esta información en internet, enciclopedias, material especializado,....

Para más señas: se trata de conocer los efectos a corto plazo del alcohol.

Tarea 1: ¿Por qué hay más accidentes de tráfico los fines de semana?

Alguna pista: buscar datos de accidentes y pensar qué tiene que ver esto con los jóvenes y con el alcohol.

Tarea 3: Mitos y realidades

Se trata de indagar acerca de aquellas frases que fomentan el consumo de alcohol en base a sus efectos presuntamente beneficiosos y se contrastará con los datos que aportan las investigaciones científicas al respecto.

¿QUÉ HAY DE CIERTO EN?

Busca los argumentos que justifican que los siguientes mitos son falsos:

"EL ALCOHOL ES UN ALIMENTO"

"EL ALCOHOL PREVIENE ALGUNAS ENFERMEDADES"

"CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS ES UNA BUENA FORMA DE DIVERTIRSE"

"EL ALCOHOL HACE QUE LA GENTE SEA MÁS SOCIABLE"

"EL ALCOHOL SIRVE PARA QUITAR EL FRÍO"

"BEBER ALCOHOL SÓLO LOS FINES DE SEMANA SIGNIFICA QUE SE CONTROLA SU CONSUMO"

"LAS PERSONAS QUE SÓLO BEBEN VINO O CERVEZA NO PUEDEN LLEGAR A TENER PROBLEMAS CON EL ALCOHOL"

"CONSUMIR BEBIDAS ALCOHÓLICAS ES UNA FORMA DE LLEGAR A SER ADULTO"

"BEBER ALCOHOL SIRVE PARA RELAJARSE"

"EL CONSUMO DE OTRAS DROGAS ES UN PROBLEMA MAYOR QUE EL ALCOHOL"

2. Cada grupo debe presentar al resto de la clase sus conclusiones. Pueden utilizarse carteles, escenificaciones, ...

Además:

Comenta en casa con tus padres aquello que te haya llamado más la atención de lo que habéis trabajado en clase respecto al alcohol. Puedes aclararles aquellas dudas que pudieran tener al respecto y que tú has aprendido en esta actividad.

Ya sé que...

la inmensa mayoría de adolescentes no consume bebidas alcohólicas a diario y menos de la tercera parte lo hace todos los fines de semana.

- El alcohol es una potente droga que si se consume en exceso o con frecuencia genera una fuerte dependencia.
- Todas las bebidas alcohólicas contienen alcohol etílico o etanol que es una droga depresora del cerebro, que hace que éste disminuya su funcionamiento.

Para la próxima sesión debes examinar el botiquín de tu casa, no sin antes habérselo comentado a tus padres. Puedes tomar nota de lo siguiente:

- Nombre de los diferentes medicamentos que hay en casa.
- Número de medicamentos caducados.
- Si el botiquín está fuera del alcance de los más pequeños.

(Puedes anotar las respuestas a estos interrogantes en la ficha que figura en la siguiente unidad, pag. 39).

6. La solución mágica

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?

De los medicamentos:

- De lo beneficiosos que pueden resultar si de ellos se hace un buen uso.
- De lo perjudiciales que son cuando, por el contrario, se usan de forma incorrecta.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

- Revisando y analizando el contenido del botiquín de casa.
- Analizando de forma individual y grupal diferentes situaciones que se proponen.

¿QUÉ MATERIAL VAMOS A NECESITAR?

- El botiquín de casa.

¿CUÁNTO TIEMPO VAMOS A DEDICARLE?

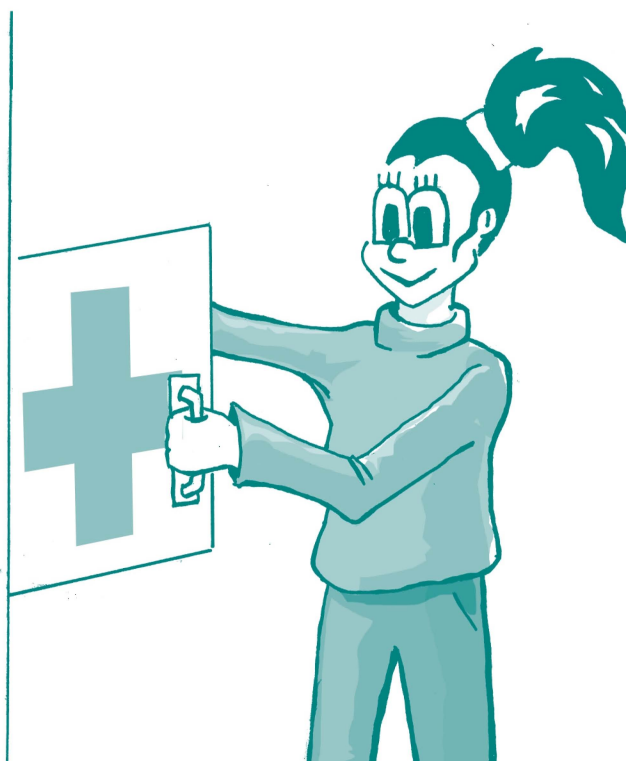
- Alrededor de una sesión.



PUNTO DE PARTIDA

Los medicamentos son sustancias que administradas de forma correcta pueden contribuir a mantener la salud, pero su abuso implica riesgos importantes.

Cualquier medicamento puede resultar eficaz si es recetado por profesionales de la medicina después de realizada una exploración y un diagnóstico correcto, y si se siguen sus indicaciones respecto a la dosis, frecuencia y condiciones de administración. Es importante que se entiendan bien las instrucciones que da al respecto quien es especialista en el tema.



NOS PONEMOS EN MARCHA

PRIMERA PARTE: LA FARMACIA EN CASA

1. Después de haber revisado el botiquín de casa he encontrado:

Los siguientes medicamentos:

Número de medicamentos caducados*:

El botiquín está fuera del alcance de los más pequeños:

☐ SÍ ☐ NO

2. Con la información que aporte el resto de la clase, averiguar:

¿Por qué se compran más medicamentos (o más cantidad) de los que después se utilizan?

* Recuerda que tanto los medicamentos caducados como los que sobran después de haber finalizado el tratamiento, puedes depositarlos en el punto SIGRE de las farmacias.

Señala las ventajas o inconvenientes que habría si desde la farmacia se diera:

	VENTAJAS	INCONVENIENTES
La cantidad exacta de cada medicamento que se ha recetado, en un bote*.		
Con nuestro nombre.		
La manera de tomarlos.		
Y la fecha de caducidad.		

3. Trabajo en pequeños grupos:

Comenta con tu grupo tus respuestas. Quien haga la labor de portavoz debe recoger las opiniones más aceptadas en el grupo para exponerlas luego al resto de la clase.

4. Puesta en común de las reflexiones:

Sería interesante poder contar con la presencia de un ATS o médico (padre o madre de alguno de vosotros, de la escuela, alguien conocido, ...). Se puede aprovechar para pedirles que indiquen cuál debe ser el contenido ideal del botiquín de casa.

SEGUNDA PARTE: LA RECETA Y LA AUTOMEDICACIÓN

1. Se harán distintos grupos y cada uno debe representar una de las situaciones que se plantean a continuación:

- Un padre lleva a su hijo a la médica porque no come y siempre está cansado. La especialista después de examinarlo le dice que no necesita ningún medicamento. Crece y no hace suficiente ejercicio; le recomienda que tome mucha leche, fruta, que duerma mucho y que haga deporte.
- Una madre telefona al médico y le dice que su hijo tiene fiebre. Él le receta un antibiótico por teléfono.
- Un médico visita a un enfermo y le receta un medicamento. El enfermo dice que no se lo quiere tomar. El médico y el enfermo lo discuten.
- Una pediatra visita a una niña enferma en su casa. Le hace un examen "completo" y le receta los medicamentos oportunos. Sus padres se los dan, fijándose muy bien en la dosis y forma de administración. Una vez curada, llevan los medicamentos restantes a la farmacia para la gente que los necesita de otros países.
- Un señor tiene un fuerte dolor de cabeza. Un compañero de trabajo le dice que se tome un medicamento que a él le va muy bien. El "enfermo" dice que él también lo va a tomar.

2. Una vez representadas cada una de estas situaciones, escoge las dos que te parezcan más correctas, justificando el por qué.

SITUACIONES CORRECTAS	POR QUÉ

3. Con el resto de la clase se comentará la reflexión que cada cual ha hecho de las situaciones elegidas, analizando a su vez las situaciones incorrectas.

Observaciones: se pueden revisar las actuaciones personales en relación con los medicamentos durante los últimos meses. Valorarlas y plantear qué se debía de haber hecho cuando la situación se valore negativamente. Pueden representarse de nuevo las situaciones antes comentadas en su versión "corregida" después de la discusión del grupo.

Además ahora que ya sabes qué debe contener el botiquín de casa, puedes colaborar con tus padres en revisar periódicamente su contenido.

Ya sé que...

las medicinas son también drogas y tienen sus riesgos si no se usan correctamente. Se hace un mal uso de los medicamentos cuando:

- Se consumen sin indicación médica.
- Se toma una cantidad superior o inferior a la indicada.
- Se toma con un propósito diferente al indicado.
- Al tomarlos no se siguen las instrucciones adecuadamente.
- A diferencia de las drogas, las medicinas se usan para promover la salud o para tratar de prevenir enfermedades.
- No debe mezclarse nunca el alcohol con las medicinas. El alcohol reduce la efectividad de la mayoría de ellas. Puede también producir una reacción tóxica y, en algunos casos, la muerte.
- Un estilo de vida sana, incluyendo una alimentación adecuada, puede contribuir a prevenir enfermedades y, por lo tanto, a reducir la frecuencia de uso de los medicamentos.