DIARIO EL LECTOR
MAULE SUR INFORMANDO
Fecha: 05/08/2025 Audiencia: 0 Sección: NACIONAL
Vpe: $393.882 Tirada: 0 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $449.820 Difusión: 0
Vpe portada: $449.820 Ocupación: 87,56%

A nivel nacional:

"Mi Primera Vez": Fundación Viento Sur y su plataforma Cuidemos la Infancia lanzan esta campaña para alertar sobre el uso temprano de pantallas en la infancia

Comienza agosto, un mes tradicionalmente dedicado a celebrar a los niños y niñas. En este contexto, Fundación Viento Sur, a través de su plataforma Cuidemos la Infancia, lanza la campaña "Mi Primera Vez", una iniciativa que busca visibilizar los efectos del uso excesivo y precoz de pantallas en la infancia, e impulsar una reflexión profunda sobre el rol que deben asumir los adultos en este fenómeno.

La campaña pone énfasis en la necesidad de acompañar de forma activa, afectiva y consciente el ingreso de niños y niñas al mundo digital, entregando herramientas concretas a madres, padres y cuidadores para promover hábitos saludables desde las primeras etapas del desarrollo.

Con el mensaje central "No aprendió esto de ti, lo aprendió en internet", la campaña pone el foco en una problemática creciente: el acceso a celulares, tablets con internet y videojuegos a edades cada vez más tempranas, muchas veces sin supervisión ni contexto adecuados. El objetivo es simple, pero urgente: que las primeras experiencias de nuestros niños no sean frente a una pantalla, sino junto a sus adultos significativos.

"La infancia se vive solo una vez, y cada momento que se pierde frente a una pantalla no se recupera. Esta campaña no busca demonizar la tecnología, sino invitar a las familias a reconectar con lo esencial: el juego, la presencia, el vínculo. Porque ningún dispositivo puede reemplazar la mirada, la atención ni el cariño de un adulto", señala Lucy Ana Avilés, presidenta del directorio de Fundación Viento Sur.

Idea original

El concepto general de esta campaña nació de una propuesta de alumnos de publicidad de la Universidad del Desarrollo, Amaru Arenas y Maximiliano Sanz.

"Participamos en un festival de publicidad que organiza la UDD, llamado "La Pieza", el cual es internacional y con fines sociales. Este tiene el propósito, crear una campaña para solucionar de manera creativa una problemática", comenta Maximiliano Sanz.

"Nosotros elegimos "Hipertensión Informática", que trata sobre la saturación de estímulos digitales que existe actualmente. Quisimos abordarla desde la raíz y por eso la enfocamos en los niños. Ahí nos dimos cuenta de que en realidad el problema no eran ellos, sino los padres, quienes les daban un acceso temprano a este mundo", agrega Amaru Arenas.

Y es que el 67% de niños entre 5 y 12 años tiene su propio celular o Tablet. (UNICEF, 2023) y el tiempo promedio frente a pantallas en este grupo, supera las 4 horas diarias (Subtel, 2022).

"A esto se suma que los niños están teniendo su 'primera vez digital' en soledad, sin orientación ni límites. Como sociedad, tenemos el deber de acompañar mejor esos momentos. Educar en la era digital es un desafío enorme, pero posible si ponemos el foco en las habilidades parentales y en el tiempo compartido", agrega Lucy Ana Avilés.

Una campaña para informar, no para culpar

"Queremos que esta campaña conecte con el amor, no con la culpa. Celebrar a los niños también es decirles 'sí al juego, sí al movimiento, sí al cuidado.' Y eso parte por nosotros, los adultos", concluye Avilés.