CIUDADANOS
Y ¿CONSUMIDORES?

ABRE VIDA

SANTA FE

APRECOD
Agencia de Prevención del
Consumo de Drogas
y Tratamiento integral
de las Adicciones
ROSARIO . Tel: (0341) 4467223
SANTA FE . Tel: (0342) 4619955
WEB . http://www.santafe.gob.ar/abrevida
MAIL . aprecod@santafe.gob.ar

CIUDADANOS Y ¿CONSUMIDORES?

BREVE DESCRIPCIÓN

Estas actividades favorecen el pensamiento crítico sobre publicidades asociadas al consumo de objetos, servicios y, particularmente, de sustancias psicoactivas.

CONCEPTOS CLAVES

Prevención - consumo - jóvenes

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD

- Abrir un espacio de diálogo con jóvenes.
- Favorecer el pensamiento crítico de piezas publicitarias.
- Propiciar conductas de consumo reflexivas y responsables.

DESTINATARIOS DE LA ACTIVIDAD

Personas de 14 a 30 años.

FUNDAMENTACIÓN

"La problemática del consumo de drogas no puede ser tratada sólo centrándonos en la persona consumidora, dado que intervienen distintos condicionantes sociales que inducen o refuerzan el consumo o abuso. Uno de los modos en que este componente cultural se transmite, es a través de los medios de comunicación, basta con observar la gran cantidad de imágenes publicitarias relacionadas al consumo de alcohol y tabaco. En la televisión circulan innumerables anuncios en los que vemos reuniones sociales acompañadas del vino en la mesa o un licor. Los medios de comunicación son grandes reforzadores de esta cultura, un poderoso instrumento de influencia que nos hace llegar un mensaje de cómo debemos actuar. El alcohol, por ejemplo, es una droga aceptada socialmente y es frecuente ver propagandas de personas famosas y con prestigio social consumiéndolo..."
García del Castillo, Jose y Lopez Sanchez Carmen
"Medios de comunicación, publicidad y adicciones", 2009, Edaf

MATERIALES Y RECURSOS NECESARIOS:

- Recursos humanos: 1 o 2 coordinadores de la actividad.
- Descripción del espacio: la actividad puede adoptar dinámicas diferentes en espacios abiertos o cerrados. Se requiere espacio para el trabajo grupal.
- Herramientas digitales: no se requieren.
- Materiales de trabajo: Revistas, publicidades gráficas, fibrones, papeles de colores.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

1) Cada participante recibe (o busca) una publicidad gráfica. Reflexionar:
- ¿Qué producto o servicio busca vender?
- ¿A qué valores se asocia el consumo de ese producto?, ejemplo: éxito, libertad, sensualidad. ¿Cómo lo expresa?
- ¿A quién está dirigida la publicidad? (niños/as, jóvenes, adultos).

Si se desea trabajar en prevención específica se pueden seleccionar publicidades que hablen de sustancias psicoactivas como por ejemplo: cerveza, tabaco, bebidas energizantes, fármacos.

2) Realizar una intervención sobre la publicidad elegida con palabras, imágenes, dibujos, intentando transformar el mensaje de modo que transmita una crítica hacia el mensaje original.

- Para ello se recomienda ver el ejemplo de Squatt:

goo.gl/PiDbYK
goo.gl/DpcjzT

3) Se puede realizar una muestra con las publicidades intervenidas.

Para continuar trabajando:

- Se puede reflexionar con el siguiente video de la Junta Nacional de drogas sobre la sociedad de consumo:
goo.gl/kR94nu

BIBLIOGRAFÍA

CANCLINI GARCÍA, N. Consumidores y ciudadanos, Grijalbo, 1995.
goo.gl/xdaAhm