



MATERIAS: DESTREZAS LINGÜÍSTICAS, CIENCIAS DE LA NATURALEZA, CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN ARTÍSTICA.

EDAD: 2º - 3º ESO (13 -15 años)

OBJETIVOS DE LAS FICHAS DE TRABAJO

La propuesta didáctica busca que el alumnado reflexione sobre los hábitos de vida saludable y especialmente de la importancia del ejercicio físico para crecer saludablemente.

La propuesta consta de dos partes. **La primera está planteada como una investigación guiada**, con el objetivo de aclarar conceptos clave y disponer de información suficiente sobre la actividad física y sus beneficios. Además, les anima a reflexionar sobre los pros y contras de practicar ejercicio físico, a partir de sus experiencias, con lo que obtendrán argumentos de peso que animen a chicos y chicas como ellos a practicar ejercicio y deporte.

La segunda parte, más creativa, les facilita todos los pasos que necesitan para decidir cómo va a ser su campaña publicitaria y para crear el cartel publicitario, a partir del cual generar la campaña.

La actividad está planteada para trabajar en equipos y en gran grupo. Cada equipo necesitará disponer de un muro colaborativo donde ir anotando la información que recopilen. Os proponemos este [muro colaborativo de PADLET](#) que, si os gusta, tendréis que clonarlo para que cada equipo pueda editar el suyo propio.

Trabajo en equipo

- 1 _ Algunos conceptos clave
- 2 _ Ejercicio sí, ejercicio no. Análisis de pros y contras.
- 3 _ El ejercicio físico no es solo deporte. Folio giratorio
- 4 _ Nuestra campaña publicitaria
- 5 _ Creatividad al poder

1 _ Algunos conceptos clave

Lo primero es tener clara alguna terminología que puede salir en la campaña publicitaria. En este breve [Quiz de Genially](#) se clarifica el concepto de persona sedentaria y activa, y la diferencia entre actividad física, ejercicio físico y deporte.



Según la **Organización Mundial de la Salud**, al menos un 60% de la población mundial no realiza la actividad física necesaria para obtener beneficios para la salud. Esto se debe en parte a que no practican actividad física en su tiempo de ocio y a un aumento de los comportamientos sedentarios durante las actividades laborales y domésticas.

¿Y sabéis qué es lo más llamativo? Las personas que menos actividad física realizan viven en los países desarrollados. ¿Se os ocurre por qué puede ser?

Como os podéis imaginar, esto resulta bastante preocupante, por eso animamos al alumnado a que sean muy creativos y convincentes en su campaña.

2 _ Ejercicio sí, ejercicio no. Análisis de pros y contras

El tipo de actividad física que practica cada persona depende de diferentes factores: los gustos, el tiempo, las ganas de moverse... **Para tener buenos argumentos en vuestra campaña publicitaria, os proponemos que recojáis pros y contras de hacer ejercicio físico.**

Todos tenemos claro que no hace falta ser un deportista de élite para llevar una vida activa, aunque tal vez lo que nos explican algunos de ellos nos puede ayudar a sacar argumentos para incorporar más actividad física en nuestro día a día. En la siguiente [presentación de CANVA](#) pueden ver cómo chicos y chicas como ellos acabaron siendo deportistas de élite.

A continuación, les proponemos participar en la dinámica de grupo “Ejercicio sí, ejercicio no”.

Necesitarán un bolígrafo y una hoja de papel en dos trozos, para cada uno.

Pueden tomarse un par de minutos para, individualmente, anotar una cosa

positiva de practicar ejercicio físico, “Pros”, en uno de los trozos y otra negativa, “Contras”, en el otro trozo.



Recuérdales que las aportaciones que realicen son anónimas. Es importante que sea sinceros y que se sientan libres de expresarse.

Como docente recogerás todos los pros y contras en dos cajitas o bolsas, por separado, y moderarás la actividad.

Se trata de que vayas leyendo en voz alta aquellos pros y contras que consideres relevantes, en cuanto a que dan lugar a la reflexión en el aula y les ayudan a generar argumentos para su campaña publicitaria, en la que, recordamos, tienen que animar a su público objetivo a practicar ejercicio físico.

Por ejemplo, un “Contra” puede ser “No me siento a gusto con mi cuerpo para hacer ejercicio físico al aire libre” o “Me da mucha pereza ponerme, prefiero ocupar el tiempo libre hablando por Instagram”



¿Qué argumentos utilizarán para convencer a estos compañeros o compañeras a que se animen a hacer ejercicio? Lo pueden anotar en un [muro colaborativo de PADLET](#) como este, donde también tenéis algunas ideas inspiradoras que os

pueden ayudar.

Recuerda que tendrás que clonarlo para que cada equipo pueda utilizar el suyo y editarlo.

3 _ Ejercicio físico no es solo deporte. Dinámica folio giratorio

Según nos cuentan estos deportistas, el ejercicio físico no solo son los deportes, la actividad física es cualquier actividad que hace que se acelere nuestro corazón y gastemos energía. Es decir, no

Orientaciones para el docente

hace falta que nos convirtamos en deportistas de élite, podemos llevar una vida activa cambiando algunos de nuestros hábitos diarios.

Para esta actividad os proponemos la dinámica del folio giratorio. Cada equipo divide su folio en dos columnas. Una donde indicar actividades que realizan en el día a día y que suponen ejercicio físico y otra, donde indicar las que no hacen, pero podrían comenzar a realizar.

Por ejemplo:

Subir y bajar escaleras en lugar de coger el ascensor.

Bailar mientras escucho música o veo un videoclip.



Imagen de Memed Nurrohmah en Pixabay

Una vez las tengan, es interesante anotarlas en su muro colaborativo de PADLET, donde recogen toda la información para su campaña publicitaria.

4 _ Nuestra campaña publicitaria



Ahora ya tienen claros algunos conceptos clave relacionados con tener una vida activa, han reflexionado sobre los beneficios del ejercicio físico y tienen muchos argumentos a favor de realizarlo en su mural colaborativo de PADLET.

¡Ahora toca pasar a la primera fase creativa de la campaña publicitaria! En esta [presentación de CANVA](#) les explicamos cómo hacerlo.

5 _ Creatividad al poder

Muy bien, ¡recopilemos y vayamos a la segunda fase creativa!

Ya tienen claro qué es la actividad física y el deporte, y cuáles son los beneficios de practicar ejercicio físico. También qué argumentos ofrecerles a aquellos que les da pereza, no se atreven y todos los motivos que han ido surgiendo en las actividades anteriores.

Además, saben cómo tiene que ser una campaña publicitaria para que sea efectiva, o sea que transmita el mensaje que deseamos: que chicos y chicas como ellos se animen a practicar ejercicio físico.

Ha llegado el momento de poner a funcionar su faceta más creativa, para diseñar un cartel publicitario. Un cartel consta básicamente de una fotografía, dibujo o ilustración y un claim o mensaje para llamar a la acción.

Una vez tengan su cartel, lo pueden aprovechar para otros materiales de comunicación: folletos o flyers, blogs, redes sociales, etc.



Para crear el cartel de su campaña publicitaria vamos a utilizar una estrategia cooperativa que se conoce como 1-2-4.

En esta [presentación de CANVA](#) explicamos cómo organizarse para llevarla a cabo.

¡Adelante equipo creativo!