

Nivel de dificultad: 2

Edad recomendada:

> 12 años.

Intención educativa:

- Entender las implicaciones de la financiación de actores probólicos.
- Reflexionar sobre los argumentos en favor y en contra del servicio militar profesional, y sobre la idoneidad de los espacios en que ponen publicidad.

Resumen: Juego de rol para fomentar el debate.

Tiempo: 30 minutos.

Tipo: Interior o exterior, tranquila.

Grupo: Unas 10-12 personas, en caso de ser más es preferible hacer más de un grupo.

Material: -

Desarrollo

Esta actividad forma parte del eje de animación "corresponsales de paz", on el grup esdevé una editorial d'un mitjà de comunicació.

- El equipo de educadores os tenéis que disfrazar de representantes publicitarios del Ministerio de Defensa. Haréis una visita al equipo redactor del periódico para intentar convencerlo de que incluya un anuncio de media página en favor del alistamiento en el ejército que aparecería en el periódico durante los próximos seis meses a cambio de una suma suficientemente importante. El equipo redactor tendrá que dar argumentos para convencerlos de lo contrario. Si conseguís convencerlos, decidid qué temas tendrá que cubrir el periódico y cuáles no, y con qué enfoques.
- Una vez se acaben los argumentos, el equipo redactor puede ampliar el debate a qué marcas o empresas dejaría poner anuncios en su periódico y a cuáles no, teniendo en cuenta que tiene una gran necesidad de financiación.

Valoración y conclusiones

¿Qué argumentos se han intercambiado? De estos argumentos, ¿cuáles creéis que son más utilizados por la sociedad? ¿Cómo os posicionáis vosotros? ¿En qué espacios o medios de comunicación creéis que puede ser lícito que se publicite el ejército? ¿Donde creéis que no tendría que hacer publicidad?

Otras indicaciones

Como equipo de publicitarios del Ministerio de Defensa, tenéis que estar bien preparados para convencer al equipo redactor. Podéis entrar en una de sus páginas web (www.soldados.com) y adoptar los argumentos que se utilizan allí para reclutar soldados profesionales.

Propuestas de acción

En el supuesto de que os hayáis posicionado en contra de la publicidad sobre los ejércitos, estad muy atentos a en qué medios de comunicación se publicita el ejército (Internet, ferias educativas, libros escolares, canales de televisión del metro, televisión, etc.). Mostrad vuestro descontento cuando os encontráis con este tipo de publicidad (llamando, escribiendo una carta de queja, haciendo una reclamación, etc.) a la empresa que cobra dinero del ejército por aquella publicidad, o bien poniéndoos en contacto con la campaña "Desmilitaricemos la educación".