

Financiado por



Prevención Familiar
La plataforma de IREFREA para las familias
www.prevencionfamiliar.net



Noticias

Talleres Programa FERYA 2013-2014. Este fin de semana se inician los talleres del programa FERYA-II que en esta convocatoria se desarrollarán en Andalucía, Baleares, Castilla-La Mancha y Cataluña. FERYA es un programa de empoderamiento familiar para prevenir los riesgos que afectan a los menores, y los talleres están dirigidos a capacitar a los líderes de las asociaciones de padres para que jueguen junto a sus asociaciones un papel activo en prevención. Para más información sobre los talleres y las entidades que los coordinan en cada CCAA ver el [díptico del programa](#). ¡Os animamos a participar!



Crisis y Contrato Social. Los jóvenes en la sociedad del futuro. Este informe, elaborado por el Centro Reina Sofía sobre la Adolescencia y la Juventud y la FAD analiza las percepciones de los jóvenes españoles sobre la crisis, así como sus expectativas y estrategias para afrontar el presente y proyectarse hacia el futuro. Para su elaboración se realizó una encuesta a 1000 jóvenes entre los 18 y 24 años y se realizaron 8 grupos de discusión mixtos en distintas ciudades españolas.

El gobierno pide a los grupos a favor del consumo de cannabis que 'dejen de banalizar sus efectos'. El delegado del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, Francisco de Asís Babín, ha vuelto a recalcar, en declaraciones a Servimedia (17/02/2014), que el cannabis es una droga que conlleva muchos riesgos para la salud tanto desde una perspectiva aguda, cuando se ingiere mucha cantidad, como cuando se consume en pequeñas cantidades de forma reiterada ya que interfiere en el desarrollo del sistema nervioso central y conlleva efectos psicóticos importantes.

Investigación

ter Bogt T.F.M., de Looze, M., Molcho, M., Godeau, E., Hublet, A., Kokkevi, A.... Pickett, W (2014). **Do societal wealth, family affluence and gender account for trends in adolescent cannabis use? A 30 country cross-national study.** *Addiction*, 109 (2): 273–283.
doi:10.1111/add.12373

El consumo de cannabis aumenta entre los adolescentes de países en desarrollo

Aunque es común asociar el consumo de cannabis con la juventud acomodada de las sociedades ricas, la relación entre sociedad, riqueza familiar y consumo de cannabis parece estar cambiando. Este estudio, centrado en los consumo de los adolescentes de 15 años en una treintena de países europeos y de América del Norte (2002, 2006 y 2010) muestra una reciente disminución en el consumo de cannabis en los países más ricos y entre los grupos de estatus socioeconómicos más altos que podría explicarse por un aumento de la atención sobre los efectos nocivos del consumo de drogas para los jóvenes y la aplicación de medidas de prevención desde la salud pública dirigidas a prevenir y/o reducir el consumo.

Por el contrario, los adolescentes de los países menos ricos parecen haber adoptado unos patrones de consumo coherentes con aquellos de sus pares en los países más ricos.

Empaquetando la cultura digital para los fumadores jóvenes

Esta interesante investigación, que cubre un total de 23 países, describe las nuevas estrategias inteligentes empleadas por algunas compañías tabacaleras para llegar a los jóvenes modernos y con conocimientos informáticos. La asociación de una marca a ciertos estilos de vida, utilizada ampliamente en campañas de márketing, se vincula ahora con la imagen de un joven digital y a la última, que participa de las redes sociales y de las innovaciones tecnológicas.

El artículo presenta tres estudios de casos ilustrativos donde se destaca un patrón reconocible de la cultura digital en el diseño del paquete de tabaco. Los paquetes ofrecen también nuevas formas de relacionarse con las empresas tabacaleras, ofreciendo links a contenidos interactivos en línea en un intento de fomentar un sentido de comunidad y pertenencia entre los fumadores. También, dada la capacidad cada vez menor de los fabricantes de tabaco para hacer publicidad utilizando los medios tradicionales, Internet sirve de espacio vital para atraer nuevos consumidores y llegar a los fumadores adultos menores de 30 años.

Los paquetes de cigarrillos, con esta asociación a símbolos clave de la cultura digital, se presentan como 'extensiones del yo' --de la misma forma que los teléfonos inteligentes, que no son solamente un objeto de uso sino una parte intrínseca de la identidad del usuario, como sello distintivos de estatus, pertinencia, e independencia—en un intento de asociarlos a bienes de consumo que 'hay que tener'.

Savelli, M., O'Connor, S.C. y Cohen, J.E. (2013). **Packaging digital culture to young smokers.** *Tobacco Control*, doi:10.1136/tobaccocontrol-2013-051209



Prevención Familiar

info@prevencionfamiliar.net



Una iniciativa de:

IREFREA – Instituto Europeo de Estudios en Prevención