



Elena Furiase junto al director técnico de Asociación Dual, Raúl Izquierdo.

## Elena Furiase anima a “romper” con el botellón

La hija de Lolita es la protagonista de una campaña para prevenir el consumo temprano de alcohol en menores de edad

EFE | MADRID

“**R**OMPE con el botellón y BBT la vida” es el principal mensaje del spot que protagoniza la actriz Elena Furiase en la campaña ‘Los que no’, una iniciativa de Asociación Dual en colaboración con el Plan Nacional sobre Drogas del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

El objetivo, según informaron ayer los promotores de esta campaña en una nota de prensa, es prevenir el inicio temprano del consumo de alcohol en menores de edad.

“La estadística se muestra invariable en los últimos años, cada vez los jóvenes se inician antes en el consumo del alcohol, la media es 13 años, algo que nos parece absolutamente preocupante”, según Raúl Izquierdo, psicólogo y director técnico de Asociación Dual.

“Los que no” busca crear un espacio adecuado para el debate y la reflexión e involucrar en él al menor, no solo como parte activa sino también como protagonista del mismo.

“Las campañas de prevención

son complejas y solo funcionan si se sostienen en el tiempo, atraviesan varios años e implican a padres, profesores y todos los agentes sociales”, apunta Raúl.

Por eso han contado con Elena Furiase, una actriz con mucha repercusión mediática y concienciada con el abuso de alcohol en jóvenes.

“Elena representa los valores que queremos promover con la campaña, valores alternativos e incompatibles con el consumo de alcohol como el trabajo, la dedicación, el esfuerzo o el éxito”, explica el responsable de Asociación Dual.

Para Elena Furiase, la campaña es una manera de hacer ver a la gente que “hay un problema con las edades en que los niños empiezan a beber alcohol y además es una especie de guerra a

“Por trabajar en lo que trabajo hay niños que a lo mejor se sienten identificados conmigo”

ver quién bebe más”.

Además la actriz es consciente de su poder de difusión: “Por trabajar en lo que trabajo hay muchos niños y niñas que a lo mejor se sienten identificados conmigo”.

Mediante una estética dinámica e innovadora para atraer la atención de los jóvenes, el spot muestra el lanzamiento de una nueva bebida que invita a beberse la vida.

Elena Furiase lanza directamente a cámara el mensaje: “Que nadie te robe tu sed de vivir, rompe con el botellón y BBT la vida, vente a Losqueno.com”.

Dentro de la campaña, Asociación Dual ha creado la Universidad de Jóvenes Emprendedores Creativos, que, bajo el formato de una universidad online, pretende desarrollar competencias y aptitudes entre los adolescentes y promover alternativas al alcohol.

La web tiene una estructura doble, ya que por un lado actúa como medio de comunicación o periódico online, donde las noticias son cada uno de los proyectos que los jóvenes creadores quieren dar a conocer.