

## NOTA DE PRENSA

23 Noviembre 2006

### Hoy se ha presentado la campaña publicitaria “La última” **Estudiantes universitarios elaboran un spot para prevenir el consumo de cocaína entre los jóvenes**

**El porcentaje de alumnos que consume cocaína se ha triplicado en la última década**

Hoy se ha presentado en la **Universidad Rey Juan Carlos** el **spot “La última”** que ha sido realizado por un grupo de diez estudiantes de Comunicación Audiovisual y Publicidad con el fin de prevenir el consumo de cocaína entre los jóvenes. Esta campaña se ha desarrollado en el marco del proyecto Teleprevención promovido por la **Fundación Atenea Grupo GID**, y que ha contado con la colaboración del **Ayuntamiento de Fuenlabrada** y la propia universidad.

Para la realización del vídeo, los estudiantes asistieron a un taller de formación sobre drogodependencias y estrategias de prevención, impartido por profesionales del centro de Prevención de Drogas del Ayuntamiento de Fuenlabrada y la Fundación Atenea Grupo GID. Después, analizaron toda la información recibida y tras reflexionarla trabajaron en la idea central del vídeo.

A partir de ahí, desarrollaron el guión y realizaron la grabación y el montaje, con la asesoría de sus profesores del Practicum. *“El vídeo recoge varios momentos de la vida de un cocainómano. Para hacerlo, nos hemos basado en la experiencia de “colegas” que consumen. No queríamos que tuviera una moraleja sino que hiciera pensar a la gente”*, ha explicado Javier Castillo, director del anuncio.

Lo que se pretende con esta iniciativa es *“que los jóvenes se conviertan en agentes de salud entre sus iguales, que sean ellos mismos los que elaboren los mensajes preventivos. Así queda un spot más creíble para ellos y adaptado a su realidad concreta”*, según ha afirmado Miguel Pérez-Lozao. Por su parte, M<sup>a</sup> Luisa González Blas, concejala de Bienestar Social del Ayuntamiento de Fuenlabrada ha asegurado: *“Nosotros agradecemos mucho a los universitarios que están haciendo estos trabajos porque llegan a mucha gente”*. El anuncio será difundido en televisiones locales y también en centros educativos y en otros espacios donde se estime pertinente.

En los últimos años el consumo de cocaína ha aumentado enormemente, en especial entre los jóvenes. Si en 1994 un 2'5% de los estudiantes de entre 14 y 18 años la había probado, en el 2004 este porcentaje subió hasta el 9%, según la Encuesta Escolar sobre Drogas. Actualmente, se ha convertido en la **segunda droga ilegal más consumida**, con lo que España se sitúa como el país europeo con mayor porcentaje de cocainómanos junto con Reino Unido (Informe 2004 del Observatorio Europeo de Drogas y Toxicologías). La edad media de comienzo del consumo de esta sustancia es de 15'8 años.

La Fundación Atenea Grupo GID realiza el programa Teleprevención desde 1997. En la actualidad cuenta con financiación del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

---

#### **Para más información:**

**Marta Guljarro.** Departamento de Comunicación Fundación Atenea Grupo GID:  
91 591 69 64 (directo) o 91 447 99 97 (general) [comunicacion@ateneagrupogid.org](mailto:comunicacion@ateneagrupogid.org)

**Ana López Escudero.** Gabinete de Prensa Universidad Rey Juan Carlos.  
91 448 73 22 [ana.escudero@urjc.es](mailto:ana.escudero@urjc.es)