

Fad Juventud desmonta mitos y falsas creencias sobre el **cannabis** | Noticias Diario de Ávila

- El objetivo de la campaña es la de eliminar creencias muy extendidas entre los y las jóvenes como que, al ser una sustancia "natural" es prácticamente inocua



[Cannabis](#) [Tabaco](#) [Salud](#) [Instagram](#) [TikTok](#)

<https://www.diariodeavila.es/noticia/z87e1a296-9207-7a59-946a9d7e0c755671/202307/fad-juventud-desmonta...>

Europa Press

Jueves, 20 julio 2023

El objetivo de la campaña es la de eliminar creencias muy extendidas entre los y las jóvenes como que, al ser una sustancia "natural" es prácticamente inocua

Con el objetivo de desmontar mitos y falsas creencias sobre el consumo de **cannabis**, la fundación Fad Juventud ha lanzado su nueva campaña digital de sensibilización *Los mitos del **cannabis** son una fumada*, dirigida a jóvenes de 15 a 24 años que se desarrollará en redes sociales (TikTok e Instagram) y que cuenta con una web informativa que habla sobre estas falsas creencias.

La campaña cuestiona, por ejemplo, la idea de que el consumo de **cannabis** ayuda a la concentración, cuando en realidad apenas uno de cada cinco alumnos con consumo problemático de **cannabis** (22,5%) consiguen obtener calificaciones de sobresaliente o notable. Por otro lado, cuando no se produce este tipo de consumo, el porcentaje de alumnos con resultados altamente satisfactorios en sus notas sube al 50,9 por ciento, según el informe Estudes 2021.

También se trata de "atacar" la imagen de supuesta inocuidad de su consumo al ser una sustancia "natural", por lo que muchos jóvenes sitúan su peligrosidad muy por debajo del **tabaco**, por ejemplo. En este sentido, la directora general de Fad Juventud, Beatriz Martín Padura, ha señalado que "producto natural y producto inocuo no son sinónimos" ya que, por ejemplo, "el **tabaco** y el opio también provienen de una planta y nadie duda de sus riesgos".

"El consumo de **cannabis** provoca alteraciones en el funcionamiento normal del cerebro, sobre todo en adolescentes y jóvenes, y no podemos olvidarlo", ha afirmado. Por otra parte, en la campaña también se ahonda en sus efectos sobre la salud tanto física como mental.

Según el estudio del Centro Reina Sofía de Fad Juventud, 'Representación social del **cannabis** 2022. Evolución desde la mirada diferencial de la población joven', cada vez más jóvenes ven el **cannabis** como una sustancia accesible, cercana y visible; tolerada e integrada en espacios de ocio e incluso connotada como "sustancia natural" frente a otras sustancias consideradas químicas y más dañinas (como el **alcohol** o el **tabaco**).

De hecho, siete de cada diez jóvenes está de acuerdo (sumando acuerdos medios y altos en una escala de 0-10) con que el consumo frecuente de **cannabis** es menos perjudicial para la salud que el consumo frecuente de **alcohol** o de **tabaco**.

De esta manera, el **cannabis** sigue siendo la droga ilegal más consumida por los y las jóvenes españoles: un 28,6 por ciento de estudiantes de 15 a 18 años lo ha consumido alguna vez; el 22,3 por ciento en el último año; y un 14,9 por ciento en el último mes.

"No podemos correr el riesgo de olvidarnos como sociedad de que el **cannabis** es una droga y que su consumo constituye un problema de salud pública de primer orden, independientemente de su status legal o de cualquier otra consideración", ha apuntado la directora de Fad Juventud.

La campaña ha sido desarrollada por la boutique creativa PINK, quien ha colaborado con Fad Juventud de forma completamente desinteresada. En la producción se ha contado con el apoyo del reputado fotógrafo y artista, Eugenio Recuenco.