

#AsíGanoSiempre: sensibilizando a jóvenes para la prevención de los juegos de azar y las apuestas online

Fundación Atenea

XXIV SEMINARIO IBEROAMERICANO SOBRE DROGAS Y COOPERACIÓN – RIOD



www.riod.org



Fundación Atenea

www.fundacionatenea.org

Antecedentes y objetivos

Casi el 7,5% de la población española podría desarrollar patologías con el juego o estar en riesgo de desarrollarlas.

#AsíGanoSiempre: Proyecto de desarrollo de una campaña de prevención del juego con la participación del alumnado universitario.

- Creación del mensaje desde el propio segmento de la población como medio para sensibilizar al alumnado y para crear una campaña que apele a las personas jóvenes con su propio lenguaje y códigos visuales.

Actividades

1. Ideación



2. Creación



3. Difusión

Planificación de la campaña junto con el grupo experto de 8 profesionales del ámbito de las adicciones.

Alumnos/as de Publicidad de la UCM participan en el concurso creativo con sus ideas tras una formación en prevención.

Se crea la campaña con la propuesta elegida por el grupo experto y se hace difusión por RRSS.

Impacto/Resultados

- Creación y difusión 3 videos dentro de la campaña #AsíGanoSiempre gracias a la participación de 30 alumnos/as.



- Los vídeos, en las 3 principales RRSS, han alcanzado 171.352 reproducciones.
- Desarrollo de formaciones y material preventivo incorporando diversidad, perspectiva de género y lenguaje inclusivo.

Elementos innovadores

1. Elaboración de la campaña junto con la población joven → público objetivo del mensaje.
2. Trabajo en red con profesionales con dilatada experiencia en el ámbito de la prevención y con la Universidad Complutense de Madrid.
3. Impacto mediante estrategia de difusión utilizando herramientas de marketing y analítica digital
4. Contribución a la consecución directa de 3 Objetivos de Desarrollo Sostenible:



Claves de éxito, aprendizajes y capacidad de replicación

**Alumnado
de
universidad**



**Profesionales
del ámbito de
actuación**



**Utilización
de las
tecnologías**



Alta replicabilidad

Capacitar y contar con el propio público objetivo en la elaboración del mensaje, asegurando su concienciación y aumentando las probabilidades de que la campaña tenga éxito.

Crear generaciones con pensamiento crítico que aboguen por su salud física y mental → Así, ganarán siempre.