



Madrid, 5 de abril de 2023

## Mediaset España lanza una nueva edición de la campaña de 12 Meses 'Jugar es un asunto muy serio', sumándose por tercer año a la celebración del Día del Niño

**Boing, el canal temático líder infantil, estrena hoy un spot que el próximo 26 de abril, Día del Niño y de la Niña, ofrecerán todos los canales del grupo, en el que se destaca la importancia del juego en la infancia para conectar con las emociones, potenciar la creatividad y la imaginación y despertar la inteligencia de los más pequeños.**

**La campaña, creada en colaboración con la Fundación Crecer Jugando, integra ilustraciones con un tema musical interpretado por el artista Bruno Álvés.**

**Mediaset España ratifica con esta nueva campaña de 12 Meses la adhesión a esta efeméride para visibilizar las necesidades de los niños y su papel fundamental en la sociedad.**

Mediaset España pone en marcha hoy, con la colaboración de la **Fundación Crecer Jugando**, la **cuarta edición de la campaña de 12 Meses 'Jugar es un asunto muy serio'** para **poner en valor los beneficios del juego** entre los más pequeños, destacando que tanto a través de la interacción entre niños como a través del juego individual, conectan con sus propias emociones, potencian su creatividad e imaginación, despiertan su inteligencia y ensayan habilidades de todo tipo.

Para llegar con el mensaje al público infantil, la campaña se apoya de nuevo en 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 a través de una **canción** interpretada por **Bruno Álvés**, exconcurante de 'Operación Triunfo', en la que 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"*.

La campaña de 12 Meses, creada en el año 2019, justo antes de la pandemia mundial provocada por el coronavirus, nació con el fin de potenciar la **importancia del juego** como parte esencial del desarrollo del ser humano, un objetivo que se adaptó en su segunda edición en plena pandemia y que en 2021 conmemoraba el aniversario en que los menores, grandes héroes por su ejemplar comportamiento durante las semanas de confinamiento, pudieron volver a salir a la calle tras 42 días en sus casas. Los efectos de esa etapa, con el cierre de colegios, parques, ludotecas, cines y lugares públicos de ocio infantil, desencadenó que 12 Meses centrara el pasado año el foco de la campaña en la **protección de la salud mental**

**de los niños** a través del juego tras todos esos meses de cambios, incertidumbre, miedos y aislamiento.

## **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, volverán asimismo 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 ante situaciones excepcionales desde que empezó la pandemia.

Esta efeméride, que se celebra el 26 de abril, tiene como objetivo dedicar la 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.

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

El proyecto de comunicación social de Mediaset España pone un año más el foco en el bienestar y los derechos de la infancia, tras anteriores campañas dedicadas a los más pequeños, como las desarrolladas en 2022, 2021, 2020 y 2019 en pro del juego tradicional con '**Jugueteamos**' y '**Jugar es un asunto muy serio**' o las campañas de 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 también ha centrado sus esfuerzos en otras iniciativas relacionadas con la infancia como 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; sensibilización sobre hábitos saludables, dentro de la campaña '**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