

La salute vien ...clicc@ndo?

GUIDA PER GLI INSEGNANTI



La salute vien ...clicc@ndo?

Finito di stampare:

ottobre 2011

Arti grafiche Agostini

Progetto Grafico:

Alessandro Casanova

Testi a cura di:

Arianna Alesini

Mariù Pacetta

Scuola di cittadinanza attiva

Redazione testi e impaginazione a cura di:

Nicoletta Cannata

Ufficio Comunicazione Cittadinanzattiva



via Flaminia, 53
00196 Roma
Tel. 06 3671 81
Fax 06 3671 8333
www.cittadinanzattiva.it
mail@cittadinanzattiva.it

INTRODUZIONE

Questa guida è rivolta ai docenti delle scuole secondarie di I e II grado che intendono affrontare, con i propri studenti, il tema della contraffazione dei farmaci e dell'uso di internet per l'acquisto di prodotti per la salute. Ed è su questo genere di acquisti, che i pericoli sono maggiori, perché si può incappare in prodotti contraffatti, nocivi per la salute. Lo shopping on line, in particolare, è molto usato tra i giovani, ma la maggior parte di loro ignora i pericoli connessi, come i furti di identità, le truffe, ecc.

La Guida rientra in un progetto più ampio, frutto della collaborazione tra Cittadinanzattiva (settore Scuola) e Federchimica Anifa, che già nel 2010 ha affrontato queste tematiche attraverso la realizzazione di un opuscolo informativo per i ragazzi prima e di laboratori didattici sperimentali, poi, nelle scuole secondarie di diverse regioni italiane. Nel testo viene illustrato, nel dettaglio, l'intero percorso del laboratorio didattico che è possibile proporre alle classi di studenti delle scuole secondarie di II grado sulla contraffazione dei farmaci e sull'uso responsabile di internet. Le metodologie utilizzate e proposte agli insegnanti superano lo schema tradizionale della lezione "frontale" in quanto mirano a rendere i ragazzi più attivi e protagonisti nell'apprendimento di tematiche poco conosciute o sottovalutate.



Lo scopo del laboratorio è duplice:

- approfondire le tematiche sopra descritte
- realizzare storyboards che parteciperanno alla selezione per la creazione di spot di utilità sociale rivolti ai giovani.

La durata del percorso proposto nella guida è di 8 ore, diviso in 4 moduli di 2 ore ciascuno.

Attraverso le attività del laboratorio, i ragazzi, seguiti dal proprio insegnante, approfondiranno le tematiche della contraffazione dei farmaci e dell'uso di internet e si cimereranno nella realizzazione di storyboards per l'eventuale realizzazione di spot pubblicitari sugli stessi temi.

Il 1° modulo si concentrerà sull'introduzione e sull'approfondimento delle tematiche della contraffazione e dei pericoli del web per gli acquisti on line.

Il 2° modulo permetterà di ampliare le tematiche e approfondire gli argomenti correlati .

Il 3° modulo consentirà di produrre sceneggiature per gli storyboards.

Il 4° modulo prevedrà la scelta, da parte dei ragazzi, di una delle sceneggiature preparate e la successiva illustrazione, scena per scena, con la realizzazione di uno storyboard e la formulazione di slogan e messaggi.

Consigliamo di realizzare il laboratorio in un'aula multimediale e di mettere a disposizione dei ragazzi fogli bianchi, penne, pennarelli colorati, lavagne a fogli mobili, pc, videoproiettore.

Una volta terminato il percorso del laboratorio, vi invitiamo a spedirci gli storyboards realizzati secondo le modalità indicate in fondo alla guida.

Buon laboratorio a tutti !!!

La Scuola di Cittadinanzattiva

Pillole informative: l'uso di internet per l'acquisto di prodotti

Lo shopping on-line

Sta aumentando in modo esponenziale: la rete permette di trovare qualsiasi cosa, è un canale veloce, pratico e conveniente: i prezzi sono concorrenziali, l'ordinazione si fa comodamente seduti, i prodotti arrivano direttamente a casa.

Ma vi sono dei rischi: software e virus in grado di intercettare dati sensibili e dati relativi alle carte di credito, si può essere "derubati" dei dati personali, e delle abitudini, per fini commerciali.

Si rischia anche di prendere delle "fregature": prodotti "taroccati" e contraffatti, oppure completamente diversi da quelli che appaiono nelle immagini illustrate.



La vendita dei farmaci on – line

In Italia è illegale vendere farmaci attraverso internet. In altri Paesi europei (es. Gran Bretagna e Germania) la vendita on-line di medicinali è legale, ma di fatto è estremamente difficile riuscire a riconoscere se un sito web sia legale o meno. Tra i rischi più frequenti nell'acquisto di farmaci on-line:

- incappare in farmaci contraffatti, scaduti e riconfezionati;
- essere tratti in inganno nell'acquisto di prodotti "mirabolanti" che in realtà di miracoloso non hanno nulla, con un conseguente dispendio economico e, spesso, senza avere alcun risultato positivo per la propria salute o, peggio, con danni per la salute;
- non avere il contatto diretto né il confronto con un medico o un farmacista implica non conoscere o sottovalutare gli effetti collaterali di un farmaco o quelli dovuti all'uso contemporaneo di altri medicinali, ecc.

Farmaci da “sballo”

Farmaci come gli anti-depressivi e i tranquillanti, ma anche gli antidolorifici più comuni, mischiati tra loro e spesso associati ad alcol e droghe, vengono usati per creare dei “cocktail di trasgressione”, una nuova tendenza molto diffusa ed in netta crescita. Ma questa pratica è molto pericolosa, perché può dare luogo a reazioni imprevedibili, dannose e letali.



Pillole informative: la contraffazione riguarda anche i farmaci

In Italia il fenomeno della **diffusione dei farmaci contraffatti** è pressoché nullo se ci si rivolge ai canali ufficiali autorizzati alla vendita dei farmaci. Se, invece, ci si rivolge ai canali non autorizzati alla vendita dei farmaci (on-line) c'è circa una probabilità su due di incappare in un medicinale contraffatto, falso o di scarsa qualità. Si stima che diverse centinaia di migliaia di persone abbiano fatto comunque ricorso alle farmacie on line (e-pharmacies) per acquistare soprattutto farmaci per il trattamento delle disfunzioni erettili e di steroidi usati illegalmente in ambito sportivo.

Oltre ai farmaci contraffatti, i canali non autorizzati alla vendita (come palestre, beauty center, sexy shop, ...) spesso offrono prodotti che si presentano come destinati a migliorare le prestazioni, l'aspetto, la salute, ma che, in nessun caso, sono stati esaminati preventivamente dall'Autorità sanitaria, e di cui non si hanno garanzie in termini di origine, qualità, sicurezza.

Riconoscere i farmaci contraffatti ed i prodotti non certificati è più difficile di quello che si pensi, perché non basta fare attenzione alla confezione esterna e leggere quello che c'è scritto.

Infatti, la pericolosità dei prodotti contraffatti e illegali può riguardare aspetti più nascosti che non la semplice confezione esterna. Può trattarsi di prodotti pericolosi perché:

- con **sostanze attive** assenti o sotto/sopra dosate, di scarsa qualità o inattive o diverse da quanto dichiarato
- confezionati in **contenitori non idonei** sia per materiali che per difetti di chiusura e di fabbricazione
- non correttamente **conservati o trasportati, rispetto alle condizioni ambientali** (luce, temperatura, umidità)
- **scaduti**, a cui sono state apposte nuove etichette e nuove date di scadenza.

Pillole informative: impariamo a conoscere i farmaci

Uno stile di vita sano: anche se i farmaci sono un aiuto importante per la salute essi, però, non sostituiscono uno stile di vita sano, che vuol dire, non fumare, non bere alcolici, camminare per almeno mezz'ora al giorno, non passare troppo tempo al computer o davanti alla tv, consumare molta frutta e verdura ogni giorno, praticare un'attività sportiva o all'aria aperta, frequentare amici reali e non solo virtuali.

Esistono in commercio tanti prodotti destinati, in senso generale, alla nostra salute. La prima regola da rispettare, onde evitare rischi, è quella di imparare a riconoscerli: ossia saper distinguere un medicinale da un altro prodotto "salutistico".

Cosa sono i Farmaci. I farmaci sono prodotti destinati a curare le cause o i sintomi di una malattia, e ridurne la progressione. Non esiste il farmaco perfetto, cioè senza effetti collaterali o rischi di impiego: questi sono chiaramente riportati sul foglio illustrativo, presente obbligatoriamente. Un farmaco è composto da: *il principio attivo*, che è la componente attiva responsabile dell'azione curativa, e *gli eccipienti*, sostanze prive di proprietà curative che vengono aggiunte al principio attivo per preservarlo da aggressioni esterne, per renderlo più assorbibile dall'organismo e per migliorarne il sapore.

La verifica dei principi attivi, degli eccipienti e dei sistemi di produzione sono requisiti indispensabili per il rilascio dell'**A.I.C.** (Autorizzazione all'Immissione in Commercio) da parte dell'Autorità sanitaria. Il codice A.I.C. è riportato sulle confezioni di tutti i medicinali, e rappresenta un modo semplice per riconoscere se quello che abbiamo in mano è o no un farmaco.

Esistono due tipologie di farmaci: i **farmaci con obbligo di ricetta**, che possono essere venduti solamente con la prescrizione medica e solo in farmacia; i **farmaci senza obbligo di ricetta**, che possono essere acquistati anche senza presentare la prescrizione medica e si trovano in farmacia e in altri esercizi autorizzati alla vendita di farmaci (parafarmacie e supermercati), sempre alla presenza di un farmacista.



1. PRIMO MODULO/DURATA: 2 ORE

Nel primo modulo si introducono i temi della contraffazione dei farmaci e dell'acquisto di prodotti per la salute tramite internet.

Ai ragazzi va illustrato l'intero processo, specificando che si tratta di 4 incontri di due ore ciascuno, nei quali loro stessi saranno parte attiva del percorso finalizzato alla progettazione di uno storyboard che potrà, in seguito, essere utilizzato per uno spot pubblicitario sulla contraffazione dei farmaci.

1.1 I MATERIALI UTILI

- Per realizzare le attività previste dal I modulo si consiglia di munirsi di: pc, videoproiettore, casse, lavagna a fogli mobili, pennarelli, connessione ad internet.

1.2 GLI OBIETTIVI

- **Introdurre i temi** che saranno trattati.
- Verificare l'immaginario dei ragazzi su queste tematiche, attraverso la **costruzione di una mind map**.
- **Predisporre il gruppo alla creatività**.
- **Approfondire i temi connessi**.

1.3 LA CONDUZIONE

- **Presentazione del progetto ai ragazzi e introduzione del tema.**
- **Proiezione del video tratto dal tg 1**
http://www.youtube.com/watch?v=y1sQTjqR3DA&feature=results_video&playnext=1&list=PLD5F16C35B8E67B34
o di un video sullo stesso tema.
- **Costruzione di una mind map sul tema.**
Tutta la classe sarà coinvolta nella costruzione di una mappa mentale legata ai temi trattati. Con l'ausilio di una lavagna a fogli mobili e dei pennarelli colorati, si definirà la mappa. Ogni ragazzo, ad alzata di mano, potrà intervenire pronunciando una parola chiave sull'argomento, che verrà riportata sulla lavagna.
- **Lavoro in sottogruppi.**
Terminato il lavoro della mappa mentale, gli studenti, divisi in 3/4 gruppi, inizieranno la fase di "studio".

Ogni gruppo dovrà approfondire la tematica della contraffazione dei farmaci, con l'aiuto di internet, effettuando una vera e propria ricerca.

Di seguito **alcuni siti istituzionali** da consultare:

<http://www.iss.it>

<http://www.impactitalia.gov.it>

<http://www.agenziafarmaco.gov.it>

<http://www.salute.gov.it>.

1.4 I PUNTI DI ATTENZIONE

- Non condizionare il processo della costruzione della mind map, ma agire come **moderatore** della discussione.
- Far scegliere ad ogni sottogruppo un **portavoce**.



DA SAPERE!!! COS' È UNA MAPPA MENTALE (MIND MAP)?

La creazione di una mappa mentale si basa sulla prerogativa fondamentale della mente umana di associare idee e pensieri in maniera non lineare. In particolare, permette di sfruttare al meglio le potenzialità latenti dell'emisfero destro del nostro cervello cioè quello che elabora le informazioni in modo globale, creativo, intuitivo, figurato, e farlo lavorare in sinergia con l'emisfero sinistro che, invece, è logico, razionale. La mappa mentale è uno strumento per evidenziare i concetti principali e i rispettivi legami all'interno di un argomento.

Il concetto principale si scrive al centro del foglio, mentre altre idee e dettagli vengono collegati al centro e sono espressi attraverso parole.

Grazie alla grande quantità di associazioni possibili, la realizzazione di una mappa è un processo molto creativo che fornisce l'opportunità di generare nuove idee, non pensate prima.

L'uso di una mappa concettuale è vantaggiosa per la fase di apprendimento. Le conoscenze, infatti, elaborate con questa tecnica, si ricorderanno a lungo. È un meccanismo semplice ed efficace di approfondimento e di ricerca di similitudini tra concetti.

Ogni parola in una mappa, poi, può costituire il centro di un'altra possibile mappa.

Esempio di mind map



2. SECONDO MODULO/DURATA: 2 ORE

Il secondo modulo prevede l' approfondimento delle tematiche attraverso il lavoro in sottogruppi.

I ragazzi devono raggiungere un livello di conoscenza appropriato che gli permetterà di arrivare al percorso successivo, e ad avere le giuste conoscenze per lavorare allo storyboard dello spot pubblicitario.

2.1 I MATERIALI UTILI

- Lavagna a fogli mobili, pennarelli, scotch, PC, connessione ad internet.

2.2 GLI OBIETTIVI

- **Ampliare la mind map** già iniziata nell'incontro precedente.
- **Approfondire** temi e sottotemi sull'**argomento**.

2.3 LA CONDUZIONE

- **Terminare il lavoro di gruppo**

Ogni gruppo dovrà realizzare una **sintesi della ricerca** effettuata nel primo modulo, utilizzando il pc a disposizione e preparando una breve presentazione in power point, oppure trascrivendo tutto su un foglio della lavagna a fogli mobili

- **Relazione finale.** Ogni portavoce dovrà illustrare a tutta la classe, il lavoro del proprio gruppo con le informazioni raccolte nella precedente fase di studio.

2.4 I PUNTI DI ATTENZIONE

- Dare ai sottogruppi un **tempo preciso per l'esposizione** in plenaria, massimo 10 -15 minuti.
- Si potrà prevedere anche un momento per le **domande** della classe ai relatori dei sottogruppi, anche in questo caso definendo i tempi.

DA SAPERE !!! COS'E' UNO SPOT PUBBLICITARIO?

Lo spot è uno strumento che si usa tradizionalmente per comunicare un messaggio legato a prodotti commerciali di vario genere.

Viene trasmesso su radio e tv e dura da 7 secondi ad un massimo di 3 minuti.

Utilizza una forma di comunicazione diretta, breve ma molto efficace, concentrandosi sull'uso di messaggi chiave e slogan, oltre che di musiche di sottofondo.

Lo scopo dello spot è di "influenzare" gli atteggiamenti e le scelte, in relazione ai consumi di beni e utilizzo di servizi.

Negli ultimi anni, è stato utilizzato con successo per sensibilizzare l'opinione pubblica su tematiche di interesse sociale.

Si parla, sempre più spesso, di pubblicità sociale e campagne di pubblica utilità realizzate tramite spot su radio e tv contenenti messaggi finalizzati a promuovere argomenti, atteggiamenti e comportamenti corretti da seguire. È quello che si propone anche questa attività.



3. TERZO MODULO/DURATA: 2 ORE

Nel terzo modulo i ragazzi inizieranno a lavorare alla sceneggiatura dello storyboard, con una metodologia creativa.

3.1 I MATERIALI UTILI

- Pc, casse, videoproiettore.
- Fogli bianchi, penne, pennarelli.
- Copie della Scheda n. 1.

3.2 GLI OBIETTIVI

- Spiegare l'output, cioè che cos'è e come si arriva allo **Storyboard** di uno spot pubblicitario.
- Iniziare il lavoro creativo soffermandosi sulla prima fase: **la sceneggiatura dello storyboard**.

3.3 LA CONDUZIONE

- L'incontro si aprirà con la spiegazione di cos'è uno **Storyboard**, in cosa consiste e come si realizza. Il link seguente propone una serie di esempi di storyboard: <http://giannimusaio.blogspot.com/2007/07/come-si-fa-uno-story-board-per-un-spot.html>.
- Una volta spiegato ai ragazzi lo storyboard, si formeranno 4 gruppi, e, per rendere la comunicazione fra loro più semplice, si faranno disporre in cerchio. Ad ogni ragazzo si distribuirà una copia della **scheda n.1**, che si trova nelle pagine successive.

A questo punto inizierà il lavoro creativo: ogni studente dovrà rispondere al primo input presente nella scheda n.1. Terminata questa fase, ciascuno passerà al compagno vicino, in senso orario, la propria scheda compilata.

Ogni studente si ritroverà, così, in mano una scheda diversa dalla propria. Dovrà leggere ciò che è stato scritto dal compagno e continuare nella compilazione del secondo input, per poi ripassare la scheda al compagno vicino. L'operazione sarà ripetuta per tutti i punti della scheda. Al termine dell'incontro, ogni scheda avrà assunto l'aspetto di una **storia**, scritta a più mani (tempo richiesto: 1 ora e 30 minuti).

3.4 I PUNTI DI ATTENZIONE

- Spiegare chiaramente il meccanismo della costruzione della storia per lo storyboard.
- Creare dei gruppi numericamente equilibrati.
- Fare attenzione a far circolare nel corretto modo le schede n.1.
- Spiegare ai ragazzi, che per aver un buon risultato, è necessario essere descrittivi al massimo, in ogni fase prevista dalla Scheda n.1, soffmarsi sui dettagli e lasciare spazio alla fantasia.
- Fare attenzione ai tempi tra un input ed un altro, e avere una visione globale dei vari gruppi, per sostenerli e aiutarli in caso di difficoltà.



DA SAPERE!!! COS'E' UNA SCENEGGIATURA?

La sceneggiatura può essere definita come un testo destinato ad essere girato o filmato, e diventare, quindi, un film (un cortometraggio o un lungometraggio), o, come nel nostro caso, uno spot. La sceneggiatura non è altro che un racconto per immagini.

Richiede una buona capacità di sintesi e selezione. Si divide in scene ed è caratterizzata da due cose fondamentali: cosa si vede e cosa si dice.

Costituisce il primo e fondamentale passo per la realizzazione di qualsiasi tipo di opera audiovisiva.

Una sceneggiatura è molto simile, per quanto riguarda la struttura, ad un testo teatrale. In una sceneggiatura vengono indicati le azioni, i dialoghi, i movimenti di macchina (campi e piani), i suoni che saranno, poi, realizzati all'interno del girato.



Scheda N. 1

1. Prima scena: ci troviamo (descrivete solo il luogo, l'ambiente)

.....
.....

2. Il protagonista della scena è

.....
.....

3. Ad un certo punto accade che

.....
.....
.....

4. E allora...

.....
.....
.....

5. Nell'ultima scena si vede

.....
.....
.....

6. Il titolo di questo spot è

.....
.....

4. QUARTO MODULO/DURATA: 2 ORE

Nel quarto incontro, ogni gruppo di lavoro sceglierà una delle sceneggiature realizzate nel corso del terzo modulo. Una volta effettuata la scelta si procederà a strutturare lo storyboard, e ad illustrare graficamente ogni scena prevista, con la formulazione di uno slogan.

4.1 I MATERIALI UTILI

- Le schede n.1 con le storie realizzate nel terzo modulo.
- Lavagna a fogli mobili, penne, pennarelli, cartoncini, macchina fotografica.

4.2 GLI OBIETTIVI

- Ogni gruppo dovrà **scegliere una storia** tra quelle scritte durante il terzo modulo.
- Una volta scelta la storia, occorrerà finalizzare il prodotto, cioè definirne la struttura determinando le **5 scene principali**.
- Si dovrà riportare lo storyboard **sulla lavagna a fogli mobili** disegnando e descrivendo scena per scena.
- Dopo aver elaborato una lista di **slogan** e di **messaggi chiave**, si sceglieranno quelli che meglio si adattano allo storyboard scelto.

4.3 LA CONDUZIONE

- Ogni gruppo dovrà leggere le storie scritte durante il modulo 3 e scegliere quella che ritiene migliore.
- Scelta la storia, il gruppo potrà soffermarsi a ragionare sul titolo /slogan da darle.
- Realizzazione dello storyboard: i ragazzi dovranno definire 5 scene principali della storia scelta. Su un foglio della lavagna a fogli mobili o su un cartoncino, disegneranno 5 quadranti, riportando su ognuno le singole scene, anche colorate, previste dalla storia. Sotto ogni quadrante andrà inserita una breve descrizione della scena. Nella parte superiore del foglio o del cartoncino andrà riportato lo slogan dello storyboard.
- Terminato il lavoro di realizzazione dello storyboard, ogni gruppo lo illustrerà alla classe. E' consigliabile fotografare subito ogni storyboard per documentare il lavoro svolto.

4.4 I PUNTI DI ATTENZIONE

- Ricordare ai ragazzi la finalità del lavoro che si sta svolgendo, in modo da essere più obiettivi nella scelta della storia.
- Ogni scena deve essere descritta analiticamente; i ragazzi devono ragionare come se fossero dei registi.
- In plenaria, quando ogni gruppo presenterà il proprio lavoro, occorrerà gestire la discussione di commento dello storyboard e dei messaggi chiave individuati.



DA SAPERE!!! COS'È UNO STORYBOARD?

Lo **Storyboard** è, letteralmente, la versione disegnata delle scene che poi andranno a comporre un'opera audiovisiva. Se la sceneggiatura racconta attraverso le parole, lo storyboard mostra la storia narrata con **immagini disegnate su carta**.

Lo **Storyboard**, quindi, illustra, inquadratura dopo inquadratura, quello che verrà girato sul set. Ecco perché esso appare come un vero e proprio sentiero di regia, sul quale vengono già resi noti i movimenti della macchina da presa, la cui direzione è sovente indicata attraverso frecce disegnate.

In campo pubblicitario, lo story board è utile per presentare un prodotto ad un cliente e per avere una visione particolarmente dettagliata del lavoro finito.

Esempio di storyboard:



TERMINATO IL LABORATORIO...

La Scuola di Cittadinanzattiva sarebbe lieta di ricevere gli storyboards realizzati durante il laboratorio didattico.

Potrete spedire direttamente l'originale degli storyboards a:

**Scuola di Cittadinanzattiva
Via Flaminia 53
00196 Roma**

oppure spedire il materiale via e.mail al seguente indirizzo: sca@cittadinanzattiva.it. In questo caso, andranno allegati la scheda n.1 contenente la sceneggiatura della storia scelta, e le foto dello storyboard realizzato.

I più creativi potranno realizzare un montaggio video delle scene realizzate nello storyboard e inviarlo per posta all'indirizzo prima indicato.

Tutti i lavori ricevuti concorreranno alla **VI edizione del Premio Buone Pratiche di Educazione alla Sicurezza ed alla Salute "Vito Scafidi"**, che si realizzerà il prossimo aprile 2012: avranno, così, la possibilità di vincere un premio per il proprio istituto scolastico.



Appunti



TRIBUNALE PER I DIRITTI DEL MALATO
COORDINAMENTO NAZIONALE
ASSOCIAZIONI MALATI CRONICI



PROCURATORI DEI CITTADINI



GIUSTIZIA PER I DIRITTI



SCUOLA DI CITTADINANZA ATTIVA



ACTIVE CITIZENSHIP NETWORK



Cittadinanzattiva onlus

via Flaminia 53 - 00196 Roma

Tel. +39 06367181 Fax +39 0636718333

www.cittadinanzattiva.it

CAMPAGNA IMPARARESICURI 2011

**L'IX Giornata nazionale
della sicurezza nelle scuole**

È patrocinata da

Presidenza del Consiglio dei Ministri

Dipartimento della Protezione civile

Ministero della Gioventù

Questo materiale è stato realizzato
con il sostegno di

Federchimica ANIFA