



MEDIASET *españa.*



Madrid, 16 de abril de 2018

12 Meses y Pro CNIC se unen a Obra Social “la Caixa” para llevar ‘La tribu del corazón’ a los colegios de toda España

- La colaboración entre estas instituciones permitirá compartir con más de 200.000 docentes y entidades de ámbito escolar material didáctico sobre la adopción de hábitos saludables
- En esta nueva fase, ‘La tribu del corazón’ estrenará un nuevo spot institucional, incluirá contenidos extras en su web y pondrá en marcha el concurso ‘Baila con la tribu’
- La iniciativa de prevención de salud cardiovascular realizada por Mediaset España refuerza su mensaje hacia el público infantil, el mayor vector de cambio entre los adultos y el sector en el que la prevención tiene mayor vigencia

‘La tribu del corazón’ suma nuevos miembros. Tras un primer desarrollo dirigido al público general, las mujeres y los niños, **la campaña de sensibilización y prevención de enfermedades cardiovasculares realizada por 12 Meses y la fundación Pro CNIC se ha propuesto llegar a las comunidades educativas españolas y para ello cuenta con la colaboración de Obra Social “la Caixa”,** entidad comprometida con la igualdad de oportunidades, la educación de calidad, la reflexión social y la investigación biomédica de excelencia en materia de salud.

La colaboración entre estas instituciones cristaliza en un **nuevo spot de ‘La tribu del corazón’, dirigido a favorecer la participación en el concurso infantil ‘Baila con la tribu’, y la creación en la web de la campaña de un contenido específico llamado ‘Aprende jugando’,** una actividad lúdica que relaciona estados sensoriales con los diferentes ritmos cardíacos. Al igual que desde su inicio, **la campaña cuenta con el avala en la parte científica de Valentín Fuster,** director general del Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares Carlos III (CNIC), **y con la participación de Ana Rosa Quintana y Joaquín Prat** como prescriptores; **Eduarne,** intérprete de los temas musicales que la articulan, y del ilustrador **Alfonso Casas,** que traslada en imágenes los principales mensajes de la iniciativa.

Nuevo spot institucional: bailar para vivir más y mejor

El último anuncio de ‘La tribu del corazón’ comenzará a emitirse hoy en todos los canales de Mediaset España con el objetivo de animar a la participación en el concurso ‘Baila con la tribu’. **El spot mantiene la esencia de su primera edición, marcada por los**

ritmos africanos, la coreografía de la bailarina y activista social Erina Sanders y la voz de la cantante norteamericana Erin Corine. Dirigido a los niños, el anuncio refuerza uno de los mensajes clave de la campaña: la actividad física protege el corazón, y un corazón en forma nos ayuda a vivir más y mejor.

Letra del spot institucional

“Hao, baila con la tribu.

Practicando este baile, tu corazón se hace más fuerte.

Entra en la web latribudelcorazon.com,

Aprende la coreografía y participa en nuestro concurso.

Hao, ¿quiénes somos?

Somos La tribu del corazón”.

‘Baila con la tribu’, un concurso con corazón

Tras el altísimo impacto de ‘Valientes’, campaña de 12 Meses convertida ya en el referente contra el acoso escolar gracias a su rap, **‘La tribu del corazón’ vuelve a hacer de la música su principal aliado**. Para ello, creó primero ‘La danza de la tribu del corazón’, una coreografía pensada para ser compartida por todos, **y ha desarrollado ahora el concurso ‘Baila con la tribu’ dirigido a los niños, su entorno familiar, colegios, AMPAS, y, en general, todo el ámbito educativo.**

El certamen estará activo en www.latribudelcorazon.com/concurso desde hoy hasta el 24 de mayo. Para participar, **los niños tienen que reunirse con sus respectivas “tribus”** (familiares, amigos o compañeros), **grabar la coreografía y subirla a las redes sociales**. Desde Facebook, los padres y docentes podrán cargar los vídeos a través de la plataforma Easy Promos; en Instagram y Twitter, se subirán desde los distintos perfiles públicos con el *hashtag* #BailaConLaTribu. **Las dos coreografías que tengan más likes de cada red social serán los ganadores del concurso, que obtendrán como premio un kit de hábitos saludables de EduCaixa** formado por cuentos, juegos y otra serie de elementos visuales **creado con la colaboración del programa de Salud Integral de la Fundación SHE**, presidida por Valentín Fuster e implantado en una treintena de colegios e institutos españoles. **Los ganadores del concurso también recibirán otro kit de ‘La tribu del corazón’ compuesto por los elementos más significativos de la campaña, como un corazón “secreto” en el que depositar pequeños retos para lograr una vida más saludable.**

Aprender jugando con EduCaixa y ‘La tribu del corazón’

Además del concurso ‘Baila con la tribu’, la web de ‘La tribu del corazón’ incluye el juego interactivo **‘Busca a Cardio en el cole’, una actividad para trabajar las emociones y el lenguaje corporal y reconocer cómo se expresan en los diferentes ritmos cardiacos**. Para ello, el juego propone buscar a Cardio, identificar su estado anímico en función de sus manifestaciones físicas y asociarlo a un latido, del ritmo relajado, al cansado, estresado, activo o saciado, cinco ritmos que forman la “música” del corazón.