



¿QUÉ HA CAMBIADO?

Actividad postvisionado

Una vez vistas las campañas seleccionadas, se lanzan al grupo las siguientes preguntas: *¿Qué os parece el primero de los anuncios? ¿Creéis que la idea que se quiere transmitir coincide con las conclusiones extraídas antes de ver los vídeos?* (el perfil de la persona consumidora de drogas, tan presente en la memoria colectiva, comienza a perder los rasgos típicos asociados a marginalidad y deterioro físico acentuado, para resurgir como sujetos socialmente integrados), *¿Están tan integradas las drogas en nuestra cultura, en nuestro día a día, que ni reparamos en que están ahí? ¿Nos hemos olvidado de los riesgos que conllevan? ¿Se nos han hecho invisibles?*

En la actualidad, el consumo de drogas para los jóvenes está vinculado al ocio y a la diversión y los riesgos son desdeñados y minimizados. En este punto de la actividad, es importante recordar a los alumnos que a pesar de que no todos los consumos de drogas impliquen necesariamente una dependencia o un problema (hacer hincapié en que no debemos olvidar que el riesgo del consumo no es únicamente la dependencia sino también problemas de conducta, familiares, educativos, psicológicos, etc.), el uso inicial y experimental de una sustancia puede dar lugar a situaciones conflictivas (cualquier forma de consumo implica la posibilidad de riesgo).

En referencia a la segunda campaña, se les pedirá que en pequeños grupos elaboren un listado de las situaciones que aparecen en el anuncio (se puede volver a ver el anuncio para refrescar las imágenes), y que las clasifiquen en dos columnas: en una de ellas ubicarán aquellas situaciones que les parecen normales y que incluso se han encontrado o visto y no les han llamado la atención, y en la otra columna pondrán aquellas situaciones que les parezcan exageradas e irreales. Posteriormente se pondrán en común las conclusiones u opiniones de cada grupo, y se entablará un pequeño debate en el que se podrán lanzar las siguientes preguntas: *¿Por qué os parece que unas situaciones son normales y otras resultan más extrañas? ¿Consideráis que si este anuncio, tal cual, se hubiera proyectado hace 20 años, el resultado de las columnas hubiera sido igual? ¿Por qué? ¿Qué ha cambiado? ¿Han cambiado las sustancias o ha sido nuestra manera de verlas?*

Para finalizar se les recordará el eslogan con el que finaliza el anuncio: *Esto es lo más peligroso, olvidarnos de lo que realmente son.*