Campaña publicitaria contra el tabaco

# Instrucciones

Crea un anuncio u otro mensaje en los medios de comunicación que destaque los efectos nocivos del tabaco y de los dispositivos electrónicos para fumar. Tu mensaje en los medios de comunicación puede ser una idea original o una parodia.

# Requisitos

## Asegúrate de revisar también la rúbrica de la página siguiente.

* Uno o más efectos a corto plazo
* Uno o más efectos a largo plazo
* Una o varias afirmaciones/ideas persuasivas
* Una ilustración o foto de cada efecto a largo y corto plazo
* Títulos y textos legibles

# Opciones para el tipo de medio

* Anuncio impreso
* Anuncio en cartelera
* Canción/jingle
* Folleto
* Historieta
* Afiche
* Cartel
* Diseño de camisetas

# Cómo crear un mensaje eficaz para los medios de comunicación

* Establece un propósito claro y comunícalo.
* Determina tu público objetivo.
* Muestra a tu público cuál es tu mensaje a través de una redacción vívida y de elementos visuales.
* Sé conciso y preciso.

# Rúbrica

| Categoría | 3 | 2 | 1 | Puntuación |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Efectos a corto plazo | Uno o varios efectos a corto plazo se transmiten con precisión y claridad.  | Se incluyen los efectos, pero hay algunas imprecisiones.  | No se incluyen efectos a corto plazo, o la información es en gran medida inexacta.  |  |
| Efectos a largo plazo | Uno o varios efectos a largo plazo se transmiten con precisión y claridad.  | Se incluyen los efectos, pero hay algunas imprecisiones.  | No se incluyen los efectos a largo plazo, o la información es en gran medida inexacta.  |  |
| Persuasión | Muestra una gran comprensión del contenido. Escrito con sus propias palabras.  | Muestra una comprensión limitada del contenido o utiliza el trabajo de otras personas.  | Muestra poca comprensión del contenido y utiliza el trabajo de otras personas.  |  |
| Diseño | El trabajo muestra evidencias de planificación y organización.  | El trabajo muestra evidencias limitadas de planificación y organización.  | El trabajo carece de planificación y organización.  |  |
| Apariencia | El trabajo es ordenado y creativo. Es fácil de leer y entender.  | El trabajo muestra un orden y una creatividad limitados. El contenido es comprensible.  | El trabajo carece de orden y creatividad. No es fácil de leer ni de entender.  |  |