

TERCERA FASE: presentación y difusión de la campaña realizada

Para mayor información 927532709. Centro Municipal de Servicios Sociales

CAMPAÑA DE PUBLICITARIA “Jóvenes y Ocio”



AYUNTAMIENTO DE
Navalmoral de la Mata

Introducción:

La publicidad influye en los comportamientos de las personas, llegando incluso a modificar conductas en la población, especialmente en los más jóvenes. Es por ello que hemos decidido plantear un trabajo coordinado con la población juvenil con el objetivo de analizar las distintas campañas sobre la prevención de consumo de drogas que se están llevando a cabo desde las distintas instituciones incluida la nuestra como Ayuntamiento, y ver qué mensaje está quedando en los mismos de tal forma que podamos elaborar una campaña preventiva que cuyo impacto en la población objeto tenga mayor eficacia.

Objetivo: Crear una campaña publicitaria preventiva desde el punto de vista juvenil.

Dirigido: alumnos de 3º de E.S.O.

Metodología y Contenidos:

El proyecto está estructurado en tres fases:

1. PRIMERA FASE:

- **Captación de alumnos interesados** en la participación en esta actividad.

Impartición de un taller preventivo en todos los centros de secundaria(3º E.S.O) en el cual se analizarán las distintas campañas publicitarias dirigidas a la prevención del consumo de drogas, valorando el efecto de la publicidad en sí y efecto que tienen sobre la población juvenil. Se les realizará una encuesta que valore sus conocimientos, posteriormente se valorará el conocimiento y trabajo de las distintas campañas y aportación de ideas para la elaboración de la campaña preventiva, que se unirán a las ya prefijadas y basadas en un estudio de salud de la población joven y conclusiones sobre las V Jornadas Regionales sobre adolescentes, drogas, ocio y tiempo libre, para la elaboración posterior de un anuncio de carácter preventivo.

Preselección de los actores para campaña preventiva.

2. **SEGUNDA FASE:** en la que se elaborará una campaña preventiva, siendo los propios jóvenes los actores. La idea es hacer un “make in off” sobre el anuncio, el anuncio propiamente dicho que tendrá la categoría de campaña o “corto” y una exposición itinerante basada en láminas preventivas .
 - Se llevará a cabo en 1 o 2 sábados(horario de mañana)

