



# MónMarató

REVISTA DE LA FUNDACIÓ LA MARATÓ DE TV3 · JUNY 2008 · NÚM. 19

## CONÈIXER I ENTENDRE LES MALALTIES CARDIOVASCULARS

La difusió del coneixement sobre les malalties de què tracta el programa i la realitat de les persones que les pateixen és un dels eixos principals de La Marató de TV3. Per aquest motiu, cada nova edició de La Marató va acompanyada d'una potent campanya de sensibilització social, dirigida especialment a la població jove.

En la campanya del 2007, iniciada el 2 de novembre, 307 professionals mèdics van impartir un total de 2.724 conferències als centres educatius i cívics de Catalunya. Per fer entenedores les explicacions mèdiques de les malalties i recollir el testimoni dels malalts, la Fundació va editar un vídeo com a suport de les conferències, del qual es van distribuir 3.250 còpies.



El Dr. Marrugat durant la sessió de formació als professionals de la salut

## PARTICIPACIÓ SOCIAL

En els 16 anys d'existència, La Marató de TV3 ha traslladat a la població el missatge que cal sumar esforços per contribuir a la investigació científica, actualment l'únic camí per avançar en el guariment de certes malalties. La credibilitat i confiança entre ciutadans, entitats i empreses que desperta aquest projecte es fan paleses amb el renovat èxit en participació i recaptació de cada nova edició del programa.

L'ambient de sensibilització i implicació que envolta La Marató es pot percebre en les poblacions

catalanes durant les setmanes prèvies al programa, a través d'una potent campanya de difusió que posa en marxa la Fundació.

En la passada edició del programa, durant la campanya de difusió es van distribuir 5.150 banderoles per les principals ciutats del país. A més, al conjunt de municipis que s'adhereixen a la campanya penjant pancartes als seus carrers, en aquesta

L'espot de La Marató de TV3 de 2007 guanya el Premi Abat Oliba als valors humans



*L'espot La finestra indiscreta, corresponent a La Marató 2007, ha estat guardonat amb el Premi Abat Oliba als valors humans en els Goliads UAO ICOMI Awards.*

*Un total de 300 alumnes de la Llicenciatura de publicitat i relacions públiques d'aquesta universitat van atorgar el guardó a l'espot realitzat per l'equip de creatius de Bassat Ogilvy, després de valorar les 150 peces presentades per més d'una trentena d'agències de publicitat.*

ocasió es van sumar 94 ajuntaments més a La Marató 2007. I també, per aprovació del Ple de les Juntes de Govern respectives, 34 ajuntaments van fer-hi donatius.

D'altra banda, el món del teatre, representat per companyies i sales d'exhibició, novament va fer públic el seu suport a La Marató amb la lectura d'un manifest d'adhesió la nit abans del programa. I els mitjans de comunicació, tant generals com locals, van fer-hi igualment la seva contribució publicant informació, entrevistes o reportatges destinats a promoure i divulgar La Marató.

Col·laboren amb La Marató de TV3

