

## NOTA DE PRENSA

La campaña es del 18 de mayo al 02 de julio

### HOY UNICEF LANZA CAMPAÑA “BUENA ONDA” EN BENEFICIO DE NIÑEZ PERUANA

Este año la meta de recaudación es un millón 630 mil nuevos soles. Durante la conferencia de prensa se presentó la nueva y simpática nariz escarchada, los artistas emblemáticos de la campaña, los spot de radio y televisión, así como las personalidades que han viajado este año para realizar cada uno de los reportajes televisivos

**Lima, 18 de mayo del 2011.-** Con una singular *performance* de pintura, esta mañana el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) lanzó por cuarto año consecutivo la campaña “Buena Onda” con la finalidad de movilizar personas, colegios y empresas para recaudar fondos y generar recursos en beneficio de los niños y las niñas peruanos que viven en las zonas más alejadas y excluidas.

Durante la ceremonia de lanzamiento se presentaron las principales novedades que trae la campaña este año, como son: una nueva y simpática nariz escarchada (de cuatro colores), los personajes emblemáticos que aparecen en las piezas gráficas (vallas, afiches y volantes), así como los artistas que han viajado a diferentes regiones y distritos urbano marginales del país para participar en reportajes sobre los programas que UNICEF realiza y explicar así al público las distintas situaciones de vulnerabilidad que enfrenta la niñez.

Los reportajes televisivos este año están basados en temas como desnutrición crónica, educación intercultural bilingüe, abuso y explotación sexual infantil, contacto afectivo entre la madre-recién nacido, y prevención de VIH y SIDA, pandillaje y otras situaciones de riesgo durante la adolescencia.

En la conferencia de prensa, el Representante de UNICEF en el Perú, Paul Martin, destacó que Buena Onda se hace para la niñez que vive en las zonas más alejadas y excluidas y que enfrenta diversas situaciones de vulnerabilidad.

*“De los diez millones de niños menores de 17 años que existen en el país, el 45 por ciento de ellos, es decir cuatro millones y medio, vive en la pobreza. Los programas de UNICEF en el Perú trabajan para mejorar las condiciones de vida de esos niños en aspectos tales como nutrición, salud, educación y protección de derechos. A partir de hoy las narices Buena Onda estarán invadiendo Lima para invitar a todos a colaborar de manera amena y divertida para garantizar los derechos de los niños y las niñas peruanos”,* indicó.

Dijo que aunque en Perú ha habido un notorio crecimiento económico y es considerado un país de ingresos medios, lo cierto es que aún existen muchas brechas e inequidades en relación a los niños que viven en Lima y hablan castellano y los niños que viven en las zonas rurales de la sierra y la selva y hablan quechua u otra lengua, respectivamente, para atender sus necesidades básicas.

## NOTA DE PRENSA

En el evento estuvieron presentes la Embajadora Nacional de UNICEF, Dina Páucar, junto a reconocidos artistas comprometidos con la niñez, como Mónica Sánchez, Marco Zunino y Raúl Romero. También participaron como invitados: los chicos del Grupo Adammo, los Hermanos Yaipén, Jean Paul Strauss, Gachi Rivero de Radio Planeta, Junior Silva, Jean Franco Vértiz, Sandra Vergara, Mia Mont, los chicos de la AKdemia, Sasha y Andrés, entre otros.

Martin señaló que *“gracias a los fondos recaudados en el 2010 con la campaña Buena Onda se ha podido garantizar el cuidado de la gestación y el parto por personal capacitado, disminuyendo así las muertes de recién nacidos. También se ha facilitado la aplicación de pruebas de diagnóstico de VIH durante el embarazo, primer paso para evitar que madres transmitan a sus hijos el virus del SIDA”*.

Con Buena Onda también se ha contribuido a reducir la desnutrición infantil a través de la distribución de micronutrientes (chispitas) a menores de dos años y se ha facilitado el acceso al registro de nacimiento y la participación en programas de protección de niñas y adolescentes víctimas de maltrato y explotación sexual. Además se ha fortalecido los programas educativos para que profesores reciban capacitación y los escolares una enseñanza en su lengua materna adecuada a su cultura.

### Meta de recaudación 2011 y auspiciadores

La meta de recaudación este año es un millón 630 mil nuevos soles. Las empresas y aliados que auspician Buena Onda hasta la fecha son: América Televisión, Atento, Británico, Claro, Corporación Radial del Perú, El Comercio, Inka Farma, KFC, Lan Perú, Mar Adentro, Metro, Media Networks, Movistar, Pizza Hut, Profuturo, Publicis, Química Suiza (Ninet), Radio Moda, Radio Planeta, Saga Falabella, Scotiabank, Telefónica, Vallas y Gigantografías, Wau Móvil y Wong.

UNICEF Perú centra su trabajo en el cumplimiento de los derechos de los niños y adolescentes más pobres y excluidos, en las provincias más remotas y olvidadas de los Andes y la Amazonía.

### ¿Cómo colaborar?

Este año la campaña durará seis semanas: del 18 de mayo al 02 de julio (evento central).

Para participar, sólo es necesario:

- **Comprar la nariz** (símbolo de la campaña) a S/. 5 en **Wong, Metro, Saga Falabella**, y los fines de semana en los centros comerciales **Jockey Plaza, Mega Plaza, Larcomar y Real Plaza**.
- **Llamar al 1830** desde un teléfono fijo para donar S/. 5.
- **Enviar un mensaje de texto** al 9797 con la palabra UNICEF para donar S/. 5.

## NOTA DE PRENSA

### La movilización de los escolares: 'La onda de mi Cole'

Una de las actividades más importantes de la campaña es el juego denominado '**La onda de mi Cole**' en el cual participan escolares de colegios públicos y privados de Lima, quienes cumplen singulares retos educativos que se desarrollan semana a semana y están relacionados a la promoción de los derechos de los niños, las niñas y los adolescentes.

Como parte del juego, los escolares interactuarán en sus colegios, familias y comunidad, lo cual fortalecerá sus habilidades sociales y capacidades para trabajar en equipo.

#### Datos de interés:

**Con una nariz** ayudas a que un niño reciba suplementos de zinc, contribuyendo a la reducción de la diarrea y mejorando su nutrición.

**Con dos narices**, una familia accede a agua segura durante una situación de emergencia.

**Con tres narices**, un recién nacido de zonas altoandinas accede a ropa de abrigo y su madre recibe consejos para cuidarlo mejor.

**Con cuatro narices**, dos niños menores de tres años tienen la oportunidad de participar en programas de estimulación temprana.

#### Más información de la campaña Buena Onda:

Portal de UNICEF: [www.unicef.org/peru](http://www.unicef.org/peru)  
Portal de Buena Onda: [www.buenaondaperu.org](http://www.buenaondaperu.org)  
Facebook: <http://www.facebook.com/perubuenauonda>

**Para mayor información en UNICEF, por favor contactar a Marilú Wiegold al 613-0706, celular 99757-3218, e-mail [mwiegold@unicef.org](mailto:mwiegold@unicef.org) y/o Henry Sánchez, teléfono 613-0712, celular 99352-6943, e-mail [hsanchez@unicef.org](mailto:hsanchez@unicef.org)**