

Campaña Nacional: "Cuerpo Presente: Aprendo para Cuidarte"

Objetivo Central: Concientizar a familias y cuidadores sobre el impacto del entorno digital en el neurodesarrollo, la importancia de retrasar la entrega del primer celular y el valor insustituible de la presencia física y el diálogo para prevenir el uso problemático.

Concepto y Mensaje Principal: Desmitificar que los menores "ya nacen sabiendo" y posicionar a la persona adulta como el ancla afectiva.

El mensaje rector será: ***"Puede que no sepa todo sobre tecnología, pero voy a aprender para cuidarte. Tu cerebro está en desarrollo y me necesitas presente"***.

Estructura de la campaña para medios masivos (radio, TV, prensa, medios digitales):

Ejes de Comunicación de la Campaña

A. El cerebro en desarrollo y la imposibilidad de autorregulación: Mensaje claro, científico pero accesible. Hay que explicar que en la primera infancia (0 a 3 años), el cerebro necesita estímulos del mundo real y tridimensional para su desarrollo óptimo, por lo que la recomendación debería ser "pantalla cero".

En la adolescencia, el mensaje debería enfocarse en que la corteza prefrontal (encargada del control de impulsos) madura más lento que el sistema límbico (encargado de la búsqueda de recompensas). Esto los hace biológicamente vulnerables al diseño persuasivo de las plataformas, que generan descargas de dopamina constantes. Por ende, **los niños y adolescentes no pueden autorregularse solos; es una cuestión biológica, no de falta de voluntad.**

B. Retrasar la entrega del primer celular: Se debe promover la idea de que postergar el acceso a un dispositivo propio disminuye drásticamente los riesgos de exposición a contenidos inadecuados, ciberacoso y dependencia. La mejor preparación para el uso de un celular no es dárselo antes para que "aprenda a usarlo", sino fomentar el pensamiento crítico, la empatía y la comunicación en el hogar.

C. "Que aparezca el cuerpo de los adultos referentes" y el combate a la tecnoferencia: La campaña debe atacar el fenómeno de la "tecnoferencia" o *phubbing*, que es cuando los dispositivos de los padres interfieren en la interacción con sus hijos, generando en ellos la sensación de ser ignorados o menos importantes que una pantalla. Es vital recuperar las zonas libres de pantallas (como la mesa familiar o el dormitorio) para reconectar con los sentidos, el diálogo cara a cara y la percepción de las emociones corporales.

D. El rol adulto: "Aprendo para cuidarte": Debemos desarmar el "mito del nativo digital", que hace creer a los padres que, como los chicos saben usar las pantallas, están a salvo. El adulto debe asumir su lugar: no importa si no domina el último videojuego, su rol es poner límites, preguntar "cómo estás" y guiar.

Despliegue en Medios Masivos

Televisión (Spots emocionales y de impacto):

El Spot "La Mirada": Una escena cotidiana donde un adolescente intenta contarle algo importante a su madre, pero ella mira el celular (mostrando el impacto del *phubbing* y la pregunta silenciosa "¿amas más a tu teléfono que a mí?"). De pronto, ella bloquea la pantalla, levanta la vista y lo mira a los ojos. Locución en off: *"Para prepararlos para el mundo digital, primero necesitan que estemos aquí. Que aparezca el cuerpo, la mirada y el diálogo. Puede que no sepas de redes, pero podés decir: 'No sé, pero voy a aprender para cuidarte'."*

El Spot "El Cerebro": Una animación 3D del cerebro de un niño y luego de un adolescente, mostrando cómo se ilumina con las notificaciones. Se explica gráficamente que hasta los 25 años el cerebro es inmaduro y no puede frenar el impulso. Cierra con el mensaje: *"Retrasá la entrega del primer celular. Su cerebro aún no está listo. Tu acompañamiento es su mejor escudo"*.

Radio (Cápsulas de concientización y consejos diarios):

Cápsula 1 (Primera infancia): "¿Sabías que antes de los 3 años el cerebro de tu hijo necesita tocar, mirar y moverse en el mundo real? Las pantallas apagan ese desarrollo. La recomendación es Pantalla Cero. Volvamos a jugar en el piso".

Cápsula 2 (Adolescencia): "Los adolescentes no paran de scrollar' porque no quieren. Las aplicaciones están diseñadas para atrapar su atención liberando dopamina, y su cerebro aún no sabe poner el freno. Ayudalo a desconectar. Hablá con él. Preguntale cómo está. Aprendé para cuidarlo".

Prensa Escrita, Diarios y Portales Web (Infografías y Guías prácticas):

"El Plan Digital Familiar": Gráficos a página completa en los diarios del domingo mostrando cómo crear "Zonas Libres de Pantallas" (sin celulares en la mesa ni en el cuarto antes de dormir).

"No son Nativos Digitales": Un artículo detallando por qué el celular no es un "chupete electrónico" ni una niñera, explicando la importancia de que el adulto asuma el control tecnológico de la casa bajo el lema de la campaña.