

Buenas prácticas

Aprendizajes compartidos para fortalecer nuestra comunicación

Introducción

La comunicación es una herramienta clave para acompañar, sensibilizar y generar confianza. En Proyecto Hombre, cada centro desarrolla acciones que, desde su realidad y contexto, logran conectar con las personas, dar visibilidad al trabajo que se realiza y reforzar nuestro compromiso con la prevención y el tratamiento de las adicciones.

Este documento recoge una **selección de buenas prácticas** de comunicación impulsadas por distintos centros de Proyecto Hombre. Son experiencias reales que han demostrado funcionar bien, ya sea por su alcance, su capacidad de generar participación o por el impacto positivo que han tenido en la comunidad.

El objetivo de este recopilatorio es **compartir conocimiento, inspirar nuevas ideas y fomentar el aprendizaje conjunto**, entendiendo que lo que funciona en un territorio puede servir de referencia, punto de partida o adaptación para otros. Porque cuando compartimos lo que hacemos bien, fortalecemos nuestra comunicación y avanzamos juntos como red.

Proyecto Hombre Alicante Fundación Noray

Objetivo	Dar visibilidad y ampliar el concepto que la sociedad tiene acerca de nuestro ámbito de actuación y del servicio que ofrecemos
Acciones de comunicación	Contactamos con uno de los centros comerciales más importantes de la provincia de Alicante para plantearles las posibilidades de realizar proyectos en común potenciando su imagen en lo relativo a RSC. A partir de allí, se planteó un proyecto rompedor pues vemos un centro comercial diciendo a la gente que no es bueno comprar sin medida. El proyecto se centraba en la importancia de pensar antes de actuar evitando los comportamientos de riesgo, especialmente frente al problema de las compras compulsivas, pero mencionando insistentemente la importancia del control de impulsos. • Rueda de prensa • Café coloquio con expert@s • Dos performances con personas paseando por la calle y por el centro comercial L'aljub con mensajes concienciadores • Mesa informativa durante más de 3 semanas en el centro comercial L'Aljub con más de 4 millones de visitantes al año • Encuesta a más de 1000 personas. • Varias entrevistas en tv local • Varias repercusiones en prensa y radio
Público objetivo	
Resultados e impacto	Hombres y mujeres a partir de los 16 años El impacto ha sido muy alto gracias a: • Repercusiones en medios de comunicación de primear línea. • Aparición de nuestra marca en los perfiles del centro comercial en diferentes redes sociales • Presencia en el centro comercial L'Aljub con más de 4.000.000 de visitantes al año.

Proyecto Hombre Alicante Fundación Noray

Prensa

Cadena Ser www://

Onda cero www://

Abc www://



Proyecto Hombre Almería

¡Adiós, sensacionalismo! Así se construye una comunicación humana sobre adicciones

Los medios de comunicación desempeñan un papel decisivo en la manera en que la sociedad percibe las adicciones. Más allá de informar, tienen la capacidad de modelar opinión pública, influir en la prevención y contribuir —o dificultar— que las personas que sufren un problema de consumo pidan ayuda a tiempo. Por eso, **desde Proyecto Hombre Almería defendemos una comunicación responsable, rigurosa y centrada en las personas, que huya del sensacionalismo y apueste por mostrar la realidad tal y como es.**

En un contexto donde los datos nacionales suelen ser el foco, es esencial “bajar” a lo local. Cuando hablamos de cifras reales de Almería, no solo acercamos el problema a la ciudadanía, sino que también generamos una comprensión más profunda y humana de lo que ocurre en nuestro entorno inmediato. **No es lo mismo decir que en España aumentan las adicciones que explicar, por ejemplo, que en nuestra provincia más del 40 % de las personas atendidas ha manifestado ideación suicida y que más de la mitad convive con problemas emocionales severos.** Estos datos locales convierten la información en algo tangible, cercano y urgente.

Por eso **es fundamental trabajar en el contexto de la intervención.** Sin embargo, la transparencia no debe confundirse con el alarmismo. La responsabilidad mediática implica evitar titulares fáciles, imágenes estigmatizantes o relatos que criminalicen a quienes atraviesan una adicción. **El foco no puede estar en el morbo, sino en las soluciones:** los recursos disponibles, las historias de superación, el papel de las familias y la red profesional y comunitaria que acompaña cada proceso.

Cuando los medios informan con sensibilidad, precisión y proximidad, contribuyen a romper estigmas y a promover una mirada compasiva y realista. Y esa es, sin duda, una de las mejores herramientas de prevención. **Porque informar bien también salva vidas.**

Proyecto Hombre Almería

A destacar:

Hemos recibido 2 reconocimientos:

- Premio Juventud Andaluz 2025 por nuestro trabajo en igualdad y diversidad.
- Marca Andaluza de Excelencia en Igualdad.

Buenas prácticas:

- Visita a los medios de comunicación para presentar la Guía de Proyecto Hombre para periodistas



Proyecto Hombre Asturias

La importancia de tener un Plan de Comunicación.

Cuando revisamos la actividad realizada en Proyecto Hombre Asturias en los últimos meses, vemos que **parte de nuestro trabajo se ha desarrollado en el ámbito de la comunicación**, y vemos también que de un año a otro esa parte aumenta.

Queremos detenernos en esta ocasión en el ámbito de la comunicación más social: **jornadas, entrevistas, reportajes, artículos en prensa, actividades formativas, presentación de datos** ...acciones que acabaron apareciendo en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión y medios digitales) proyectando una imagen pública de nuestra Fundación (Fundación C.E.S. P.A. Proyecto Hombre) ¿Tiene algún interés realizar una breve reflexión al respecto? Pensamos que sí por varias razones, nos detendremos en dos.

En primer lugar, lo que no se comunica (bien, añadiríamos) no existe y si algo no existe no puede ser abordado. En segundo lugar, debemos tener presente que asumimos una responsabilidad ética y profesional que nos obliga a **transmitir una imagen positiva y digna de las personas que atendemos**, una imagen que acabe con el estigma que en ocasiones merma sus derechos. Estas cuestiones deben estar presentes en un Plan de Comunicación que nos dé perspectiva y ordene nuestros objetivos.

En Proyecto Hombre Asturias hemos **constituido recientemente un grupo de trabajo para realizar la revisión y actualización de nuestra actividad comunicativa** en el que participan personas del Área de Gestión, Tratamiento y Prevención. Todo ello sin olvidar que formamos parte de la Asociación Proyecto Hombre.



Proyecto Hombre Baleares

Campaña Vine (VEN): “No todo el mundo que quiere ayudarte puede ayudarte

La campaña Vine ha dado continuidad al trabajo iniciado en 2022 con un propósito claro: **seguir motivando a las mujeres de las Islas Baleares con problemas de adicción** a dar el paso hacia el tratamiento, al tiempo que se combate el estigma que aún pesa sobre ellas. **Bajo el lema “Vine” (Ven), la iniciativa ha combinado acciones en redes sociales, radio y prensa digital, llegando a miles de personas en las Baleares.**

Realizada por Projecte Home Balears, **diseñada junto con la agencia Disset** y subvencionada por IB Dona. **La campaña se ha dirigido tanto a mujeres con adicciones como a la población general**, buscando sensibilizar, informar y romper prejuicios. Porque, cuando hablamos de adicciones en mujeres, no solo se trata de un problema de salud: también **hablamos de desigualdad, de exclusión social y de un doble estigma que enfrentan por tener una adicción y, además, alejarse de los roles tradicionales.**

Los resultados avalan el esfuerzo: tras la difusión de la campaña, **se registró un aumento del 15,10% (respecto al 2023) en las demandas de acceso a tratamiento por parte de mujeres.** Un dato que no solo refleja la eficacia del mensaje, sino también la necesidad de seguir impulsando acciones que visibilicen esta realidad.

La campaña Vine ha ayudado a que más mujeres conozcan que existe un lugar donde pueden pedir ayuda. Desde Projecte Home Balears seguiremos trabajando para que cada vez más mujeres puedan acceder a un tratamiento y sentirse acompañadas en su proceso de recuperación.

NO TOTHOM QUE VOL AJUDAR-TE,
POT AJUDAR-TE

A Projecte Home tenim molta experiència en problemes d'addicció amb dones com tu. T'escoltem, t'ajudem, estem per tu. T'esperem en un espai segur on ningú no et jutjarà. Vine a veure'ns i aviat veuràs que amb la nostra ajuda, tot serà menys complicat. T'acompanyarem en el teu procés de recuperació. Si ho necessites, t'esperem.

Telèfon: 971 793 750 | Whatsapp: 667 695 110

projectehome
balears
DONES LLIBRES D'ADDICCIONS

Logos of partner organizations: Institut Balear de la Dona, Govern de les Illes Balears, Departament de Família i Benestar Social, Govern de les Illes Balears, Conselleria de Presidència i Administracions Públiques, and others.

Proyecto Hombre Burgos

Objetivo	La acción buscó reforzar la visibilidad social del XXIII Día de la Bici, consolidado como evento familiar, saludable y solidario . Se quiso transmitir el valor preventivo del deporte y la movilidad sostenible, impulsar la participación ciudadana y reforzar el reconocimiento de Proyecto Hombre como entidad cercana y activa, ofreciendo una actividad accesible para todas las edades y fortaleciendo la relación con la ciudadanía. Además, la campaña sirvió para apoyar la captación de fondos destinados a los programas de la Fundación Candéal y para fortalecer la alianza con instituciones, comercios y empresas locales. También se pretendió ampliar el alcance mediático del evento mediante una comunicación clara y atractiva que facilitara su cobertura.
Público objetivo	El público prioritario fue la población general de Burgos, especialmente familias con menores y jóvenes interesados en el deporte al aire libre . También se dirigió a entidades sociales y deportivas, instituciones municipales, centros educativos, comercios colaboradores y medios de comunicación locales. La comunicación se orientó a llegar a un público diverso mediante mensajes claros, visuales y centrados en valores comunitarios, promoviendo una participación amplia e inclusiva. El objetivo fue generar cercanía, facilitar la identificación con el evento y favorecer la implicación ciudadana desde un enfoque accesible y coherente con la misión de Proyecto Hombre.
Acciones de comunicación	• La campaña se construyó en torno a una nota de prensa completa y detallada, difundida a medios locales y provinciales. Se realizó una rueda de prensa oficial con presencia del Ayuntamiento, la Universidad de Burgos y Proyecto Hombre. • Se generó además material visual y fotográfico para reforzar la imagen del evento antes, durante y después, asegurando una comunicación coherente y accesible para la ciudadanía. La relación con la prensa permitió que la actividad alcanzara un eco significativo en el entorno local, favoreciendo la participación y la visibilidad.

Proyecto Hombre Burgos

Acciones de comunicación

- Se realizaron **visitas institucionales a la alcaldía, la Diputación y la Junta de Castilla y León**, reforzando la relación con entidades clave.
- Los medios realizaron entrevistas en radio, televisión y prensa digital, ofreciendo una difusión continua en La 8 Burgos, Cadena SER, COPE, Vive Radio, Canal 54, Diario de Burgos y otros espacios.
- A todo ello se sumó la colaboración de varios influencers de Burgos, que compartieron la iniciativa en sus redes y ampliaron el alcance del mensaje hacia públicos jóvenes y digitales, contribuyendo a una difusión más amplia y actualizada del evento.
- Se elaboró el cartel de agradecimientos con la relación de entidades colaboradoras, que reforzó la imagen comunitaria y solidaria del Día de la Bici.
- El dossier y el clipping de prensa permitieron documentar el impacto mediático y consolidar la narrativa preventiva.

Resultados e impacto

- El Día de la Bici alcanzó una participación masiva, con más de **8.000 personas** llenando las calles de Burgos y consolidando el evento como una de las actividades deportivas y comunitarias más destacadas del año.
- La **amplia cobertura mediática**, reforzada por entrevistas en radio, televisión y prensa digital, permitió amplificar los mensajes preventivos y posicionar a Proyecto Hombre Burgos como un referente en la promoción de hábitos saludables.
- Las visitas institucionales fortalecieron **alianzas con administraciones y entidades clave**, mientras que la colaboración de influencers locales extendió el alcance a públicos más jóvenes y activos en redes sociales.
- La jornada generó un **clima de convivencia intergeneracional** y visibilizó la labor preventiva de la entidad, reforzando la reputación social de Proyecto Hombre Burgos y su conexión con la comunidad.

Proyecto Hombre Burgos

Prensa

Web PH Burgos

[www://](#) [www://](#)

COPE Burgos

[www://](#)

Diario de Burgos

[www://](#)

Cadena Ser

[www://](#)

Bicibur

[www://](#)

La 8 Burgos

[www://](#)

Vive Radio

[www://](#)

Burgos noticias

[www://](#)

Canal 54

[www://](#)



Proyecto Hombre Castilla La Mancha

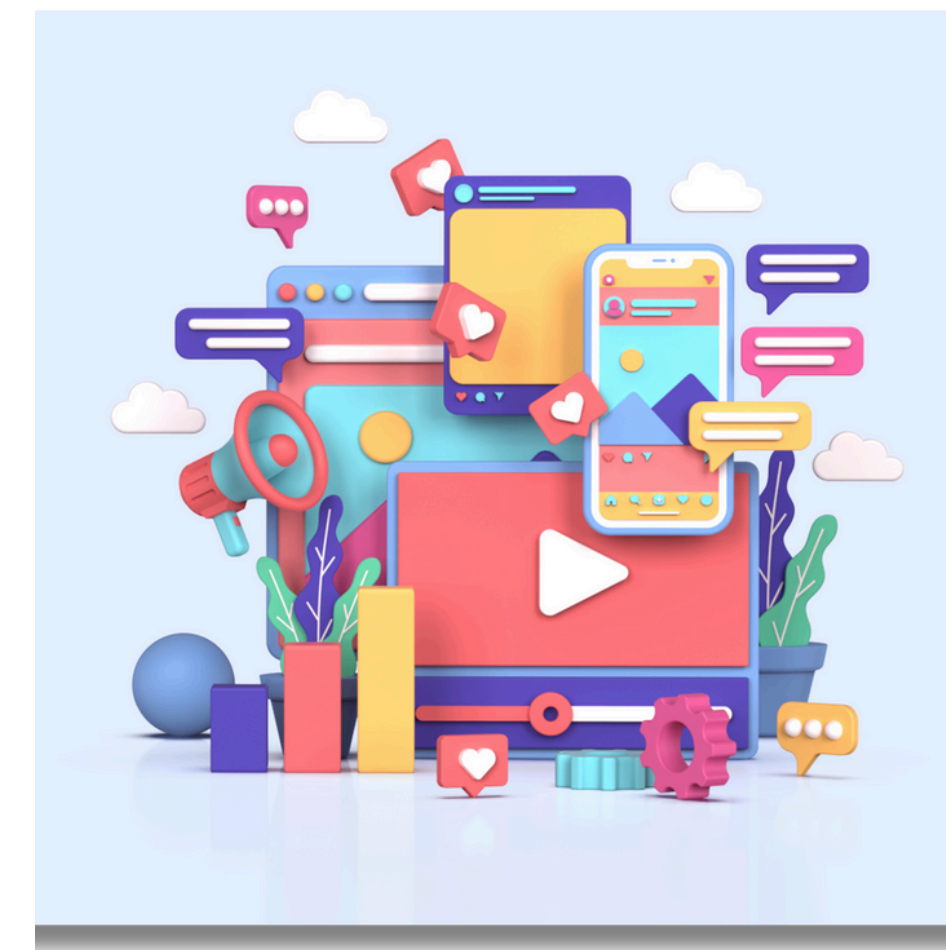
La Voz del Cambio: Comunicación Vital

La labor de Proyecto Hombre Castilla-La Mancha es una misión de impacto social centrada en la prevención, tratamiento y reinserción de personas con adicciones. Para maximizar su efecto, este trabajo debe ser visible, conocido y comprendido. La comunicación es una inversión estratégica que asegura la continuidad y el crecimiento de la obra social, desterrando estigmas y conectando a quienes necesitan ayuda con nuestros programas.

Con una visión moderna, estamos invirtiendo en formación y recursos para avanzar en esta área.

- **Redes Sociales:** Nuestra presencia en Facebook e Instagram busca llegar a un público amplio y facilitar la interacción. Pronto nos uniremos a LinkedIn para impulsar una estrategia profesional y corporativa, aumentando la credibilidad y posicionándonos como referentes en el tratamiento de adicciones y patología dual.
- **Web en Actualización:** Reconocemos que la web es nuestra carta de presentación y el centro de operaciones. Estamos modernizándola para que sea una fuente de información sólida, segura y funcional sobre programas, sedes y misión.
- **Refuerzo de Marca:** Mediante campañas específicas, consolidamos la marca Proyecto Hombre como sinónimo de experiencia, esperanza y rigor terapéutico.

En resumen, una comunicación estratégica y actualizada es la herramienta clave para que Proyecto Hombre Castilla-La Mancha cumpla su misión con la máxima eficacia, garantizando que el mayor número posible de personas reciba la ayuda necesaria.



Proyecto Hombre Extremadura

Centros de Día Rurales: una nueva apuesta por el medio rural

Durante el verano de 2025 la Fundación Centro Santa Bárbara – Proyecto Hombre Extremadura, puso en marcha un **innovador programa de “Centros de Día Rurales” que acercan la intervención terapéutica del medio urbano al medio rural**, en comarcas de la provincia de Cáceres.

El **objetivo principal es ofrecer tratamiento, acompañamiento y orientación** a personas que presentan conductas adictivas (ya sea por adicciones con sustancias, y/o comportamentales) sin que tengan que desplazarse hasta los centros de Plasencia o Cáceres capital. Así, se han activado puntos de atención en localidades como Caminomorisco, Coria, Valencia de Alcántara, Navalmoral de la Mata, Miajadas y Trujillo.

Los centros ofrecen **talleres educativos, charlas de salud, entrevistas individuales y grupales, orientación laboral y apoyo a las familias**, en un formato ambulatorio y flexible, pensado para personas (personas usuarias y familia) que viven en zonas con menor acceso a recursos especializados.

Este modelo representa una **apuesta de inclusión** que reconoce que el medio rural también debe disponer de servicios de atención para la salud mental y las adicciones. Además, esta modalidad permite que las personas usuarias continúen vinculadas a su entorno social y familiar, favoreciendo procesos de tratamiento más coherentes con su vida diaria. La iniciativa refuerza la idea de que la rehabilitación no necesariamente requiere desplazamientos largos ni salidas del territorio, sino que puede integrarse en el propio mundo rural. En definitiva, Proyecto Hombre Extremadura da un paso relevante hacia la equidad en la atención de las adicciones.



Proyecto Hombre La Rioja

Altavoces para informar, visibilizar, prevenir y sensibilizar sobre las adicciones en La Rioja

En Proyecto Hombre La Rioja mantenemos un contacto fluido con los medios para dar visibilidad a nuestra labor, informar con rigor sobre riesgos y sensibilizar sin alarmismo. **En 2024 registramos más de 200 apariciones en prensa, radio, televisión y medios digitales**, fruto de una relación continuada.

La presentación anual de la **Memoria** es un pilar de nuestra estrategia: un ejercicio de transparencia que permite rendir cuentas, explicar tendencias, compartir resultados de atención y prevención y situar necesidades emergentes con datos contrastados.

Todos los meses enviamos un **boletín electrónico** que reúne noticias propias y contenidos de la Asociación Proyecto Hombre, incluida la Revista Proyecto, para mantener informada a una base de casi 2.000 contactos, entre ellos, usuarios y sus familias, profesionales, instituciones públicas, colegios, empresas, entidades colaboradoras...

Contamos, además, con un **espacio mensual en la SER**. En él abordamos temas que preocupan a las familias –convivencia, pantallas, juego online, comunicación en casa, vuelta a rutinas...–, con un tono próximo y propositivo, ofreciendo pautas concretas y vías de ayuda.

Además, este año emprendemos acciones especiales con motivo del 35 aniversario, una oportunidad para agradecer y difundir nuestra labor mediante actos abiertos a la comunidad y a la sociedad.

Estos son algunos de los altavoces que utilizamos para ampliar el alcance de nuestra misión: visibilizar la ayuda disponible, reducir el estigma, fortalecer redes y acercar a más personas nuestros recursos de prevención, tratamiento y apoyo.



Proyecto Hombre Madrid

Objetivo

Acciones de comunicación

Público objetivo

Público en general y público específico

Resultados e impacto

Difusión de la Memoria 2024

- **Memoria 2024**
Maquetación Memoria 2024
Publicación Memoria 2024 (web)
- **Redes sociales**
Difusión Memoria 2024
Gráficas y contenido especial (datos más relevantes)
- **Medios de comunicación**
Nota de prensa (datos más relevantes)
Difusión y coordinación con medios de comunicación
Difusión en página web (nota de prensa e impactos)
Difusión en redes sociales (nota de prensa e impactos)
- **Newsletter (octubre)**
Difusión Memoria 2024
Difusión nota de prensa
Difusión medios de comunicación

Redes sociales
11 post en cada red social (LinkedIn, FB y X)
126 me gusta
31 compartidos

Medios de comunicación
21 impactos en medios de comunicación regionales



Enlaces

Enlace a la Memoria 2024



Enlace a los impactos en medios de comunicación:



Proyecto Hombre Málaga

40 Aniversario

La Fundación CESMA Proyecto Hombre Málaga conmemora este año su **40 aniversario**, cuatro décadas de compromiso con la atención, prevención y tratamiento de las adicciones, así como con el acompañamiento a personas y familias en situación de vulnerabilidad.

Con motivo de esta efeméride, el pasado 28 de octubre se celebró un **acto institucional** en el que participaron autoridades de distintas administraciones públicas, representantes de entidades sociales y de fundaciones bancarias que colaboran con la Fundación, junto con profesionales, voluntariado, personas usuarias y familiares vinculados a Proyecto Hombre Málaga.

El programa de la jornada incluyó:

- Ponencia de **Arun Mansukhani**, psicólogo clínico y sexólogo.
- Presentación de un **documental conmemorativo**.
- **Mesa redonda que dio voz a profesionales, entidades colaboradoras, voluntariado y personas beneficiarias.**

El acto estuvo **abierto también a la ciudadanía**, que podía inscribirse gratuitamente a través de un formulario disponible en web y redes sociales de la Fundación.

Este encuentro sirvió para reconocer el trabajo desarrollado a lo largo de 40 años y reafirmar el compromiso de Proyecto Hombre Málaga con la construcción de una sociedad más solidaria e inclusiva.

Además, el 30 de octubre, tuvo lugar el **“Encuentro 40 Aniversario”** en el que se dieron cita personas trabajadoras, voluntarias, usuarias y familiares para conmemorar el aniversario con la celebración de la “graduación” de varias personas usuarias.

El lugar que acogió este evento, más íntimo, fue la Casa Diocesana de Espiritualidad San Manuel González, donde disfrutamos de una jornada de celebración, despedidas, reflexiones, unión y mirada al futuro.



Proyecto Hombre Murcia

Objetivo	Lanzamos una campaña de difusión por el 30 Aniversario de PH Murcia con el objetivo de sensibilizar, de dar visibilidad al problema de las adicciones, de dar voz, relevancia y agradecimiento a todas las personas que nos han acompañado en estos años. Somos Proyecto Hombre, pero también somos “Proyecto Personas” , somos las personas usuarias, las jóvenes y los adolescentes, las personas voluntarias, las madres y los padres, las familias, amigas y amigos, patronato, dirección, entidades colaboradoras, trabajadoras y trabajadores de la fundación, que durante estos 30 años han luchado contra las adicciones y sus estigmas.
Público objetivo	Todos los grupos de interés: personas voluntarias, usuarias, familias, sociedad, comunidad, socios, colaboradores, profesionales, etc. En el año del aniversario queremos sensibilizar en general a toda la población. Romper el estigma de las adicciones.
Acciones de comunicación	Dentro de esta campaña se incluyen varias actividades de comunicación: • Acto de presentación de las actividades del 30 Aniversario. • Videos de la campaña “Proyecto Personas”. • Memoria 2024 “Proyecto Personas” incluye información sobre la historia y los 30 años de Proyecto Hombre Murcia. • Acto de presentación de la Memoria 2024 “Proyecto Personas”. • Entrevista a la Directora en el programa matinal de la televisión autonómica, 7RM, “ Quédate Conmigo” . • Jornada “jóvenes, pantallas y vínculos: Conexión-Desconexión?”. • Acto Conmemorativo del 30 aniversario de Proyecto Hombre Murcia. • La campaña cuenta con un logo del 30 aniversario y el lema “30 años, 1000 gracias”.

Proyecto Hombre Murcia

Resultados e impacto

Se detallan los resultados de las distintas actividades realizadas dentro de la campaña:

- **Acto de presentación de las actividades del 30 Aniversario:** asistencia de los principales grupos de interés, representantes de la administración pública local y regional, de otras entidades, de los voluntarios, de las personas usuarias y sus familias, de los trabajadores y del patronato. Se celebró en el Salón de Plenos del Ayuntamiento de Murcia con la asistencia de los principales medios de comunicación.
- **Videos de la campaña “Proyecto Personas”.**
 - Visualizaciones en Youtube: más de 800.
 - Visualización a nivel regional en 7RM, televisión autonómica: 50 pases.
 - Proyección del anuncio en cines: durante 1 mes en las salas de cine de Neocine en la Región de Murcia.
 - Visualización en las pantallas informativas del Ayuntamiento de Murcia durante 4 semanas (gracias a la colaboración del Ayuntamiento de Murcia)
 - Visualización en las pantallas informativas del Servicio Murciano de Salud (gracias a la colaboración con el Servicio Murciano de Salud)
- **Acto de presentación de la Memoria 2024 “Proyecto Personas”:** se celebró en la sede de la Fundación Cajamamurcia con la asistencia de los grupos de interés y principales medios de prensa locales y regionales que dieron difusión a la noticia.
- **Entrevista a la directora en el programa matinal de la televisión autonómica, 7RM, “Quédate Conmigo”:** programa matinal con audiencia en la Región de Murcia. Donde se habló sobre los 30 años de Proyecto Hombre llegando al público en general.
- **Jornada “jóvenes, pantallas y vínculos: Conexión-Desconexión?”**
 - Asistencia de más de 200 personas a las jornadas.
 - Participación de ponentes expertos a nivel nacional.
- **Acto Conmemorativo del 30 aniversario de Proyecto Hombre Murcia:** se va a celebrar el 2 de diciembre en el Teatro Romea, referente de la cultura de la Región, con la asistencia de todos los grupos de interés como acto final de celebración y agradecimiento.

Proyecto Hombre Murcia

Prensa y enlaces

Presentación 30 Aniversario

[www://](#)

Vídeos de campaña

[www://](#)

[www://](#)

XXV Jornadas Nacionales

[www://](#)

Cadena Ser

[www://](#)

La verdad

[www://](#)

[www://](#)

[www://](#)



Proyecto Hombre Sevilla

Nueva campaña de sensibilización Actúa

Proyecto Hombre Sevilla presentó a mediados del presente año su nueva campaña de sensibilización **ACTÚA**, cuyo objetivo principal es dar a conocer nuestro **programa de Proyecto Joven**. El mismo se presentó hace ya más de 30 años y trabaja con **población adolescente de 14 a 21 años y sus familias**, quienes han dado el paso y han solicitado nuestra ayuda por sentirse “perdidos” a la hora de saber cómo gestionar los problemas relacionados con el uso o abuso de sustancias, las conductas disruptivas, el uso abusivo de las TricS, o la problemática relacionada con la violencia doméstica. ACTÚA pretende ser una vía de comunicación ante esta realidad.

En este sentido, la dificultad para hablar y manejar las emociones, la falta de apoyo social y emocional, y por supuesto el abuso de sustancias, entre otros aspectos, pensamos que requieren de un abordaje integral de esta realidad. En este sentido, promover estrategias de sensibilización como nuestra campaña ACTÚA, desde la que se aborden los factores de riesgo y protección y se lleve a cabo un trabajo holístico con la familia también como protagonista, se antoja básico a la hora de poder cambiar la problemática que estamos presentando.

Y algo es claro, no hay que esperar a que el joven tome conciencia de los riesgos que su conducta puede tener a corto o medio plazo, hay que tomar decisiones como padres y, ante la duda, hay que ACTUAR.

La difusión en redes, medios de comunicación y transporte público en Sevilla están haciendo que el alcance de esta campaña sea todo un éxito.



Proyecto Hombre Valencia

Celebración de la jornada “Diversas miradas ante las adicciones” en el marco del 40º aniversario

El pasado 30 de octubre de 2025, Proyecto Hombre Valencia celebró la jornada técnica **“Diversas miradas ante las adicciones”**, un encuentro para reflexionar sobre los retos actuales en la prevención, el tratamiento y la comprensión de las adicciones. El acto se enmarcó dentro de las actividades conmemorativas del 40 aniversario de la entidad y contó con la **asistencia de más de 150 personas, entre profesionales del ámbito social y sanitario, así como estudiantes universitarios interesados en la materia.**

La jornada se abrió con la inauguración institucional, que contó con la participación de Aurora Aranda Heras, presidenta de la Fundación Arzobispo Miguel Roca y Marta Torrado, concejala de Servicios Sociales y Mayores del Ayuntamiento de València.

Entre las ponencias destacadas, **Phaedon Kaloterakis, presidente de la Federación Europea de Comunidades Terapéuticas**, ofreció una mirada internacional bajo el título “El problema mundial de las drogas y lo que aportan las comunidades terapéuticas en el actual contexto global”, presentado por Oriol Esculies, delegado internacional de Proyecto Hombre.

Posteriormente, Sebastián Mora, de la Universidad Pontificia Comillas, abordó las adicciones desde una perspectiva social, y el magistrado Alberto Blasco ofreció una visión jurídica. La jornada concluyó con una **mesa de debate sobre salud mental y adicciones**, con los doctores José Martínez Raga, vicepresidente de la Sociedad Española de Patología Dual y Benjamín Climent, presidente de Socidrogalcohol.



¡Muchas gracias!