



INFORMARSE Y FORMARSE



Financiado por:



INFORMARSE Y FORMARSE



La prevención de drogodependencias, como muchos ámbitos de la educación para la Salud ha de tratarse desde la perspectiva del grupo de iguales, y la formación integral de la persona, sin necesidad de dramatizar en exceso sobre los peligros de las drogas, ofreciendo alternativas desde la perspectiva de la educación para la salud.

Existen muchas clases de drogas, no solamente el hachís, la cocaína o la heroína sino también el alcohol, la cafeína, la nicotina o los fármacos.

El inicio y el consumo continuado de una o varias sustancias no es un hecho aislado, ni simple, sino que puede deberse a la combinación de diversos factores: la presión del grupo, la personalidad del que consume, el ambiente que le rodea, problemas económicos o familiares, etc. No se debe simplificar este tema hasta el punto de asociar el inicio o mantenimiento de una conducta adictiva con determinados estereotipos.

¿Qué podemos hacer?

- Entender la prevención de drogodependencias como proceso integral incluido en la educación para la Salud.
- Abordar integralmente el tema de la Promoción de la Salud.
- Romper mitos y falsas creencias asociados al tema de las drogodependencias y el consumo de drogas.

Para trabajar la prevención incidiremos en distintas áreas: sensibilización, información y actuación. Según los distintos niveles de intervención hablamos de:

Prevención Universal: se dirige a toda la población que se desea prevenir, no consumidora y es un tipo de prevención que desea fomentar habilidades, clarificar valores, dotar de habilidades para la vida, etc.

Prevención Selectiva: se dirige a grupos que tienen más posibilidades de consumir que la media de sus pares, los llamados grupos de riesgo. No consumen, pero el riesgo de que lo hagan es muy evidente.

Si nuestra intervención se dirige a algún grupo en concreto de la comunidad que ya cuenta con miembros consumidores o experimentadores y que además, presentan problemas de comportamiento que les afectan lo denominaremos **Prevención Indicada**.

Nuestra labor como educadores se centra sobre todo en la información, modificar ideas y opiniones, El objetivo general sería producir cambios en las personas y sus contextos. Tratamos de modificar los factores de riesgo y fortalecer los factores de protección. Descarga el Manual de Formación de Mediadores del Instituto de Adicciones de Madrid.

La Promoción de la salud persigue el desarrollo integral de las personas dotando de empowerment para mejorar la salud y ejercer un mayor control sobre la misma.

Los objetivos de la Promoción de la Salud:

- Desarrollar hábitos y costumbres sanas en la gente.
- Modificar las pautas de comportamiento de la gente, cuando los hábitos o costumbres individuales son insanos o peligrosos para la salud.
- Promover la modificación de aquellos factores externos a los individuos que influyen negativamente en su Salud.
- Lograr que los individuos y grupos organizados de la comunidad acepten la Salud como patrimonio de la comunidad y derecho de las personas.

Las drogas no constituyen una realidad única, sino que están caracterizadas por una notable diversidad. La principal característica que todas las drogas comparten es la “**psicoactividad**”. Para determinar qué efectos pueden producir las drogas hay que considerar, en primer lugar, cuáles son sus principios activos. Las experiencias y los efectos son distintos en las personas y dependen de diversas circunstancias:

- La composición y riqueza del producto (cantidad de principio activo, presencia de adulterantes).
- Las características fisiológicas del consumidor (edad, sexo, complejión física, estado del organismo en el

momento de tomar la droga, etc.).

- La personalidad del consumidor.
- Las expectativas del consumo (lo que le han dicho que produce y, por lo tanto, espera conseguir al tomarla).
- Las experiencias previas con la droga en cuestión.
- La frecuencia de uso.
- El ambiente en que se consume (espacio físico, personas con las que se consume, etc.).

De la misma forma que varían las sustancias, también cambian los hábitos de consumo y los espacios para hacerlo. Hechos como el aumento de edad legal para el consumo de alcohol y tabaco, los horarios de cierre de los bares, la publicidad, la subida de impuestos y por tanto de los precios han sido importantes condicionantes de estos cambios.

Factores como el riesgo de lo prohibido, lo desconocido, también provocan placer, sobre todo en una edad en la que parece que continuamente hay que demostrarse, y demostrar a los otros, al grupo de iguales, hasta dónde eres capaz de llegar, que tú también puedes, que tú también eres de los suyos... También la problemática de las pastillas, unidas a las fiestas rave y a las formas de vivir el ocio en el fin de semana. Es este un problema que no podemos dejar de lado, sobre todo por lo desconocido de los componentes de muchas de estas pastillas, y por la escasa percepción del riesgo que

tienen los jóvenes ante las mismas, coincidiendo con una escasa o poco acertada información sobre las posibles complicaciones y efectos secundarios suscitados por dichos compuestos: deshidratación, golpes de calor... El consumo de drogas no es en absoluto propio de la juventud, pero sí que lo son las pautas asociadas a su consumo, normalizadas, propias de su edad y del grupo con que se relaciona y que adquiere todo su sentido en la utilización del tiempo libre y las actividades desarrolladas en torno al ocio y la diversión. El modelo de consumo de drogas predominante es el policonsumo en función del contexto, objetivo buscado, incluso unido a una estética determinada.

Aunque existen varios tipos de criterios de clasificación de las sustancias o drogas, atendiendo a su legalidad, a su aceptación social, etc., a continuación os ofrecemos la clasificación que se establece si tenemos en cuenta el criterio de los efectos que producen sobre el sistema nervioso central. [Pincha aquí.](#)

ROMPIENDO MITOS

En la mayor parte de las culturas han existido drogas, alrededor de muchas de estas sustancias se han creado falsas creencias que a menudo han propiciado el consumo. Muchas veces están tan arraigadas en la sociedad que pasan a formar parte de la creencia popular a través de dichos y refranes.