

El vídeo 'CONEXIÓN' se alza ganador de la 3ª edición de Efecto MIL, el proyecto de la Fundación Atresmedia que promueve el uso positivo de las RRSS entre los jóvenes

La iniciativa, que cuenta con la colaboración de Fundación Telefónica, reconoce el talento de jóvenes entre 16 y 25 años para concienciar sobre los riesgos digitales a través de la creación y difusión de un vídeo en redes sociales. Esta edición ha logrado récord de participación con cerca de 700 inscripciones

El equipo compuesto por Lucía Espada, Inés Martínez y María José Flores ha sido el ganador de la 3ª edición con 'CONEXIÓN', una pieza que refleja la problemática de la adicción a las redes sociales. El vídeo 'Tu tiempo es valioso', creado por Paloma Bosch y Lucía Llopis, ha recibido una mención especial

La presentadora Rocío Martínez (Antena 3 Deportes) ha conducido el acto en el que Patricia Pérez, directora general Corporativa de Atresmedia y directora de la Fundación Atresmedia, junto con Carlos Ignacio Palacios, responsable Global de Acción Social y Voluntariado de Fundación Telefónica, han hecho entrega de los trofeos

27/06/2024

La **Fundación Atresmedia, con la colaboración de Fundación Telefónica**, ha premiado una vez más el talento creativo de los jóvenes que hacen un buen uso de las redes sociales. Así, hoy ha celebrado la entrega de premios de **'Efecto MIL', que en su tercera edición ha recibido cerca de 700 inscripciones, un 39% más que la anterior y récord de participación.** El vídeo **'CONEXIÓN'** sobre la adicción a las redes sociales, creado por **Lucía Espada, Inés Martínez y María José Flores** ha resultado ganador de esta edición, mientras que el jurado ha decidido otorgar una mención especial a **'Tu tiempo es valioso'**, elaborado por **Paloma Bosch y Lucía Llopis**, que aborda la misma temática.

'Efecto MIL' es un proyecto que tiene el **objetivo de sensibilizar a los jóvenes sobre los riesgos digitales implicándolos en su prevención.** Para ello, promueve que jóvenes de entre 16 y 25 años **desarrollen su creatividad responsable**, animándolos a crear y difundir **vídeos de menos de un minuto en redes sociales sobre los temas propuestos** -los peligros de los retos virales, el acoso en redes sociales, los discursos del odio, las *fake news* y la adicción a las redes sociales- **con el objetivo de tener un impacto positivo en la sociedad y, en concreto, en los jóvenes de su entorno.**

Además, esta tercera edición, ha contado con la colaboración de 86 entidades, entre las que destacan universidades, centros educativos, oficina de información juvenil, escuelas de creatividad y ONG, que han participado en su difusión.

Rocío Martínez, periodista y presentadora de Antena 3 Deportes y de Radioestadio Noche en Onda Cero, ha sido la maestra de ceremonias de la gala de entrega de premios, celebrada este jueves, 27 de junio, en la sede de Atresmedia, que ha contado con la intervención de **Josep Pedrerol**, director y presentador de 'Jugones' y 'El Chiringuito de Jugones', quien ha querido felicitar a los ganadores y finalistas.

Al acto también ha asistido **Patricia Pérez**, directora general Corporativa de Atresmedia y directora de la Fundación Atresmedia, y **Carlos Ignacio Palacios**, responsable global de Acción Social y Voluntariado Fundación Telefónica, quienes han hecho entrega de los trofeos. Por su parte, **Susana Gato**, directora de Sostenibilidad del Grupo y adjunta a la dirección de la Fundación Atresmedia; **Pedro Ramírez**, jefe de Seguridad y Protección de Telefónica; y **Jaime López Amor**, responsable de Branded Content y Transmedia de Buendía Estudios y tutor de la formación de Efecto MIL, han sido los encargados de entregar los diplomas de reconocimiento a todos los finalistas.

Los ganadores de la 3ª edición de 'Efecto MIL'

Un jurado formado por profesionales de diversos ámbitos de la comunicación audiovisual, el marketing y la publicidad, así como por jóvenes empleados del Grupo Atresmedia y Fundación Telefónica, ha seleccionado el vídeo ganador atendiendo a los criterios de creatividad, innovación, claridad del mensaje o capacidad de movilización social y también ha tomado en consideración el éxito de difusión en las redes sociales que han logrado las campañas.

Lucía Espada, Inés Martínez y María José Flores, de 20 años, forman el equipo ganador de esta tercera edición con su vídeo sobre la adicción a las redes sociales **'CONEXIÓN'**. El vídeo se presenta desde la perspectiva del móvil, que se siente abandonado cuando la protagonista decide reducir su uso y centrarse en otras actividades. Así, la pieza busca concienciar a los jóvenes, comparando el uso excesivo del móvil con una relación tóxica destacando la importancia de las conexiones fuera de la pantalla. Según las creadoras: *"El objetivo de esta campaña es personificar la relación que tenemos con el móvil desde el punto de vista del propio dispositivo, que en este caso se siente abandonado. Así, pretendemos concienciar a los jóvenes de que la verdadera conexión es la que está fuera de la pantalla y nos hace sentir vivos"*.

Además, el vídeo **'Tu tiempo es valioso'**, sobre la misma temática, elaborado por **Paloma Bosch y Lucía Llopis, de 22 años**, ha una mención especial. La pieza plasma el peligro del uso excesivo de las redes sociales, representando a un adicto como un preso condenado a años de prisión. Al final, se revela que la condena representa el tiempo de vida perdido por dedicar demasiadas horas diarias a las redes sociales.

Los finalistas de esta edición también han estado presentes en la ceremonia de entrega: **Clara Pacios**, de 16 años, con el vídeo '**No puede ser**'; **Emilia Giulianna Nieto**, de 21 años, **Bruno Marín**, de 19 años, **Valentina Rodríguez**, de 23 años, con el vídeo '**Cada like es un golpe más**'; **Jose Hervías**, de 20 años, **Ángel Villoslada**, de 20 años y **Jesús Javier Untoria**, de 21 años, con el vídeo '**Ciberaducción**'; **Lucía Marín**, de 19 años, y **Sergio Nieto**, de 22 años, con el vídeo '**Que las redes no sean su máscara**'; **Lucía Perales**, de 20 años, y **Laura Solís**, de 22 años, con el vídeo '**Que las redes no te lleven**'; **Diego Rodríguez**, de 18 años, **Alejandro Muñoz**, de 20 años y **Vincenzo Stura**, de 19 años, con el vídeo '**Adivina Quién Mira**'; y **Óscar García**, de 21 años, **Daniel Serrano**, de 21 años y **Mario Qiantao**, de 21 años, con el vídeo '**Laberinto Digital**'.

El equipo ganador recibirá **un pack tecnológico a elegir valorado en 3.000 euros y podrá vivir desde dentro Atresmedia**, formando parte durante un día del equipo de Antena 3, laSexta y Onda Cero, y conociendo de primera mano el proceso de elaboración, verificación y difusión de las noticias. Además, la mención especial recibirá como premio una **experiencia en 42 Madrid de Fundación Telefónica**, uno de los campus de programación más innovadores del mundo donde recibirán una formación gamificada y práctica.

Asimismo, para ampliar su alcance y que sirva como inspiración a los jóvenes participantes de posteriores ediciones, tras el acto de entrega de premios, la pieza ganadora se difundirá en **la página web de la [Fundación Atresmedia](#), en la de [Fundación Telefónica](#) y en la propia del proyecto [Efecto MIL](#), así como en las redes sociales de Fundación Atresmedia ([Instagram](#), [X](#), [TikTok](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#))**, de '**Efecto MIL**' ([Instagram](#), [Twitter](#), [TikTok](#)) y de **Fundación Telefónica**.

Dada la gran acogida de este año, **la Fundación Atresmedia pondrá en marcha la cuarta edición de esta iniciativa a finales del año 2024**, para dar a más jóvenes la oportunidad de que puedan utilizar las redes para sensibilizar y generar impacto social.

Sobre la Fundación Atresmedia:

En la [Fundación Atresmedia](#), sensibles a las oportunidades, los retos y los riesgos que presenta para los niños y los jóvenes el actual entorno de acceso masivo a la información, queremos acercar a niños y jóvenes el valor de la comunicación a través del impulso de la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI). Hemos estructurado nuestra actuación en torno a tres ámbitos: investigación, sensibilización y aprendizaje, centrados en el impulso del pensamiento crítico, como herramienta fundamental para combatir la desinformación, en la promoción de la creatividad responsable y en el fomento de los valores como la libertad de expresión, la empatía, la tolerancia y el respeto, para conseguir que la ciudadanía del futuro sea más crítica y libre.

Sobre Fundación Telefónica:

En [Fundación Telefónica](#) hacemos nuestro mundo más humano impulsando la inclusión digital. Queremos ser parte activa de una sociedad más justa en la que las personas puedan desarrollar todo su potencial, utilizando la fuerza transformadora de lo digital, para lograr un mayor progreso social. Por ello, fomentamos el desarrollo de habilidades digitales a través de soluciones innovadoras que cambian la vida de las personas para mejorar su empleabilidad, reducir la brecha educativa y hacer frente a la nueva vulnerabilidad social y digital. Lo hacemos a través de un modelo de intervención directa, diferencial e innovador centrado en las personas y de la mano de socios estratégicos para lograr un mayor impacto social.