



Conclusiones del Seminario de Trabajo:

“Estrategias de Comunicación de la Información sobre Drogas”

¿Qué comunicar?

¿Cómo comunicar?

¿Cómo aprovechar la información?



INDICE DE CONTENIDOS

1. *Objetivos de las encuestas sobre drogas*
2. *Contexto teórico y reflexiones previas sobre Comunicación y Drogas*
3. *Conclusión*
4. *Seminario de trabajo: Estrategias de comunicación de la información sobre drogas:*
 - *Organismos*
 - *Objetivo*
 - *Desarrollo de la jornada*
5. *Listado de participantes*
6. *Recomendaciones*
 - *¿Qué comunicar?*
 - *¿Cómo comunicar?*
 - *¿Cómo aprovechar la información?*



OBJETIVOS DE LAS ENCUESTAS SOBRE DROGAS

- *Aportar información útil en el proceso de toma de decisiones de los actores que trabajan en el ámbito de las drogas (administración, servicios sanitarios, organizaciones sin ánimo de lucro y ONG, entidades prestadoras de servicios de prevención, asistencia e inserción social, etc.).*
- *Orientar el desarrollo y evaluación de intervenciones destinadas a reducir el consumo y los problemas asociados.*
- *Aportar información útil en el proceso de toma de decisiones de las personas y de las familias ante el consumo de drogas.*
- *Sensibilizar e informar a la población ante los problemas individuales, familiares y sociales que genera el consumo de sustancias.*



CONTEXTO TEÓRICO y REFLEXIONES PREVIAS SOBRE COMUNICACIÓN y DROGAS

- De acuerdo con BERGER y LUCKMANN *la información emitida* (“qué” y “cómo” se cuenta) *contribuye*, junto con otros factores (la interacción, el contexto social y familiar,...) *a construir representaciones sociales* como “*visiones consensuadas de la realidad*” y cuya función es “*fijar la identidad social de los individuos*” (PERALES, A.).
- Como señala McCOMBS, el *papel de los medios de comunicación* como *emisores/amplificadores/generadores* de la imagen social sobre la realidad, ha sido profusamente estudiado.
- La Administración también emite información y como ejemplo del *interés que tiene para la Administración* la *forma* de emitir información sobre drogas tenemos el monográfico editado por el *Observatorio de Drogodependencias de Castilla-La Mancha*, *De la alarma a la banalización: los retos de la información sobre drogas en el siglo XXI, nº 6. 2010.*



Begoña del Pueyo en *“De la alarma a la banalización: los retos de la información sobre drogas en el siglo XXI”* señala que:

- **“Ley de rendimiento decreciente”**: en **comunicación** explica que **una situación que pasa de excepcional a habitual, deja de tener interés**. Según el Barómetro del CIS, hace años que las drogas no figuran entre las preocupaciones fundamentales de los españoles. Eso **desplazó las drogas del centro del debate social** y provocó la **equívoca opinión de que ya no había problema con las drogas**.
- **Para contrarrestar esa “invisibilidad”**, las estadísticas centraron la atención exclusivamente en los consumos, bajo el signo de la alarma; así por ejemplo un 3,5% de jóvenes que consumían éxtasis parecían pesar más que el 96,5% que nunca lo había probado y los consumos experimentales de hachís y otras sustancias se mezclaron con los que hacían necesario el ingreso en un centro de rehabilitación.
- **La relevancia otorgada a los consumo parece ocultar que la mayoría de los jóvenes no lo hacen, salvo sustancias domésticas encabezadas por el alcohol**. Del Pueyo afirma que un estado de opinión centrado en el consumo convierte la percepción social sobre ellas en una **“profecía autocumplida”**, al situarlo como **“norma de comportamiento”**. **“Si estamos convencidos de que todos consumen, si los jóvenes incorporan y hacen suya la idea, los que quieren sentirse integrados en el colectivo, sentirán que tienen que hacerlo”**.



Dirección General de Salud Pública

A iniciativa del **Ministerio de Sanidad y el Plan Nacional sobre Drogas**, en febrero de 2005 se constituyó el **Foro “La Sociedad ante las Drogas”**, para **sumar esfuerzos y sensibilizar a la sociedad** sobre las consecuencias del consumo de drogas. El Foro se estructuró en 3 **grupos de trabajo**: Familia, Medios de Comunicación y Juventud. El grupo de **Juventud** se reunió sobre la base de un acuerdo inicial; la **centralidad de las políticas preventivas** por ser las que impulsan de manera más poderosa las posibles soluciones al problema.

A finales del año 2005 este grupo de trabajo hizo público un documento (<http://www.pnsd.msc.es/Categoria3/prevenci/Juventud.htm>), en el que se intenta valorar las políticas preventivas llevadas a cabo en nuestro país en la última década y **fijar nuevas vías de intervención**. Estas vías quedan resumidas en **21 recomendaciones**, entre las que destacamos las dos siguientes:

1. Las políticas públicas en la materia deben **trabajar para cuestionar críticamente el binomio juventud/consumo de drogas**.
2. Es necesario **reforzar percepciones sociales equilibradas sobre los consumos de drogas**, que **huyan tanto del tremendismo como de la indiferencia**.



CONCLUSIÓN

- *Es necesario fomentar nuevas estrategias de comunicación sobre las drogas, adaptadas a la realidad actual del fenómeno.*
- *El Observatorio sobre Drogas del Servicio de Evaluación de Salud y Programas de la Dirección General de Salud Pública del Principado de Asturias consideró adecuado abrir un proceso de reflexión sobre la manera de comunicar los resultados sobre el consumo de drogas.*



Seminario de Trabajo ***Estrategias de Comunicación de la Información sobre Drogas***

- ***Objetivo:*** recoger la opinión de informantes cualificados para ***diseñar una estrategia de comunicación de los resultados*** para Asturias de la Encuesta ESTUDES 2010.
- ***Organismos:*** Planes Municipales de Drogas y de Organizaciones Sin ánimo de Lucro, Asociaciones de Padres de Alumnos, Servicios de Atención Primaria y Salud Mental de SESPA y organismos de la Administración autonómica y de la Universidad de Oviedo, todas ellas relacionados con el consumo de drogas en población joven.
- ***Desarrollo de la Jornada:***
 - ***Primera parte repaso a los resultados*** básicos para Asturias de la encuesta ESTUDES 2010 mediante presentación PowerPoint, previamente enviada a los participantes.
 - ***Segunda parte, discusión abierta*** sobre cuestiones surgidas a partir de los resultados.
 - ***Tercera parte, propuestas o conclusiones*** en torno a tres preguntas centrales:
 - ***Qué comunicar***
 - ***Cómo Comunicar***
 - ***Cómo utilizar la información en mi trabajo diario.***



PARTICIPANTES

<i>ORGANISMO CONVOCADO</i>	<i>ASISTENTE/s</i>
Plan Municipal de Drogas de Oviedo	Orlando Menéndez
Plan Municipal de Drogas de Mieres	Ana Belén y Susana Velasco, Integradora Social del Ayuntamiento
Plan Municipal de Drogas de Lena	Belén Álvarez Delgado
Plan Municipal de Drogas de Mancomunidad Valle del Nalón	José Antonio Ríos
Plan Municipal de Drogas de Siero	Verónica y Susana Moreno Rodríguez, representante asociación MISTOS.
Cruz Roja Asturias	Elsa Granda Luaces
Conseyu de la Mocedá del Principado de Asturias	Carlos Corrales González
CESPA-Proyecto Hombre	Arancha Fernández Rodríguez
Atención Primaria.	Coordinadora de Enfermería. Estrella Bosque Morán
Salud Mental. Área 8	Celso Iglesias
Salud Mental. Área 5	José María Fernández
Universidad de Oviedo. Grupo de Conductas Adictivas de la Facultad de Psicología	Roberto Secades Villa
Universidad de Oviedo. Grupo de Conductas Adictivas de la Facultad de Psicología	José Ramón Fernández Hermida
Observatorio de la Infancia y la Juventud	Carlos Becedóniz
Observatorio de Salud en Asturias	Rafael Cofiño
Unidad de Coordinación del Plan de Drogas de Asturias	José Ramón Hevia, Nadia García, Camino Gontán, Mónica Regueira, Luisa González, Antón González



RECOMENDACIONES



QUÉ COMUNICAR

- *De acuerdo con el paradigma bio-psico-social, incorporar a los datos estadísticos los efectos del consumo de drogas a nivel biológico, psicológico y social.*
- *La diferencia entre sustancias legales de las ilegales, y los peligros añadidos de las últimas.*
- *Advertir del consumo ilegal de sustancias legales lo que conlleva importantes riesgos añadidos.*
- *El sesgo de género en el consumo de sustancias. Por ejemplo el existente entre las sustancias legales e ilegales.*



- *El NO consumo, ya que la norma es No Consumir o consumir poco o muy poco. De esta forma se ataca la creencia normativa de que la pauta generalizada es el consumo y se refuerza la conducta de las personas No consumidoras y su conducta.*
- *La importancia de la participación de la familia en la prevención y concretamente la pauta de consumo familiar y la actitud hacia el mismo. Advertir de la responsabilidad legal de la familia de los actos llevados a cabo por los menores.*



CÓMO COMUNICAR

- *Priorizando las actuaciones preventivas antes de alcanzar las edades de inicio al consumo, es decir antes de los 13-14 años.*
- *Utilizando los servicios de la asistencia sanitaria pediátrica, entre los 12 y los 14 años para prevenir, vigilar, informar y advertir a los padres y a las personas jóvenes de los riesgos biológicos, psicológicos y sociales del consumo y particularmente de los consumos de mayor riesgo (*borracheras* y *atracones*).*



- *Según el lugar de acceso a la sustancia; tiendas, bares, mercado ilegal, etc.*

- *Respecto a la Atención Especializada Se recomienda:*
 - *El Consejo breve en casos de **ingresos en urgencias por intoxicación etílica**.*

 - ***Advertir** sobre la tendencia a la **medicalización** de determinadas situaciones que deberían ser afrontadas por otras vías.*



- *Utilizando información clara, coherente, fiable, realista y basada en evidencias empíricas.*

- *Destacando los beneficios del no consumo. Por ej: “aunque hay un porcentaje de la población que es consumidora de cannabis, la mayor parte (%) no consume esta sustancia, lo cual repercute en un mejor rendimiento en los estudios, menor riesgo de accidentes ...”; “Frente al % de la población que consume alcohol de forma habitual, el % no lo hace. Si el nivel de consumo considerado de riesgo descendiese, esto repercutiría de forma positiva en....”*



- *Reforzando la **colaboración entre administraciones**, particularmente la **socio-sanitaria**.*
- *Manteniendo la **coherencia en los mensajes emitidos** e intentando **llevar esta coherencia a todos los actores** implicados para reforzar el mensaje emitido.*
- *Reforzando los **mecanismos de participación familiar**.*



- *Contando con la opinión y colaboración de los/as jóvenes sobre “Cómo comunicar”:*
 - *Contando con su **participación** y teniendo en cuenta su visión y sus aportaciones sobre el tema.*
 - *Utilizando **materiales** trabajados conjuntamente con ellos/as e implantados con sus metodologías de acción empleando **voluntariado y mediadores juveniles**.*

- *Utilizando las **Redes sociales**.*



CÓMO UTILIZAR LOS RESULTADOS

- En **prevención** para informar a las personas jóvenes sobre **la situación real de las conductas** de consumo y **atacar** así **la creencia normativa** del consumo generalizado.
- Para **motivar a participar** en las acciones de prevención a los **padres** y a otros agentes sociales.
- En **pediatría** útil en relación a las **edades de inicio**.
- En **salud mental** en relación al consumo de **hipnosedantes y tranquilizantes**.
- Para abundar en la necesidad de **coordinación y unificación de los mensajes** por parte de los diferentes actores.
- En el trabajo **con colectivos desfavorecidos o en riesgo de exclusión social**.



REFERENCIAS DOCUMENTALES y BIBLIOGRÁFICAS

- *BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas, 1986. "La construcción social de la realidad". Buenos Aires: Amorrortu.*

- *PERALES, A. "Drogas y medios de comunicación".
<http://www.auc.es/Documentos/Documentos%20AUC/Docum2007/Drogas%20y%20medios%20de%20comunicacion.pdf>).*

- *McCOMBS, Maxwell. "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo"
<http://www.catedraa.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/Influencia-de-las-noticias-sobre-nuestras-im%C3%A1genes-del-mundo.pdf>).*

- *Varios autores: De la alarma a la banalización: los retos de la información sobre drogas en el siglo XXI, nº 6. 2010. Observatorio de Drogodependencias de Castilla-La Mancha.*