



**MATÈRIES** DESTRESSES  
LINGÜÍSTIQUES, CIÈNCIES DE LA  
NATURALES, CIÈNCIES SOCIALS,  
EDUCACIÓ ARTÍSTICA

**EDAT: 2n - 3r ESO (13-15 anys)**

#### OBJECTIUS DE LES FITXES DE TREBALL

La proposta didàctica pretén que l'alumnat reflexione sobre els hàbits de vida saludable i especialment de la importància de l'exercici físic per a créixer saludablement.

La proposta consta de dos parts. **La primera està plantejada com una investigació guiada**, amb l'objectiu d'aclarir conceptes clau i disposar d'informació suficient sobre l'activitat física i els beneficis que té. A més, els anima a reflexionar sobre els pros i contres de practicar exercici físic a partir de les seues experiències, i així obtindran arguments de pes que animen xics i xiques com ells a practicar exercici i esport.

**La segona part, més creativa**, els facilita tots els passos que necessiten per a decidir com serà la campanya publicitària i per a crear el cartell publicitari a partir del qual generaran la campanya.

**L'activitat està plantejada per a treballar en equips i en grup gran.** Cada equip necessitarà tindre un mur col·laboratiu on anar anotant la informació que recopilen. Vos proposem este [mur col·laboratiu de PADLET](#) que, si vos agrada, haureu de clonar perquè cada equip pugua editar el seu propi.

### 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 campanya publicitària. En este breu [Quiz de Genially](#) s'aclarix el concepte de persona sedentària i activa, i la diferència entre activitat física, exercici físic i esport.



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?**

Com podeu imaginar, això resulta bastant preocupant, per això animem l'alumnat perquè siguin 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 vore com xics i xiques com ells van acabar sent esportistes d'elit.

**A continuació, els proposem participar en la dinàmica de grup "Exercici sí, exercici no".**

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

Es poden dedicar 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.



## Orientacions per al docent

**Recorda'ls que les aportacions que facen són anònimes. És important que siguin sincers i que se senten lliures d'expressar-se.**

Com a docent, recolliràs tots els pros i contres en dos caixetes o bosses per separat i moderaràs l'activitat.

Es tracta que vages llegint en veu alta els pros i contres que consideres rellevants perquè donen lloc a la reflexió a l'aula i els ajuden a generar arguments per a la seua campanya publicitària en la qual, recordem, han d'animar el seu públic objectiu a practicar exercici físic.

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

Recorda que hauràs de clonar-lo perquè cada equip pugua fer el seu i editar-lo.

### 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.

Per a esta activitat vos proposem la dinàmica del full giratori. Cada equip dividix el full en dos columnes. Una en què indicaran activitats que fan en el dia a dia i que suposen exercici físic, i una altra en què indicaran les que no fan, però que podrien començar a fer.



Imatge de Memed\_Nurrohmadi en Pixabay

Per exemple:

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

Ballar mentre escolte música o veig un videoclip.

Quan les tinguen, és interessant que les anoten en el seu mur col·laboratiu de PADLET, en el qual arrepleguen tota la informació per a la campanya publicitària.

### 4 \_ La nostra campanya publicitària



Ara toca passar a la primera fase creativa de la campanya publicitària! En esta [presentació de CANVA](#) els expliquem com poden fer-la.

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

## 5 \_ Creativitat al poder

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

Ja tenen 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, saben com ha de ser una campanya publicitària perquè siga efectiva, és a dir, que transmeta el missatge que volem: que xics i xiques com ells s'animen a practicar exercici físic.

**Ha arribat el moment de posar a funcionar la seua 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 tinguen el cartell, el poden aprofitar per a altres materials de comunicació: fullets, blogs, xarxes socials, etc.



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

En esta [presentació de CANVA](#) expliquem com es poden organitzar per a dur-la a terme.

**Avant, equip creatiu!**