

# TAL VEZ TÚ ERES EL OBJETIVO

## UNIDAD DIDÁCTICA

### Debate y acción creativa en grupo

#### El hecho:

En 2011, la multinacional Phillip Morris lanzó una campaña mundial para promocionar su marca Marlboro: “**Be Marlboro**”. Los temas y las imágenes utilizadas en la campaña son el resultado de una investigación previa sobre marketing para adolescentes ,en las que se asocia el fumar con un estilo de vida joven, asociado con el riesgo, la exploración y la libertad a través del mensaje “**Don’t Be a Maybe. Be Marlboro**” (No seas un/una cualquiera. Sé Marlboro).

#### La propuesta:

En este contexto, la actividad “**Tal vez tú eres el objetivo**” trata de mostrar las estrategias publicitarias de la industria del tabaco dotando a las personas jóvenes de habilidades que les permitan una toma más libre de sus decisiones.

#### Material necesario:

- Unidad Didáctica
- Material de consulta e información para el profesor o la profesora “Tal vez tú eres el objetivo”.
- Material para trabajar en la clase “Seguro que Tú eres el objetivo”. Se presenta dividido en tres sesiones diferentes para que la profesora o el profesor opte por la más adecuada, según su criterio

#### Momento grupal sugerido:

Preferentemente en 2º de ESO. En el caso de trabajarla en 1º de ESO, se sugiere realizarla en un momento cercano al desarrollo de las actividades del Concurso del Programa “KERIK GABEKO GAZTEAK”.

#### Objetivos:

- Minimizar el impacto de las campañas que estimulan el consumo de tabaco y la adicción a la nicotina entre las personas jóvenes.
- Analizar las consecuencias de las actividades de marketing de la campaña “Don’t Be a Maybe. Be Marlboro” (No seas un/una “Tal vez”. Sé Marlboro)
- Proporcionar al profesorado recursos que le permitan un trabajo curricular relacionado con la “prevención de la adicción al tabaco”.

#### Desarrollo de la actividad:

Propuesta de una explicación de inicio del tema y tres sesiones opcionales. Se pueden trabajar en diferentes áreas y espacios educativos (inglés, lengua, tutoría,...).



Are you a **"MAYBE"** ?  
Zu zara **"MAYBE"** bat ?



**Inicio del trabajo:** “Tal vez tú eres el objetivo” (Tiempo 15 minutos explicación)

- El profesor o profesora del área previamente acordada (Inglés, lengua, tutoría...), el día anterior, propone a la clase que realicen búsquedas en internet a través de un buscador utilizando el término “Don't be maybe. Be Marlboro” (también se pueden dar *los enlaces de interés* de la pagna 25 en la Guía Informativa para profesorado “Tal vez tú eres el objetivo” y que descarguen a un pen-drive las imágenes que aportarán a la clase al día siguiente.
- También el profesor o profesora puede descargar los materiales disponibles “Tal vez tú eres el objetivo” y “Seguro que Tú eres el objetivo”.

**1ª Sesión. Grupo de clase:** Trabajar con las imágenes de la nº 1-15 del material “Seguro que Tú eres el objetivo”.

- a.- El profesor o profesora explica la intención de la campaña partiendo de las imágenes aportadas por las alumnas y los alumnos del día anterior y que son visionadas en clase.
- b.- Después se visualizan las imágenes nº 1-15 y se genera un debate contestando a preguntas como las siguientes (estas mismas preguntas aparecen en la diapositiva Nº 5):
- Describe las situaciones que aparecen en los anuncios
  - ¿Cómo son los actores y las actrices protagonistas (edad, género, “tribu urbana”...)?
  - ¿Cuál es la intención de esta publicidad?
  - Define el grupo diana a quien va dirigida (edad, sexo, género,...)
  - Valora de 0 a 10 la efectividad de este tipo de mensajes

**2ª Sesión. Grupo de clase:** Trabajar con las imágenes de la nº 16-34 del material “Seguro que Tú eres el objetivo”.

Tras la visualización de las imágenes nº 16-34, se genera un debate contestando a preguntas como las siguientes:

- ¿Cuál es la traducción que daríamos a la palabra “Maybe”?
- ¿Se refiere a una manera de ser o a un tipo de persona?
- En lenguaje coloquial, ¿qué palabras se utilizan para referirse a este tipo de personalidad?
- Este tipo de personalidad tiene un carácter ¿positivo o negativo?
- ¿Qué alternativa a “Maybe” propone la multinacional tabaquera?

**3ª Sesión. En pequeños grupos de 2-3 personas:** Trabajar con las imágenes nº 35-38 del material “Seguro que Tú eres el objetivo”.

Tras la visualización de las imágenes nº 35-38, se propone un trabajo en grupos pequeños:

- Cada grupo debe de elaborar una idea crítica **contrapublicitaria**, tomando como referencia las recogidas en “Seguro que Tú eres el objetivo”.
- Se trata de responder a través de un eslogan crítico, irónico, imaginativo e impactante con toda la libertad de diseño gráfico y de mensaje a la pregunta:  
✓ ¿Zu zara MAYBE-ren bat? / ¿Eres tú un/una MAYBE?

**Propuestas:**

- Después de la elaboración creativa de cada grupo, un relator o relatora de cada pequeño grupo expone a la clase el resultado de su propuesta.
- Todos los trabajos realizados quedarán expuestos en el tablón de anuncios de la clase o en otra zona visible para el resto de alumnos y alumnas del centro escolar (entrada, etc).
- El profesor o profesora sacará fotos de todo el proceso, pudiendo difundirlas según criterios del centro escolar (web del centro, etc).