

# Tu, a mi no m'enredes!

Prevençió de consum de tabac a 6è curs d'educació primària



Amb la col·laboració de:

**Televisió de Girona**



Organitzat per:

**Equip Municipal de Promoció de la Salut de l'Ajuntament de Girona**

**Fundació Oncolliga Girona - Lliga catalana d'ajuda al malalt de càncer**

Versió 2014



FUNDACIÓ ONCOLLIGA GIRONA  
Lliga catalana d'ajuda al malalt de càncer

# Índex

Per què cal un programa de prevenció de consum de tabac a l'escola?	3
Per què fem un anunci?	3
És per tot això que...	4
Objectius del programa	5
Metodologia	6
Fem publicitat a la televisió	7
Començarem observant què fan els publicitaris	7
Què anunciarem?	7
Pensem l'anunci	8
Fem el vídeo	9
Informació per al docent	10
Fitxes per als alumnes	11
Les bases	18
Bibliografia	19

## **Per què cal un programa de prevenció de consum de tabac a l'escola?**

El consum de tabac és la primera causa de pèrdua de salut i de mortalitat prematura i evitable. És un dels factors de risc més importants de les principals malalties cardiovasculars i respiratòries cròniques, així com d'un nombre important de càncers. A més, l'exposició passiva al fum ambiental del tabac incrementa el risc de càncer de pulmó en les persones no fumadores i altres malalties del sistema respiratori, sobretot en els infants.

Els estudis realitzats per les administracions públiques constaten que entre els 12 i 13 anys es produeixen les primeres experiències amb el tabac, és important fomentar l'adquisició i el desenvolupament de capacitats per afrontar i resoldre situacions de risc per a la salut.

Els alumnes de l'últim curs d'educació primària es troben en una etapa de la seva vida que és vulnerable a les drogues de fàcil accés, com és el cas del tabac. Per tant, una intervenció preventiva en aquesta etapa educativa representa avançar-se al problema i augmentar les probabilitats d'evitar-ne o retardar-ne l'inici del consum.

## **Per què fem un anunci?**

La publicitat televisiva utilitza un llenguatge propi i un sistema complex de significats per arribar a la ment de l'espectador, els nens i nenes són els més vulnerables a la manipulació, de fet la població jove és el client potencial, possibles futurs fumadors, per això i malgrat que les empreses tabaqueres neguen que facin propaganda dirigida als menors d'edat, de totes maneres hi estan exposats, per tant, és interessant utilitzar les seves armes com a instrument de reflexió i de debat sobre la relació entre la publicitat i la societat, i d'aquesta manera promoure la capacitat crítica, com una eina més de prevenció.

Una manera d'aprendre a mirar l'espai publicitari de la televisió és convertir els educands en publicitaris, que observin la televisió d'una manera activa: veure què, com i per què es venen coses. I al mateix temps treballar la prevenció del consum de tabac.

En el procés creatiu de l'anunci els alumnes descobriran valors com el treball en equip, la col·laboració, la confiança amb els companys, l'assumpció de responsabilitat, la paciència, la constància, la imaginació, la sensibilitat... I el més important, aprofitaran

els recursos de què disposen, partiran d'una realitat pròpia, de les coses i de les persones que els envolten.

## És per tot això que...

Sota el títol *Tu, a mi no m'enredes!* es presenta un **recurs educatiu d'aprenentatge servei** per a les escoles de la ciutat de Girona, que facilita al docent un conjunt d'activitats adaptables a les necessitats del grup classe, a fi i efecte que treballin la prevenció del consum del tabac. En definitiva, la intenció és que l'educand faci **un treball de sensibilització per a la comunitat**, que defensi la salut i el benestar de la població d'una de les seves amenaces, el tabac.

La principal activitat consisteix en **la producció d'un anunci publicitari televisiu** (que s'emetrà el Dia Mundial sense Tabac, el 31 de maig, per la televisió local) amb una visió crítica del consum del tabac. Per comprendre el missatge, el contingut de l'anunci i la seva importància per a la societat, també es proposen altres activitats complementàries que es poden fer des de diferents àrees educatives. El seu caràcter independent, variat i flexible permet al docent triar aquelles més adequades a la programació de l'aula.

## Objectius del programa

- Hàbits
  - Evitar el consum de tabac entre els joves d'edat escolar
- Coneixements
  - Comprendre que el tabac és una droga que pot modificar el funcionament de l'organisme i produir dependència
  - Conèixer els efectes del tabac en la salut
- Actituds i aptituds
  - Considerar la salut com un valor positiu d'especial importància
  - Valorar el propi cos i desitjar-lo sa
  - Defensar activament el dret a la salut
  - Resistir la pressió del grup d'amics
  - Valorar els inconvenients del tabac
  - Ser crític en relació amb el consum de tabac per part dels adults
  - Ser crític amb alternatives al tabac com ara el cigarret electrònic

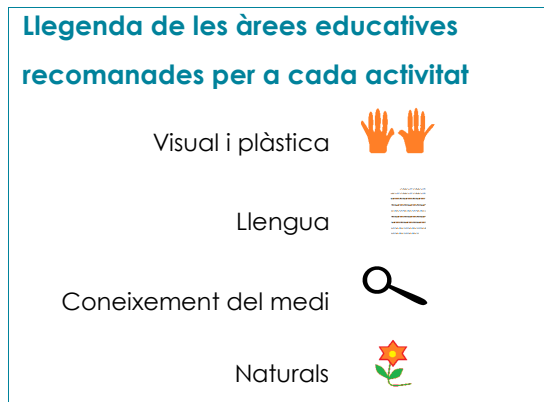
<b>Continguts de referència</b>	
Procediments	Anàlisi de missatges publicitaris
Fets, conceptes i sistemes conceptuals	Components del fum del tabac Els efectes del tabac sobre la salut Alternatives al tabac: el cigarret electrònic
Actituds, valors i normes	Actitud crítica vers el consum de tabac i les alternatives Actitud de respecte i tolerància vers el grup de treball
<b>Finalitats de referència</b>	
Identificar el risc que comporta el consum de tabac Analitzar missatges publicitaris Identificar el consum del tabac com una dependència Descriure els efectes del tabac sobre la salut Mantenir una postura crítica vers el consum de tabac i el que hi està relacionat	
<b>Objectius didàctics</b>	
Ser conscient del risc que comporta el consum de tabac Identificar el tabac com una droga Identificar els efectes del tabac sobre la salut Identificar el consum de tabac com una dependència Identificar l'engany i els interessos amagats dels cigarrets electrònics Analitzar missatges publicitaris Valorar el risc que comporta el consum de tabac Manifestar una postura crítica vers el consum de tabac Expressar un missatge a partir de la teatralització Tenir una actitud crítica vers els diferents missatges que ens arriben Realitzar un anunci publicitari contra el consum del tabac per a la televisió	

## Metodologia

**(Aquest és un model o guió d'exemple, cal que cada centre l'adapti a les seves característiques i possibilitats.)**

El programa està pensat per engrescar els alumnes a fer activitats senzilles com és buscar informació, observar el treball dels publicitaris, comprovar l'efecte del tabac...; en definitiva, els ajudaran a crear un anunci televisiu. Per aquest motiu es recomana l'execució de la totalitat de les activitats, les quals no només enriquiran els joves amb nous coneixements, també els permetran posar en pràctica aspectes com el treball en equip, la creativitat, l'expressió corporal, la comunicació i l'actitud crítica. Les propostes didàctiques es desenvoluparan dins l'aula sota la supervisió i/o direcció dels mestres de les àrees educatives implicades, visuals i plàstica, llengua, coneixement del medi i naturals.\*

També és aconsellable que els alumnes treballin en grups de 3 o 5 persones, perquè en algunes activitats cal distribuir les tasques per equips, tot i que al final sempre és necessari fer una trobada per exposar les troballes en comú.



(\*) Podreu comptar sempre que ho necessiteu amb l'assessorament de l'Equip Municipal de Promoció de la Salut ([rsolvas@ajgirona.cat](mailto:rsolvas@ajgirona.cat)) i de la Fundació Oncolliga Girona ([prevenció@oncolligagirona.cat](mailto:prevenció@oncolligagirona.cat)).

## Fem publicitat a la televisió

Els anuncis televisius són un mitjà per donar a conèixer qualsevol cosa que es vulgui transmetre a molta gent en poc temps. Són una de les moltes maneres de comunicar notícies, d'informar d'alguna cosa o de vendre qualsevol producte. Perquè la gent pari atenció als anuncis i, a més, els integrin, ha calgut que uns quants especialistes del món de la psicologia, de la sociologia i de la publicitat hagin estudiat sobre els interessos de la població, el comportament de la gent davant uns determinats senyals visuals i acústics, el "com" despertar en l'espectador la necessitat de provar allò que s'anuncia, com transmetre el missatge amb paraules i sense paraules...

### Començarem observant què fan els publicitaris



Una manera d'aprendre a conèixer el funcionament dels anuncis és mitjançant l'observació, l'anàlisi posterior i el debat del treball que fan els professionals de la publicitat. Es tracta de triar diferents tipus d'anuncis on es promocióni algun article (aliments, begudes, joguines, medicaments, roba, colònia, cotxes, productes de neteja...) i/o campanyes estatals o d'entitats sense ànim de lucre, que no venguin res material.




Aprofiteu la gran oferta d'anuncis televisius. Per poder comparar i extreure el màxim d'informació es recomana que a classe es formin diversos grups i que cada grup visualitzi un anunci, i que l'analitzi amb l'ajuda de la fitxa de la unitat didàctica. Després, en el grup classe, tots junts i amb el suport del mestre, s'analitza un altre anunci, a partir del qual es pot obrir un debat, en què cada grup pot exposar el que ha treballat i extreure'n els elements imprescindibles per al futur anunci de la classe.

### Què anunciarem?



Des del moment que es planteja la creació d'un anunci és important que els alumnes sàpiguen que hauran de promocióni una vida sense fum de tabac. Així que des d'un inici saben de què ha d'anar l'anunci. Tanmateix, es pot enfocar de diverses maneres, i és en aquest punt on hauran de decidir-ho, però abans cal que siguin conscients de les conseqüències del tabaquisme en la salut, han de fer una recerca bàsica sobre què és el tabac, quines malalties ajuda a desenvolupar, com afecta el fumador passiu... A partir d'aquest coneixement han de triar la història que aconsellarà a l'espectador que no fumi.

Aquesta activitat proposa tres actuacions:

- La definició de tabac 
- La recerca bibliogràfica 
- L'experiment de la màquina de fumar 

### Pensem l'anunci

Després d'haver descobert els elements essencials d'un anunci i de trobar el missatge que es vol transmetre a l'espectador, és el moment de pensar com s'elaborarà l'anunci. És una fase creativa, doncs, es tracta de redactar i/o dibuixar el guió, és a dir, la història de l'anunci i el seu procés tècnic detallat pas a pas.

Es recomana llegir atentament les bases, perquè tingueu en compte la duració de l'anunci, la utilització de material inèdit...

Es distingeixen dues fases

- La pluja d'idees per descriure la història de l'anunci. Es proposa treballar en grups de màxim cinc alumnes, cadascun pot aportar un mínim de dues petites històries, que hauran d'anotar en una nota adhesiva que penjaran a la pissarra. Un cop es disposa del mosaic d'idees, tots haurien de llegir-les, per, finalment, triar, democràticament, la o les més atractives i **que siguin possibles d'executar amb els recursos de què disposeu**. Quan s'ha triat la història o les històries cal desenvolupar-les i redactar els arguments dels anuncis (l'acció, la presentació dels personatges, la descripció del lloc on transcorre l'acció...), com a màxim ha d'ocupar una pàgina.
- L'elaboració del guió tècnic (*storyboard*) consisteix en la creació d'un còmic de l'anunci, on, a més d'incloure els diàlegs i les imatges (un dibuix de cada pla de la càmera), s'especifiquen altres aspectes tècnics (la descripció de l'acció, què s'ha de sentir, la distància entre la càmera i el subjecte, l'angle d'enfocament, el punt de vista, el pla d'enfocament, els moviments de la càmera, la continuïtat, la il·luminació, els efectes visuals, la banda sonora...).

Si ho preferiu, en lloc de treballar amb el guió tècnic podeu treballar amb el guió literari, que consisteix en la narració argumental on es descriuen les



accions, els personatges (com són, les seves característiques...), els escenaris, els decorats, l'ambientació, el vestuari, els diàlegs... La narració detalla els fets i es divideix en seqüències.

## Fem el vídeo

Ens trobem en l'etapa del rodatge de l'anunci, això vol dir que s'ha de preparar l'escenari o escenaris, el vestuari, els actors i la filmació. És un treball d'equip en el qual cadascú ha de tenir molt clar quin és el seu rol i les seves funcions. Les tasques possibles són les que es detallen a la taula. Tots els grups haurien entrenar-se en les seves funcions abans: els actors han d'assajar i aprendre els diàlegs; els decoradors, preparar els escenaris i els complements; els estilistes, proves de pentinats i maquillatge; els tècnics han de provar els aparells...

### Resum de possibles tasques per repartir

Funció	Tasca a realitzar
Director	Transforma el text del guió de rodatge en imatges. Decideix com enregistrar les escenes: quines preses prendre, la il·luminació, enregistrament del so... Decideix com editar l'anunci: quines imatges de gravació són bones, tria la música de fons...
Realitzadors	Coordinen i controlen que es faci el que diu el guió
Operadors de càmera	Enregistren les imatges i els sons. Dirigeixen les videocàmeres seguint les directrius que marca el director, sobre com espera que s'haurien d'enregistrar les imatges
Ajudants de càmera	Controlen el material tècnic relacionat amb la càmera (bateries, cables elèctrics, filtres de l'objectiu, trípode, micròfons...)
Controladors de fotografia	Controlen la qualitat de la imatge, que les preses han estat ben gravades. Controlen l'ordre de les cintes (que han d'estar numerades...)
Enginyer de so	Controla els sons que interfereixen durant la gravació, sons que molesten i obliguen a aturar la gravació i tornar a repetir l'escena
Enginyer d'il·luminació	Controla com il·luminar en cada moment una escena
Actors i actrius	Han de parlar de forma clara i seguir les ordres del director i de l'enginyer de so
Editor	Munta la pel·lícula segons les indicacions del director
Personal de perruqueria i maquillatge	Tenen cura de l'aspecte físic dels actors
Tècnics de vestuari i attrezzo	Busquen i trien el vestuari, així com els utensilis que facin servir els actors en el rodatge
Escenògraf	Munta i decora els escenaris
Muntadors d'imatges i d'àudio	Fan l'editatge de so i imatges

## Informació per al docent

### Sobre els cigarrets electrònics

- No se'n coneix ni la qualitat ni la seguretat, ni l'eficàcia per deixar de fumar o reduir els riscos.
- No estan regulats.
- Poden comprometre la "desnormalització del tabac" aconseguida durant la darrera època.
- L'OMS ha difós un posicionament sobre els cigarrets electrònics, el juliol de 2013, que diu el següent:  
"Fins que no hi hagi dades que demostrin que són productes segurs, eficaços i de qualitat acceptable, i que això estigui certificat per un organisme regulador nacional competent, els consumidors no haurien d'utilitzar-los."
- El Comitè Nacional per a la Prevenció del Tabaquisme (CNPT) ha elaborat un informe desaconsellant-ne el consum.
- L'Agència de Salut Pública de Catalunya (ASPCAT) ha donat suport a la iniciativa de les xarxes d'hospitals sense fum i d'atenció primària sense fum d'evitar-ne l'ús i la venda en centres sanitaris i de desaconsellar-ne l'ús als ciutadans.

"Per tot això, i pel buit legal que hi ha en aquest moment, la Xarxa Catalana d'Hospitals sense Fum i la Xarxa d'Atenció Primària sense Fum recomanen que els hospitals, centres de salut i altres centres sanitaris:

- Prohibeixin per normativa pròpia de règim intern l'ús de cigarrets electrònics en les seves dependències, tant en els llocs tancats (edificis) com en el seu recinte a l'aire lliure, de forma similar al que estableix l'actual normativa (Llei 42/2010) de mesures sanitàries de control del tabaquisme per als productes del tabac.
- Prohibeixin per normativa pròpia de règim intern la venda, promoció o publicitat d'aquests dispositius en les seves dependències, de forma similar al que estableix l'actual normativa (Llei 42/2010) de mesures sanitàries de control del tabaquisme per als productes del tabac."

Més informació:

[http://www.gencat.cat/docs/canalsalut/Home%20Canal%20Salut/Ciudadania/La%20salut%20de%20la%20A%20a%20la%20Z/T/Tabac/documentos/arxius/cigarretes\\_electroniques\\_cat.pdf](http://www.gencat.cat/docs/canalsalut/Home%20Canal%20Salut/Ciudadania/La%20salut%20de%20la%20A%20a%20la%20Z/T/Tabac/documentos/arxius/cigarretes_electroniques_cat.pdf)

[http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/06/17/actualidad/1403028949\\_659989.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/06/17/actualidad/1403028949_659989.html)

### Llei del tabac

LLEI 28/2005, de 26 de desembre, de mesures sanitàries enfront del tabaquisme i reguladora de la venda, el subministrament, el consum i la publicitat dels productes del tabac. («BOE» 309, de 27-12-2005.)

Limitacions a la venda, subministrament i consum dels productes del tabac

Article 3. Venda i subministrament dels productes del tabac

2. Es prohibeix vendre o lliurar a persones menors de divuit anys productes del tabac, així com qualsevol altre producte que l'imiti i indueixi a fumar. En particular, es prohibeix la venda de dolços, refrigeris, joguines i altres objectes que tinguin forma de productes del tabac i puguin ser atractius per als menors. Igualment, es prohibeix la venda de tabac per persones menors de divuit anys.

En l'empaquetat dels productes del tabac s'ha d'incloure una referència expressa a la prohibició de la seva venda a menors de divuit anys.

[http://www.boe.es/boe\\_catalan/dias/2005/12/30/pdfs/A02936-02946.pdf](http://www.boe.es/boe_catalan/dias/2005/12/30/pdfs/A02936-02946.pdf)

## FITXES PER ALS ALUMNES



## Començarem observant què fan els publicitaris

Una manera d'aprendre a fer anuncis és observant què fan els professionals de la publicitat. Com que a totes hores a la televisió trobem anuncis, serà fàcil. Fixeu-vos en un, i amb l'ajuda d'aquesta guia comenteu el que heu vist.

<b>EL PRODUCTE</b>	
Què anuncien? Dóna informació suficient? Què no explica? (preu, mides, colors...) Quin és l'eslògan?	
<b>L'ESPECTADOR</b>	
A qui va dirigit? Què us suggereix? Quina emoció us provoca? Què recordeu després de veure l'anunci?  Què és el que fascina o crida més l'atenció a l'espectador? Quin és l'element atractiu? Quins beneficis aporta l'article segons l'anunci? Quin aspecte motiva l'espectador a adquirir el producte anunciat?	
<b>LA HISTÒRIA</b>	
Resumiu la història, quina relació té amb el producte que s'anuncia? Quins personatges surten? Podrien ser reals i/o ficticis? Què fan? Com vesteixen i com van maquillats? Es comporten com les persones que coneixem?	
<b>AMBIENTACIÓ</b>	
Quin estil de vida proposa? L'escenari on transcorre l'acció és semblant al que teniu a la vida real? Com és el decorat: realista, fantàstic, nostàlgic...? La música que sona, què us suggereix o què us fa sentir? És coneguda? Els colors que destaquen, què us recorden?	

De totes aquestes idees que heu extret feu un resum dels elements imprescindibles que ha de contenir un anunci publicitari de la televisió, ja que aquestes conclusions us serviran per aplicar-les al vostre anunci.

## Què anunciarem?

L'objectiu de l'anunci és aconsellar a l'espectador que opti per una vida lliure de fum de tabac. Això es pot anunciar de moltes maneres, però quina triareu vosaltres?

Heu de crear una idea genial que convenci l'espectador, per això haureu d'investigar (conèixer bé el tabac i les seves conseqüències: què significa ser fumador, com afecta la salut del fumador i del fumador passiu, i tot plegat per a què) i, després, triar la perspectiva més adient.

**Escriviu en tres ratlles una definició de tabac.** Redacteu com si ho expliquéssiu a un extraterrestre que no ha vist mai un cigarret, ni un cigar, ni una pipa...

---

---

---

### Busqueu informació sobre el tabac i el cigarret electrònic

La podeu trobar en diferents llocs, cada grup trieu una font, i després a la classe exposareu la informació trobada.

- Parlar amb els fumadors perquè expliquin què saben del tabac
- Fer una entrevista a un professional de la salut (un metge o una infermera)
- Fer una recerca per pàgines web especialitzades
- Consultar llibres o articles de diaris de la biblioteca, així com tríptics informatius (que trobareu als centres mèdics)

### Construïu la màquina de fumar

Una altra experiència que us aportarà molta informació, sobretot visual i experimental, és la construcció d'una màquina de fumar. Així podreu veure quins són els efectes del fum del tabac en els pulmons sense necessitat de fumar. En l'enllaç següent trobareu una experiència de l'Institut Ítaca: <http://www.youtube.com/watch?v=LIX6pln5JUgç>.

**Un cop hagueu acabat les activitats reflexioneu en grup i trieu el missatge que voleu donar a l'espectador, i a quin tipus de públic anirà dirigit (joves, pares fumadors, dones embarassades...).**

## **FITXA PER BUSCAR INFORMACIÓ**

La informació que podeu trobar escrita

**Components químics del fum del tabac.**

**Què és una droga, i quina droga conté el tabac?**

**Què en sabem del cigarret electrònic?**

**Per què la gent comença a fumar?**

**Quins problemes provoca el fum del tabac a la salut?**

**Podeu introduir altres elements que considereu importants**

La informació que podeu extreure de les preguntes als fumadors

**Quan i per què va començar a fumar?**

**Per què ha triat un cigarret electrònic?**

**Sap si el tabac perjudica la salut, i com?**

**Quines malalties relacionades amb el tabac coneix?**

**El metge li ha aconsellat algun cop que deixés de fumar?**

**Algun cop ha pensat a deixar de fumar?**

**Si ha deixat de fumar, què el va fer decidir abandonar l'hàbit? Quin mètode va seguir, li va costar?**

## Pensem l'anunci

Ara que sabem quins són els elements essencials d'un anunci i tenim clar quin missatge volem transmetre a l'espectador, és el moment de pensar com l'elaborarem.

### Pluja d'idees

MATERIAL per a cada alumne

1 llapis

5 notes adhesives

1 gomet

Començarem amb una pluja d'idees perquè surtin totes les històries possibles en el grup, encara que semblin absurdes. Com a mínim heu d'anotar 2 històries en 2 notes adhesives que haureu d'enganxar a la pissarra. Quan tots els grups hagin penjat les seves idees llegiu-les, comenteu-les i critiqueu-les en positiu.

Individualment, enganxeu un gomet a la història més divertida i fàcil de filmar dels altres grups (no és permès votar una història del vostre grup).

De la història més votada, o les històries més votades, heu de redactar l'argument de l'anunci en la fitxa següent:

## FITXA DE LA HISTÒRIA

<b>Títol</b>	
<b>Descripció dels personatges</b>	
<b>Descripció del lloc on transcorre l'acció</b>	
<b>L'acció (què passa?)</b>	
<b>Missatges escrits</b>	



## Fem el vídeo

Abans de rodar l'anunci heu de preparar moltes coses: els decorats, el vestuari, els atrezzo, assajar els diàlegs i l'acció, provar els aparells tècnics... Perquè l'anunci surti de primera heu de repartir-vos la feina:

Funció	Tasca a realitzar	Persones
Direcció	Transforma els dibuixos del guió tècnic en imatges. Decideix com enregistrar les escenes. Decideix com editar l'anunci: quines imatges de gravació són bones, tria la música de fons...	
Realitzadors	Coordinen i controlen que es faci el que diu el guió.	
Operadors de càmera	Enregistren les imatges i els sons. Manipulen les videocàmeres seguint les ordres que marca el director.	
Ajudants de càmera	Controlen el material tècnic relacionat amb la càmera (bateries, cables elèctrics, filtres de l'objectiu, trípode, micròfons...).	
Controladors de fotografia	Controlen la qualitat de la imatge, que les preses han estat ben gravades. Controlen l'ordre de les cintes (que han d'estar numerades...).	
Enginyer de so	Controla els sons que interfereixen durant la gravació, sons que molesten i obliguen a aturar la gravació i tornar a repetir l'escena.	
Enginyer d'il·luminació	Controla com il·luminar en cada moment una escena.	
Actors i actrius	Han de parlar de forma clara i seguir les ordres del director i de l'enginyer de so.	
Editor	Munta la pel·lícula segons les indicacions del director.	
Personal de perruqueria i maquillatge	Tenen cura de l'aspecte físic dels actors.	
Tècnics de vestuari i atrezzo	Busquen i trien el vestuari, així com els utensilis que facin servir els actors en el rodatge.	
Escenògraf	Munta i decora els escenaris.	
Muntadors d'imatges i d'àudio	Fan l'editatge de so i imatges.	

## Bases

Tot i que la propietat intel·lectual del vídeo pertany a l'escola, l'organització es reserva el dret d'exhibir els anuncis en actes públics de caire divulgatiu o formatiu.

Mentre editeu l'anunci recordeu que totes les **imatges i la música que utilitzeu siguin inèdites o lliures del compromís de la propietat intel·lectual dels autors** (recordeu que podeu usar el material de Creative Commons, especificant la font i l'autor de l'obra en els crèdits. Per a més informació consulteu el web <http://es.creativecommons.org>).

Duració de l'anunci: cada anunci ha de tenir una durada màxima de **20 segons**.

Nombre de treballs per centre: màxim **2 anuncis**.

Identifiqueu el DVD escrivint el nom de l'escola i el títol de l'anunci.

En els crèdits anuncieu el nom de l'escola.

- Data límit de lliurament. Passarem a buscar els anuncis **abans del 15 de maig**.
- Els tècnics responsables de l'activitat anunciaran els treballs triats (tenint en compte la qualitat i originalitat) per emetre per televisió durant el Dia Mundial sense Tabac o, si cal, l'última setmana de maig.
- També us passaran el calendari de l'emissió tan bon punt TV Girona ens el faci arribar.

La participació en aquesta activitat implica l'acceptació de les bases.

## Bibliografia

CABRA, J.; SARASÍBAR, X. (1995) *Prevenió de les drogodependències. Quaderns d'educació per a la salut*. Catalunya: Generalitat de Catalunya. Departament d'Ensenyament.

CALAFAT, A. *Et al.* (1997) *Decideix!* Mallorca: Conselleria de Benestar social, Consell Insular de Mallorca.

COL·LECTIU BRONCA (1999) *Col·lectiu bronca (bronquis cabrejats)*. Santa Coloma de Gramenet: equip de prevenció de drogodependències de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet.

FERRÉS, J. (2005) *Com veure la TV? 3. La publicitat*. Barcelona: CAC.

FÒRUM D'ENTITATS DE PERSONES USUÀRIES DE L'AUDIOVISUAL (2010) *La publicitat en l'entorn familiar: activitats per al debat*. Catalunya: CAC.

MENDOZA,R.; VILARRASSA, A.; FERRER, X. (1986) *La educación sobre las drogas en el ciclo superior de la EGB*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.

GENERALITAT DE CATALUNYA VVAA (1991) *El vídeo. Estratègies i recursos didàctics*. Catalunya: Generalitat de Catalunya. Departament d'Ensenyament.