Nelson, «el bebé de WhatsApp», recuerda a las madres y los padres de Brasil la importancia del cuidado proactivo

Para dar a los mensajes un toque de humor, se trata a las personas adultas como «ex bebés»

Mariana Luz
CEO
Fundación Maria Cecilia Souto Vidigal
São Paulo (Brasil)

¿Cuántas personas saben que hacer ejercicio con regularidad contribuye a mejorar la salud psicofísica? Y, sin embargo, ¿cuántas siguen este consejo? Las ciencias del comportamiento demuestran que conocer la teoría no basta para ponerla en práctica. Lo mismo ocurre con la crianza. En la Fundación Maria Cecilia Souto Vidigal, hemos creado una campaña eficaz, sencilla y escalable, para recordar a la gente que adopte con las niñas y los niños pequeños los comportamientos que ya sabe que son positivos. Como rostro de la campaña, hemos ideado un personaje virtual: un bebé llamado *Nelson Neto* (Nelson, el bebé) o *Nenê do Zap* (el bebé de WhatsApp).

Con su contenido online, Nelson fomenta prácticas de cuidado relacionadas con los cinco ámbitos del Marco para el cuidado cariñoso y sensible para el desarrollo en la primera infancia, creado por la Organización Mundial de la Salud, UNICEF y el Banco Mundial: salud, nutrición, atención receptiva, seguridad y oportunidades de interacción durante la primera infancia.

Nuestra estrategia para compartir conocimientos e influir en los comportamientos de los padres y las madres se basa en el trabajo del economista Richard Thaler, uno de los autores del libro *Nudge* (Thaler y Sunstein, 2008), y del psicólogo Daniel Kahneman, que ha escrito *Thinking, Fast and Slow* (2011). Por

ejemplo, Nelson usa un tono ligero con un toque cómico, pues se ha observado que la gente asimila mejor los mensajes si está de buen humor. Tratamos de no generar sentimiento de culpa, porque los mensajes que se perciben como críticas provocan rechazo.

Los expertos en ciencias del comportamiento como Thaler y Kahneman han demostrado que los cambios de comportamiento llevan tiempo y se deben realizar poco a poco, con constancia y visión a largo plazo. Para determinar la frecuencia de las publicaciones de Nelson, tuvimos en cuenta lo importante que es la constancia en las intervenciones.

Quién y qué es Nelson, el bebé

Nelson apareció por primera vez en WhatsApp, la principal plataforma de comunicación de Brasil, el 4 de marzo de 2020, justo antes de que estallara la pandemia. Ahora envía sus mensajes a unas 2000 personas a la semana por WhatsApp y también está presente en otras redes sociales: tiene más de 24 000 seguidores en Instagram y 38 000 en Facebook; en total, sus contenidos llegan a más de 6 millones de personas al mes. Si busca @nelsononene en las redes sociales, verá que es un bebé muy comunicativo de pelo rizado, ojos expresivos y cara redondita. Nelson es negro, como el 75 % de las familias a las que se dirige la campaña.

Publicamos contenidos a diario para fomentar la concienciación sobre la importancia de la primera infancia. Con un toque de humor, Nelson recuerda a los padres y las madres que hagan lo que ya saben que deberían hacer. Por ejemplo, se dirige a ellos como «ex bebés» (*ex-nenês*), para que no se olviden de que tiempo atrás fueron bebés. A continuación, traducimos un mensaje en que Nelson recuerda lo importante que es hablar a los bebés:

> *Las palabras, los besos y los mimos son tan importantes como la comida y el descanso. Si una persona adulta nos acompaña mientras aprendemos cosas nuevas, cuidándonos y dándonos cariño, crecemos con más salud, felicidad y confianza en nosotros mismos. ¿Sabías que el 90 % del cerebro se desarrolla durante los primeros años de vida? ¡De verdad! Hasta los 6 años, aprendemos muchas cosas, y el afecto es fundamental para sentirnos a salvo. Por eso envío consejos e información a todas las personas que hace ya tiempo que fueron bebés y tal vez no se acuerden de lo que era eso.*

«Con un toque de humor, Nelson recuerda a los padres y las madres que hagan lo que ya saben que deberían hacer».

La campaña de «Nelson, el bebé», de ámbito nacional, se dirige a padres, madres y otras personas que cuidan a niños y niñas de hasta 6 años, especialmente aquellos de los grupos socioeconómicos más vulnerables. Nelson los anima a hablar e interactuar con los bebés desde el nacimiento, mucho antes de que el niño o niña pronuncie sus primeras palabras, y a practicar la escucha activa cuando empiece a hablar.

Analizamos a nuestro público para crear contenidos con los que las personas se sientan identificadas. Sabemos que el 94 % son mujeres de entre 25 y 45 años, principalmente de las regiones del noreste y

sureste de Brasil. El 60 % de ellas son madres y el resto, tías, abuelas y trabajadoras de guarderías y de centros de educación de la primera infancia. También tuvimos en cuenta sus comentarios en cuanto a los formatos: por ejemplo, el 80 % prefiere los vídeos, el 70 % comparte contenidos por WhatsApp, y muchísimas personas nos pidieron sugerencias de juegos sencillos.

En las «conversaciones difíciles» de *Nenê Sincero*, Nelson cambia su tono divertido y energético por uno más pensativo. La idea surgió de un experimento que realizamos durante COVID-19: Nelson contó cómo la pandemia le hacía sentirse inseguro y dio consejos a las familias para abordar el tema con los niños y las niñas. Esto generó muchos comentarios, y vimos que había demanda de contenidos similares. Desde entonces, hemos hablado de temas como la ira, la guerra y los padres ausentes.

Variedad de formatos

Nelson difunde sus mensajes en diversos formatos. Como *Nenê Sincero*, dice a las personas adultas lo que necesitan oír. En la serie de tutoriales *Tuto do Nenê*, comparte sugerencias de comidas sencillas que se pueden preparar con la ayuda de los niños y las niñas. Entre nuestros contenidos, los tutoriales en vídeo son los que se guardan y comparten con más frecuencia en las redes sociales, un indicador de interacción crucial, pues sugiere que la gente conserva el material para utilizarlo en otros momentos.

Aún es pronto para realizar un estudio cuantitativo sobre los cambios de comportamiento logrados con el bebé Nelson, pero ya hemos recibido comentarios de quienes lo siguen en las redes sociales, gracias a una encuesta sobre las interacciones con los niños y las niñas inspiradas en los contenidos de la campaña. Una mujer que cuida a diario a sus sobrinos nos dijo que había empezado a hablar más con los pequeños y que, de este modo, los berrinches habían disminuido. Un padre nos comentó que Nelson, con su sentido del humor, le había ayudado a hablar de emociones con su hijo autista.

«Nelson anima a hablar e interactuar con los bebés desde el nacimiento, mucho antes de que el niño o niña pronuncie sus primeras palabras».

Según los primeros datos recabados, los contenidos también animan a las familias a leer a los niños y las niñas, aprender juegos nuevos y prestar atención a su modo de responder a los estímulos. Las familias han empezado a visitar la cuenta de Nelson en busca de consejos concretos. Muchas han comentado en las redes sociales que Nelson se parece, física y emocionalmente, a sus hijos e hijas, lo que confirma que las características del bebé de la campaña nos ayudan a acercarnos al público objetivo.

Un futuro de éxito para Nelson

La gestación de Nelson superó con creces las clásicas 40 semanas. Lo engendró un equipo interdisciplinar de artistas y especialistas en comunicación y en primera infancia. Del mismo modo que la llegada de un bebé cambia por completo a cualquier familia, el nacimiento de Nelson marcó el inicio de una nueva fase para la Fundación Maria Cecilia Souto Vidigal, que se propone mejorar el desarrollo de la primera infancia. Esta campaña fue nuestro primer intento de hablar directamente con las familias desfavorecidas.

Sabemos que los cambios de comportamiento llevan su tiempo y que hay que reforzar los mensajes desde distintos frentes. Por ejemplo, durante la pandemia, experimentamos con el *hip-hop* para combatir la idea errónea de que los bebés no podían contraer la COVID-19 y subrayar la importancia de utilizar mascarilla y gel antibacterial a partir de los 2 años. Tras el éxito de estas canciones, seguimos ideando nuevas iniciativas para Nelson, como una historieta y una serie de televisión.

El mundo de este bebé crecerá. Pronto presentaremos a su madre, su padre, sus hermanas y su perro. También tendrá un abuelo paterno, llamado *Seu Nenê*, que es un sustantivo masculino que significa «cariño» y también una forma afectuosa de decir «su bebé». El nombre se concibió para subrayar la importancia de los ancestros (principalmente masculinos), un aspecto que plantea problemas en algunas comunidades de Brasil. Se están creando otros personajes, como amigos y amigas, miembros de la comunidad y profesionales de las guarderías. Queremos contextualizar las experiencias de Nelson y reforzar la implicación en temas como el cuidado durante el embarazo, el respeto de las diferencias, la seguridad y los efectos del estrés.

«(Nelson) fue nuestra primera estrategia para hablar directamente con familias desfavorecidas».

Pero Nelson nunca se hará mayor. Siempre será un bebé con la misión de dar voz a los derechos y las necesidades de toda la población infantil del país. Seguirá concienciando a los «ex bebés» sobre la importancia de dar cariño, interactuar y prestar atención a sus hijos e hijas para que gocen de buena salud física y mental, como Nelson.

Imágenes de Nelson Neto: Cortesía de la Fundación Maria Cecilia Souto Vidigal

↗ **Este artículo está disponible en espacioparalainfancia.online/2022-16**

Bibliografía

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge*. Yale University Press.