



Madrid, 11 de marzo de 2022

Mediaset lanza una nueva edición de la campaña de 12 Meses 'Jugar es un asunto muy serio' centrada en el bienestar emocional de la infancia

12 Meses estrena hoy un spot en todos sus canales de televisión, soportes digitales y redes sociales, con un mensaje de sensibilización que anima a que los niños y niñas activen el escudo protector que otorga el juego y con él, sean capaces de expresar y compartir sus emociones, mejorando así sus relaciones afectivas.

La campaña, creada en colaboración con la Fundación Crecer Jugando, cuenta con una canción interpretada por *Billie Green*, el protagonista del espectáculo musical 'Boing Planet', artista al que da vida el cantante Bruno Alvéz.

Mediaset España ratifica con esta campaña su adhesión al 'Día del Niño y de la Niña' para comprender y conocer sus necesidades, dar voz a sus preocupaciones y visibilizar su papel en la sociedad.

La pandemia ha afectado a nivel emocional a un elevado porcentaje de la población, entre ellos los más pequeños. Los **problemas de salud mental en la infancia** se han triplicado desde la llegada a nuestro país del coronavirus, motivo por el cual Mediaset España lanza hoy con la colaboración de la **Fundación Crecer Jugando** la **tercera edición de la campaña de 12 Meses 'Jugar es un asunto muy serio'**, esta vez centrada en el bienestar emocional de los menores en España.

Primero fue la **importancia del juego** como parte esencial del desarrollo del ser humano; después la conmemoración del primer aniversario en que los menores en nuestro país pudieron volver a salir a la calle tras los 42 días de confinamiento absoluto y ahora, este nuevo desarrollo de la campaña de 12 Meses se zambulle en la **protección de la salud mental de los niños a través del juego** tras todos estos meses de cambios, incertidumbre, miedos y aislamiento. Una campaña avalada por diversos estudios que demuestran que el juego mejora el equilibrio emocional infantil, convirtiéndolo en un escudo protector ante la inquietud, el cansancio y el desconcierto provocados por esta situación.

El juego, escudo protector de la infancia para el bienestar emocional

12 Meses lanza un mensaje de sensibilización a través de un spot que desde hoy emitirá en todos sus canales de televisión, soportes digitales y redes sociales, para que los niños y niñas activen ese escudo protector que les otorga el juego y con él, sean capaces de expresar y compartir sus emociones, mejorando así sus relaciones afectivas.

Para llegar con el mensaje al público infantil, la campaña cuenta con una creatividad en la que se suceden una serie de **ilustraciones alegres y coloridas** y en la que la música tiene un papel esencial con el fin de captar la atención de los más pequeños.

La **canción**, creada para la ocasión en colaboración con la productora Wuaynot e interpretado por **Billie Green**, el protagonista del espectáculo musical **'Boing Planet'**, artista al que da vida el cantante **Bruno Alvé**s, exconcurante de 'Operación Triunfo', anima a los niños a activar su propio escudo protector a través del juego: *"estás apagado, agotado, muy cansado. Jugar es mi escudo protector. En familia, con amigos, con quien quieras, como quieras. El poder está en tu mano, no lo dudes, echa un rato. Vive el momento, siente la fuerza, da rienda suelta a tu imaginación"*.

Mediaset España ratifica su adhesión al Manifiesto del 'Día del Niño y de la Niña'

La Fundación Crecer Jugando, la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes y diversas entidades, entre ellas Mediaset España, vuelven a sumar esfuerzos por la conmemoración del **'Día del Niño y de la Niña'** para poner en valor a la infancia, destacando el comportamiento ejemplar y la capacidad de adaptación que mantienen los niños y niñas ante situaciones excepcionales desde que empezó la pandemia.

Por ello, esta efeméride tiene como objetivo dedicar una jornada a los más pequeños, para comprender y conocer sus necesidades, sus ilusiones o sus miedos, para darle voz a sus preocupaciones y visibilizar su papel en la sociedad. Una fecha para que las familias recuerden la necesidad de crecer con el juego, la lectura y actividades lúdicas, culturales o deportivas que fomentan su imaginación y su bienestar como parte esencial de la infancia, ya que, a través de ellas, descubren el mundo, aprenden sus reglas e impulsan su creatividad desde un entorno estimulante y feliz.

Con la adhesión a este Manifiesto, Mediaset España conmemora la fecha en la que los más pequeños pudieron salir a la calle a jugar después de 42 días de confinamiento, durante el que reinventaron su día a día para adaptarse a una nueva realidad.

12 Meses, con el bienestar y los derechos de la infancia

El proyecto de comunicación social de Mediaset España pone así de nuevo el foco en el bienestar y los derechos de la infancia, entre ellos el derecho a jugar, tras anteriores campañas dedicadas a los más pequeños, como las desarrolladas en 2021, 2020 y 2019 en pro del juego tradicional con **'Jugueteamos'** y **'Jugar es un asunto muy serio'** o la campaña llevada a cabo el año pasado y el anterior para el reciclaje y la donación de juguetes en **'Comparte y Recicla'**, con el reparto de juguetes durante las dos pasadas Navidades entre niños en riesgo de exclusión social.

Anteriormente, 12 Meses ha centrado sus esfuerzos en luchar contra el acoso escolar con **'Se buscan valientes'**, una campaña de larga duración dentro del proyecto que recibió el aplauso unánime de la sociedad. En temas de sensibilización sobre hábitos saludables entre los niños, dentro de **'La tribu del corazón'**, 12 Meses dedicó un desarrollo de campaña específico a la salud cardiovascular pediátrica y ha destinado recursos para sensibilizar sobre asuntos como la dislexia en **'Unidos por la dislexia'**.

Más información: <https://www.mediaset.es/12meses/>

Twitter: @12_meses

Instagram: @12_meses

Facebook: @12meses