

RESUMEN PARA PRESENTADORES

Esta lección de 35-45 minutos es la segunda parte de una serie de dos partes sobre la campaña Destapa la Verdad (*Open Truth*). La primera parte expone las verdades sobre cómo las bebidas azucaradas nos están enfermando. La segunda parte expone las tácticas utilizadas en anuncios y promoción por las corporaciones de bebidas azucaradas. Las siguientes actividades están diseñadas para educarnos sobre estos mensajes de una manera interactiva y participatoria:

1. ¿Quiénes son las Corporaciones de Soda? (*Big Soda*).
2. Las Corporaciones de Soda (*Big Soda*) gastan millones de dólares en la promoción de bebidas entre los jóvenes, asociando estas bebidas peligrosas con la fama, el atletismo, el atractivo sexual, la salud y la felicidad.
3. Las Corporaciones de Soda (*Big Soda*) enfocan sus anuncios en los jóvenes latinos y afroamericanos, aun sabiendo que sus bebidas los están enfermando.
4. ¡Tome acción! No se deje utilizar como un objetivo [fácil] de la publicidad. Infórmese, abogue por su propia salud, la salud de su familia y la de su comunidad.

MATERIALES

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hoja de ejercicio de logotipos y clave de respuestas | <input type="checkbox"/> Hoja de ejercicio: ¿Qué hay en un anuncio publicitario? |
| <input type="checkbox"/> Hoja de juego de preguntas y respuestas (trivialidades) y clave de respuestas para la persona que facilita | <input type="checkbox"/> Panfleto sobre las Corporaciones de Soda y cómo se enfocan en jóvenes de color y en los niños. |
| <input type="checkbox"/> Ejemplos de anuncios | |

INTRODUCCIÓN (3 min)

La última vez hablamos sobre cómo las bebidas azucaradas afectan nuestra salud. ¿Alguien se acuerda de las actividades que hicimos? Hablamos de:

1. Qué es una bebida azucarada y cómo convertir gramos de azúcar a cucharaditas de azúcar. ¿Alguien me puede decir cuál es la fórmula? [Total de gramos dividido por 4 y multiplicado por las porciones “servings” = total de cucharaditas en una lata o botella.]
2. Cómo las bebidas azucaradas afectan al cuerpo humano en comparación con los alimentos dulces. (Tiramos paquetes de azúcar a nuestro “hígado” y éste no pudo atraparlos).
3. ¿Cuánta es demasiada azúcar? (Les mostramos 5.5 libras de azúcar – lo que un estadounidense promedio consume al mes, es decir, ¡66 libras al año!)
4. Cómo las bebidas azucaradas nos están enfermando. (Les mostramos un cuerpo humano con diferentes enfermedades como la diabetes tipo 2, enfermedades de corazón y caries dentales.)

Hoy hablaremos de cómo las corporaciones de bebidas azucaradas **promueven (usando marketing) sus productos a los jóvenes. ¿Por qué es esto tan importante?**

Los estudios científicos han demostrado que a **los niños menores de 8 años les es difícil distinguir entre la publicidad y la realidad, y que podrían no entender que les están tratando**

de vender algo. Este es un problema, ya que la publicidad está por todas partes — no solo en la televisión o en internet, sino también en los autobuses, en los edificios, en nuestros teléfonos móviles (*Instagram, SnapChat*), y ¡hasta en el salón de clase! Entonces los jóvenes están especialmente vulnerables a la publicidad.

ACTIVIDAD DE LOGOTIPOS (5 min)

(Alternativa: Distribuya la hoja de actividad de logotipos mientras los participantes van llegando. Esto ahorra tiempo y mantiene ocupados a quienes llegan temprano, animándoles a empezar a pensar qué tan prevalente es la publicidad y el mercadeo).

Para empezar, tome un momento para completar la hoja de ejercicio. Esta es solamente una colección de logotipos (o emblemas de marcas). Escriba en el espacio vacío lo que usted piensa cuando ve el logotipo, o qué cree que le está tratando de vender. Si hay un lema (*slogan*), escríbalo también.

¿Alguien piensa que ya tiene todas las respuestas?

¿Alguien nota algún parecido entre los logotipos del lado izquierdo a diferencia de los del lado derecho?

¿Cuál de los dos lados se le hizo más fácil llenar?

¿Por qué cree que fue más fácil llenar los logotipos de la comida chatarra y las bebidas azucaradas?

Las **corporaciones** de comida y bebidas azucaradas gastan **MILLONES de dólares en publicidad**— y no solo en anuncios tradicionales como vallas publicitarias y comerciales. **Colocan su marca EN TODO LUGAR** en los productos, pagándole a artistas famosos para promover sus productos, por medio de juegos en línea (*internet*), patrocinios y más. Las agencias de salud pública no tienen los fondos para competir contra esto y probablemente, y por eso ustedes tal vez no hayan reconocido los logotipos de la primera columna.

ACTIVIDAD: JUEGO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS (TRIVIALIDADES) (10 min)

Ahora vamos a participar en una actividad de preguntas y respuestas (*trivialidades*). Escoja a alguien de su mesa para escribir las respuestas, después vamos a ver qué grupo tuvo la mayoría de respuestas correctas. Ustedes tienen una lista de preguntas, y yo voy a leer la pregunta y una lista de posibles respuestas, para que usted escoja y escriba la que creen es la correcta. ¡Ponga mucha atención!

Después que terminemos de hacer las preguntas, les voy a decir las respuestas correctas y cada mesa deberá contar cuántas respuestas fueron las correctas. (Si tiene pequeños regalos los puede ofrecer a la mesa que obtuvo el mayor número de respuestas correctas como premio).

*¿Qué fue lo que más le sorprendió, algo que aprendió después del juego de trivialidades?
[Sostenga una discusión]*

QUIÉNES SON LAS GRANDES CORPORACIONES DE BEBIDAS AZUCARADAS – (BIG SODA)? (2 min)

Ahora enfoquémonos en la publicidad de las bebidas azucaradas. **¿Qué significa para ustedes “las corporaciones de bebidas azucaradas” o “Big Soda” en inglés? ¿Significa algo?**

El término en inglés “*Big Soda*”, se usa para describir las grandes corporaciones fabricantes de “*Soda*” en su totalidad. **¿Alguién puede nombrar a 3 “gigantes” del mercado de las bebidas azucaradas?** Estas 3 corporaciones son las responsables de más de $\frac{3}{4}$ del TOTAL de las ventas de bebidas en las tiendas.

Las compañías como Coca Cola, PepsiCo, y el Grupo Dr. Pepper - Snapple

¿Quiénes de ustedes han escuchado del término en inglés “*Big Oil*”, en referencia a las grandes corporaciones petroleras? ¿O sobre “*Big Tobacco*”, las grandes corporaciones de cigarrillos/tabaco? Las corporaciones de bebidas azucaradas hacen exactamente lo mismo —todas juntas, las compañías de petróleo, las tabacaleras y hasta las fabricantes de bebidas azucaradas, cuentan con mucho poder y dinero, lo cual les permite influenciar muchas cosas — estudios científicos, elecciones, a políticos, etc.

¿QUÉ HAY EN UN ANUNCIO? (10-15 min)

Nuestra última actividad se va a enfocar en las *tácticas* que las corporaciones de bebidas azucaradas (*Big Soda*), utilizan para convencernos de comprar sus productos. La táctica número uno es el mercadeo.

[Escriba estos títulos en una pizarra de marcadores secos, o en una hoja de papel grande (papelógrafo): Público Meta, Patrocinios, Halo de salud, Medios sociales y juegos, Tocar nuestras emociones y actitudes, Patrocinio de eventos deportivos]

La meta principal de la publicidad y el mercadeo es vendernos (que compremos) sus productos, para ganar millones para sus corporaciones. ***Su meta principal es hacer dinero.*** Y la mejor forma con la que pueden hacerlo es enfocándose en las personas que estas compañías creen que van a comprar más sus productos. Usan tácticas (trucos) que estas corporaciones ya saben que les van a funcionar, para que usted compre lo que están vendiendo. Más adelante les voy a explicar cómo es que la publicidad (y el mercadeo) funcionan.

PÚBLICO META – Quienes diseñan anuncios lo hacen pensando en un grupo específico de personas, colocando esa publicidad donde estas compañías calculan que van a poder alcanzar a sus comunidades meta. Veamos. *¿Cuáles son los nombres de algunos productos que pueden tener como público meta las personas de su edad?* [Ej. Juegos de video, cajas de cereal, recipientes (botellas o latas) de soda, etc.]

LAS GRANDES CORPORACIONES FABRICANTES DE “SODA” (bebidas azucaradas), ENFOCAN SU PUBLICIDAD EN JÓVENES AFROAMERICANOS Y LATINOS.

En el 2010, los niños y jóvenes afroamericanos vieron entre un 80% y 90% más anuncios en la televisión de bebidas azucaradas que los jóvenes blancos. Las corporaciones de bebidas azucaradas gastaron más de 28 millones de dólares al año en publicidad dirigida a jóvenes entre las edades de 2 y 17 años. Tanto así que crearon “departamentos” corporativos enteros encargados únicamente de enfocar su publicidad hacia estos grupos.

LAS GRANDES CORPORACIONES FABRICANTES DE “SODA” (bebidas azucaradas) SE ENFOCAN EN NUESTRAS Y NUESTROS NIÑOS.

Al igual que la industria del tabaco usó la imagen de Joe Camel para engañar y convencer a nuestros jóvenes, “Big Soda”, es decir, las corporaciones fabricantes de bebidas azucaradas, usan caricaturas como por ejemplo, la familia de ositos polares y su mamá “osa” en el Polo Norte (de Coca Cola), para atraer a nuestros jóvenes.

En el 2013, Coca-Cola gastó \$38 millones de dólares en anuncios de productos o promociones en páginas web para niños, a pesar de haber prometido que no iba a anunciar sus productos a niñas y niños.

LAS CORPORACIONES FABRICANTES DE BEBIDAS AZUCARADAS, (BIG SODA), PATROCINAN A GENTE FAMOSA Y ATLETAS PARA QUE PROMOCIONEN SUS PRODUCTOS [Referirse a “Vitamin Water” (Agua Vitaminada) y al anuncio de Kobe Bryant]

Más de \$28 millones de dólares se gastan al año en el patrocinio de gente famosa y atletas para que promocionen las bebidas azucaradas. Por ejemplo, la artista Beyoncé recibió \$50 millones de dólares de Pepsi, y al igual que ella, muchos artistas y atletas reciben grandes cantidades de dinero de las grandes corporaciones de soda. Las corporaciones fabricantes de bebidas azucaradas usan a gente famosa y atletas para asociar sus productos con la fama, el poder, el dinero, el éxito y el atletismo. Sin embargo, la mayoría de famosos y atletas ¡ni siquiera consumen bebidas azucaradas!

LAS CORPORACIONES FABRICANTES DE “SODA” (bebidas azucaradas) UTILIZAN LOS MEDIOS SOCIALES, JUEGOS DE VIDEO Y CONCURSOS. [Referirse al anuncio del Concurso de Capri Sun]

Todas las compañías de bebidas utilizan los medios sociales, juegos electrónicos y concursos para anunciar sus bebidas. Todas cuentan con páginas web, cuentas de Instagram, Twitter, Pinterest, SnapChat, Facebook, etc., para enviar sus mensajes. Usan concursos—con premios como viajes o mercadería con los logotipos de sus compañías—para hacer que las personas compren más de sus bebidas. Hasta crean toda clase de juegos de video gratuitos en línea, o juegos para teléfonos celulares, para promover sus bebidas hasta entre niños pequeños. A menudo las personas famosas y atletas a quienes las compañías les pagan, promocionan sus bebidas mediante concursos y juegos en línea y en los medios sociales. Todas estas marcas cuentan con cientos de miles de seguidores. Por ejemplo, la campaña de Pepsi “*Live for Now*” (Vive el Momento), incluyó acceso ‘exclusivo’ en las páginas de Facebook y Twitter, con lo que atrajo a [alrededor de 250,000 nuevos fanáticos \(fans\) en tan solo un mes.](#)

DESPIERTAN CIERTAS EMOCIONES Y ACTITUDES

Utilizando imágenes que hacen que los consumidores se sientan más atractivos, mas “sexy”, felices, a la moda, patrióticos, etc. Tome como ejemplo el lema de Coca Cola, “Destapa la Felicidad”.

HALO DE SALUD (ILUSIÓN DE SALUD)

Las grandes corporaciones de bebidas azucaradas (Big Soda) constantemente están creando nuevas bebidas, afirmando que son saludables cuando no lo son. Lo hacen utilizando nombres o palabras en sus anuncios que hacen que la gente piense que son saludables, como:

- Agua de vitaminas (“*Vitamin Water*”)
- Bebida energética (“*Energy Drink*”)
- Hecho con “verdadero jugo de fruta” (“*Real Fruit Juice*”) o,
- “Parte de un Desayuno saludable” (“*Part of a healthy breakfast*”)

También utilizan imágenes para que los productos se vean saludables—como frutas en bebidas que no contienen nada de fruta, o utilizan a atletas para vender sus bebidas.

PATROCINIO DE EVENTOS DEPORTIVOS

Las grandes corporaciones de bebidas azucaradas (*Big Soda*) patrocinan eventos en todos los niveles, desde darle dinero a las escuelas para que compren pantallas o marcadores, hasta ser patrocinadores principales de la Copa Mundial, las Olimpiadas, el Super Tazón (*Super Bowl*). (Ej. El Medio Tiempo de Pepsi), y las Series Mundiales (de béisbol). Y como se puede ver en el Estadio de los Gigantes de SF, hasta construyen resbaladeros o deslizadores para niños que tienen la forma de una gigantesca botella de refresco.

ACTIVIDAD SOBRE ANUNCIOS

[Entregue la hoja de trabajo “¿Qué hay en un anuncio?” y varios anuncios de bebidas azucaradas a cada grupo]

Ahora que ya hemos visto algunas de las tácticas que las grandes corporaciones de bebidas azucaradas (*Big Soda*) usan en su publicidad para enfocarse en usted, su familia, su comunidad, quisiéramos que cada grupo analice un anuncio de bebidas azucaradas. Escoja uno de los ejemplos que les pasamos y por favor responda a las preguntas en la hoja de trabajo, en grupo. Después de algunos minutos, cada grupo compartirá sus respuestas.

[Cada grupo describe su anuncio, qué están tratando de vender y las tácticas que están utilizando para promover su bebida. Si el grupo es numeroso, solo escoja 1-2 grupos para que compartan.]

¿Cuál es la marca y qué están vendiendo?

¿Qué tácticas usaron en el anuncio?

¿Creen ustedes que su táctica funciona? ¿Logra el anuncio que ustedes quieren comprar la bebida?

NO SEA EL OBJETIVO – ¡TOME ACCIÓN! (5 min)

Qué podemos hacer para no ser un objetivo de las Grandes Corporaciones de Bebidas Azucaradas, (*Big Soda*)?

Primero, aprenda cómo las bebidas azucaradas nos están enfermando, y las tácticas que las **Grandes Corporaciones de Bebidas Azucaradas (Big Soda)** utilizan para convencernos a comprar sus bebidas, para estar informados como consumidores y no ser fácilmente manipulados.

Comparta lo que ha aprendido con su familia, con amigos, profesores y otras personas adultas, quienes también pueden ayudar.

Ustedes también pueden oponerse a las grandes corporaciones de bebidas azucaradas (Big Soda) uniéndose a la campaña Destapa la Verdad (Open Truth) y exigiéndole a las compañías de bebidas que paren de enfocar su publicidad hacia nosotros..

[Si cuenta con pósters de Destapa la Verdad (*Open Truth*) con agujeros para meter la cabeza] Hoy hemos traído estos pósters con agujeros para meter la cabeza, en caso de que quieran tomarse una foto con el póster, para decirle a las grandes corporaciones de bebidas azucaradas (*Big Soda*), que paren de usarles como objetivo. Vamos a subir estas fotos a Instagram, Twitter y Facebook, y compartirlas con las personas que toman decisiones sobre la publicidad en San Francisco.

[Por favor tome nota — si su presentación es ante menores de edad o estudiantes, deberá pedirles que firmen un consentimiento para tomar y usar sus fotografías.]



Traducción:

¡Me encanta la comida rápida!
PODER SERVIRME SODA GRATIS UNA Y OTRA VEZ
SIGNIFICA ¡COMER MÁS Y MANTENER LA LÍNEA!

¡Y LA “SODA” DE DIETA
ES MÁS SALUDABLE TAMBIÉN!

Las cadenas corporativas de comida rápida son mercaderes brillantes.