

Nom _____



La nostra campanya publicitària

A escola, les famílies i inclús el metge insistixen que hem de portar una vida saludable, però què és una vida saludable?

Segons l'Organització Mundial de la Salut, «La salut és un estat de complet benestar físic, mental i social, i no solament l'absència d'afeccions o malalties»

Per tant, podem dir que un **estil de vida saludable** és el conjunt de conductes habituals que configuren la manera de viure per a mantindre un bon estat de salut i benestar. Dins d'estos hàbits per a trobar-nos bé i créixer sans hi ha tots els relacionats amb l'alimentació, el descans, la higiene, el medi ambient, les relacions socials... i, per descomptat, l'exercici físic.

Però tu tot això ja ho saps, veritat?

Vos proposem que vos convertiu en publicistes i dissenyeu una campanya de conscienciació perquè les persones del vostre entorn, xics i xiques com vosaltres, reflexionen sobre el seu estil de vida. L'objectiu serà convèncer-los de portar un estil de vida més saludable.

Per a aconseguir-ho, treballareu en grups de 4 o 5 alumnes i anotareu totes les vostres idees en el mur col·laboratiu de PADLET que voreu més endavant. És interessant que organitzeu grups heterogenis amb gustos diferents, pel que fa a l'activitat física i esport, perquè tots els punts de vista són valuosos.

Preparats i preparades per a la campanya publicitària?

Nom _____

Treball en equip

- 1 _ Alguns conceptes clau
- 2 _ Exercici sí, exercici no. Anàlisi de pros i contres.
- 3 _ L'exercici físic no és només esport. Full giratori
- 4 _ La nostra campanya publicitària
- 5 _ Creativitat al poder

1 _ Alguns conceptes clau

El primer és tindre clara la terminologia que pot eixir en la vostra campanya publicitària. Sabeu la diferència entre persona activa i sedentària? O quina diferència hi ha entre l'activitat física i l'exercici físic?

No patiu, amb este [Quiz de Genially](#) breu resoldreu estos dubtes.



Segons l'**Organització Mundial de la Salut**, almenys un 60% de la població mundial no fa l'activitat física necessària per a obtindre beneficis per a la salut. Això es deu, en part, al fet que no practiquen activitat física en el temps d'oci i a un augment dels comportaments sedentaris durant les activitats laborals i domèstiques.

I sabeu què és el més cridaner? Les persones que menys activitat física fan viuen als països desenvolupats. Per què penseu que pot ser?

Nom _____

Com podeu imaginar, això resulta bastant preocupant, per això necessitem la vostra ajuda, necessitem que sigueu molt creatius i convincents en la campanya.

2 _ Exercici sí, exercici no. Anàlisi de pros i contres

El tipus d'activitat física que practica cada persona depèn de diferents factors: els gustos, el temps, les ganes de moure's... **Per a tindre bons arguments en la vostra campanya publicitària, vos proposem que recolliu pros i contres de fer exercici físic.**

Tots tenim clar que no cal ser un esportista d'elit per a portar una vida activa, encara que potser el que ens expliquen alguns d'ells ens pot ajudar a traure arguments per a incorporar més activitat física en el dia a dia. En la [presentació de CANVA](#) següent podeu veure com xics i xiques com vosaltres van acabar sent esportistes d'elit.



A continuació, vos proposem participar en la dinàmica de grup “Exercici sí, exercici no”.

Necessitareu un bolígraf i un full de paper en dos trossos per a cada u.

Dediqueu un parell de minuts per a, individualment, anotar una cosa positiva de practicar exercici físic: “Pros”, en un dels trossos, i una altra de negativa, “Contres”, en l'altre tros.

Nom _____

No vos preocupeu, les aportacions que fareu seran anònimes. Sentiu-vos lliures de dir el que penseu. A mesura que aneu acabant, deixeu-los en les caixes que el docent ha preparat amb esta finalitat.

A continuació, cal que prengueu nota de les aportacions més significatives que vaja llegint el docent de les caixes i, per equips, que penseu en els arguments per a capgirar els “Contres”.

Per exemple, un “Contra” pot ser “No em sent a gust amb el meu cos per a fer exercici a l’aire lliure” o “Em fa mandra fer-ne, preferisc ocupar el temps lliure parlant per Instagram”



Quins arguments faríeu servir per a convèncer estos companys o companyes perquè s'animen a fer exercici? Ho podeu anotar en un [mur col·laboratiu de PADLET](#) com este, en què també teniu algunes idees inspiradores que vos poden ajudar.

El docent vos facilitarà l'enllaç per a poder treballar-hi.

3 _ L'exercici físic no és només esport. Dinàmica full giratori

Segons ens expliquen estos esportistes, l'exercici físic no són només els esports, l'activitat física és qualsevol activitat que fa que el cor s'accelere i que gastem energia. És a dir, no cal que ens convertim en esportistes d'elit, podem portar una vida activa canviant alguns dels hàbits diaris.

Nom _____

Per a esta activitat vos proposem la dinàmica del full giratori. Dividiu un full en dos columnes. Una, en què indicareu activitats que feu en el dia a dia i que suposen exercici físic, i una altra, en què indicareu les que no feu, però que podríeu començar a fer.

Per exemple:

Pujar i baixar escales en comptes d'agafar l'ascensor.

Ballar mentre escolte música o veig un videoclip.



Imatge de Memed Nurrohmadi en Pixabay

Quan les tingueu, anoteu-les en el mur col·laboratiu de PADLET, en el qual arreplegareu tota la informació per a la campanya publicitària.

4 _ La nostra campanya publicitària



Bé, ja teniu clars alguns conceptes clau relacionats amb el fet de tindre una vida activa, heu reflexionat sobre els beneficis de l'exercici físic i teniu molts arguments a favor de fer-ho en el vostre mural col·laboratiu de PADLET.

Ara toca passar a la primera fase creativa de la vostra campanya

publicitària! En esta [presentació de CANVA](#) vos expliquem com podeu fer-la.

Nom _____

5 _ Creativitat al poder

Molt bé, recopilem i passem a la segona fase creativa!

Ja teniu clar què és l'activitat física i l'esport, i quins són els beneficis de practicar exercici físic. També, quins arguments podem oferir a aquells a qui els fa mandra, no s'atreixen i tots els motius que han anat eixint en les activitats anteriors.

A més, sabeu com ha de ser una campanya publicitària perquè siga efectiva, és a dir, que transmeta el missatge que volem: que xics i xiques com vosaltres s'animen a practicar exercici físic.

Ha arribat el moment de posar a funcionar la vostra faceta més creativa per a dissenyar un cartell publicitari. Un cartell consta bàsicament d'una fotografia, dibuix o il·lustració i un eslògan o missatge per a cridar a l'acció.

Quan tingueu el cartell, el podeu aprofitar per a altres materials de comunicació: fullets, blogs, xarxes socials, etc.



HÀBITS DE VIDA SALUDABLE: L'ACTIVITAT FÍSICA
La nostra campanya publicitària

CREATIVITAT AI PODER!

Per a crear el cartell de la vostra campanya publicitària utilitzem l'estratègia cooperativa de 1-2-4.

- 1- Esbós individual:** Dissenyeu en un foli un cartell que us agradaria fer amb el vostre equip.
- 2- Treballem en parelles:** Compartiu en parelles el vostre esbós.
- 4- Treball en grup:** Poseu en comú totes les propostes i dissenyeu el cartell final.

Podeu utilitzar diferents tècniques: fotografia, collage, dibuix, estampació...

Per a digitalitzar-ho us proposem utilitzar Canva per a fer el muntatge final.



Per a crear el cartell de la vostra campanya publicitària farem servir una estratègia cooperativa que es coneix com a 1-2-4.

En esta [presentació de CANVA](#) expliquem com vos podeu organitzar per a dur-la

a terme.

Avant, equip creatiu!