

# PREVENIR LAS DROGAS DESDE LA COMUNIDAD EDUCATIVA

## Una propuesta desde la Educación para la Salud y el Consumo

*Ángel Gómez Mediavilla*

**RESUMEN:** El artículo intenta recoger algunas reflexiones relativas al tratamiento en el ámbito escolar de dos fenómenos que son relevantes en la vida de las personas: las drogas y el consumo. Desde la Educación para la Salud, desde la Educación para el Consumo aparecen parcelas comunes de trabajo, posiblemente con parecidos criterios pedagógicos, posiblemente con estrategias y métodos muy similares, y desde luego, en ambos orientadas a favorecer la autonomía y el criterio propio en la toma de decisiones por parte del alumno.

En él se abordan tres aspectos fundamentales: la función de la publicidad, el valor de la información en la prevención de las drogas y algunas pistas metodológicas que traducen en acciones algunas de las consideraciones del artículo. Seguro que no son todas las posibles, pero aquí se profundiza en las artes plásticas en el aula como estrategia de prevención, por su mayor relación con el lenguaje publicitario.

**ABSTRAC:** The article tries to collect some reflections regarding two outstanding things in people's life, within the school world drugs and consumption. From health's education and consumption's education there are common areas of work, probably with very similar methods, strategies pedagogical views, but both of them are aimed to look with favour on personal approach at decision-making.

There are three main aspects in this article: publicity's function, information's importance in drugs prevention and methodological clues that turned into actions some reflections from the article. Probably these are not all, but we want to go deeply into plastic arts within the classroom as a precautionary strategy, due to its relation with publicity language.

Sirvan estas líneas para plantear diversos aspectos que tratan por separado tres temas que tienen innumerables puntos de conexión: Educación,

consumo y prevención de drogas. Se van a ir desgranando algunos aspectos que desde mi punto de vista son relevantes para situar objetivos, metodologías y estrategias de intervención que abundan en un adecuado desarrollo personal, en la reducción del uso indebido de drogas y en una mejor educación para el consumidor.

Es importante decir que no son todos, y que desde luego se quedan algunos aspectos también relevantes, pero la propuesta que se plantea se sitúa a dos niveles: uno de reflexión sobre los puntos comunes entre las tres disciplinas, y otro en cuanto a algunas propuestas metodológicas que pudieran ser algo más innovadoras dentro del aula. Pero sobre todo estas líneas pretenden animar a abordar la prevención de drogas, la mejora de hábitos de consumo con una orientación más didáctica, más personal y más creativa.

## 1. HASTA DONDE LA PUBLICIDAD INFLUYE EN EL USO INDEBIDO DE DROGAS

No es preciso abundar demasiado en la multiplicidad de factores que condicionan el consumo de drogas, pero sí es cierto que existen algunos de ellos en los cuales la publicidad y los hábitos de consumo tienen directa o indirectamente algo que ver. No son todos pero teniendo en cuenta la complejidad del fenómeno y la necesidad de estructurar didácticamente la fundamentación teórica de la prevención sobre las drogas y los hábitos de consumo, obligan a referirse a algunos factores de riesgo principalmente a nivel individual y a nivel social, que nunca aparecen en estado puro, que se entremezclan con otros que aquí no se apuntan pero que influyen en ambos tipos de conducta.

En cada uno de ellos se proponen algunos elementos de diagnóstico, así como algunas pautas de actuación útiles para el profesor dentro del aula.

### 1.1. LOS RIESGOS RELACIONADOS CON EL INDIVIDUO<sup>1</sup>

#### 1.1.1.- *Escaso Sentido Critico*

*¿Me lo creo todo?*

##### 1.1.1.1. Diagnóstico: ¿Cómo se manifiesta en los alumnos?

- Incapacidad para cuestionar lo que dice el profesor.
- Falta de creatividad o poca imaginación.
- Inhibición en situaciones de debate.
- No aportar nunca modificaciones propias a las tareas propuestas por el profesor.
- No cuestionar nunca a los compañeros en los trabajos en grupo.

1. *Actuar es posible. Prevención de drogodependencias en la comunidad escolar.* Plan Municipal de Drogodependencia. Ministerio de Sanidad y Consumo. Madrid. 1998.

1.1.1.2. Pautas de intervención: ¿Cómo mejorar el sentido crítico de los alumnos?

- Creando un clima de confianza en que los alumnos se sientan libres para expresar sus ideas.
- Provocándoles para que se pronuncien sobre el discurso del profesor.
- Dejando espacios para que intervengan.
- Intentando que intervengan en actividades que requieran el uso de la imaginación y la creatividad.
- Asignándoles el papel de portavoces en debates organizados.
- Reforzando sus manifestaciones críticas, cuando éstas sean acertadas.
- Encargándoles tareas abiertas que requieran que improvisen o inventen.
- Favoreciendo que ellos puedan evaluar sus tareas.
- Ayudándoles a que clarifiquen sus ideas y confíen en sí mismos.
- Promoviendo actividades en las que tengan que formular opiniones propias, garantizando un clima exento de censura.
- En los debates no debemos prestar tanta atención a los que piensan, como al hecho de que sean capaces de expresarlo, alentándoles a que defiendan sus opiniones, escuchen a los otros y razonen lógicamente.

1.1.2. *Determinados sistemas de valores y actitudes*

*¿Valoro sólo la diversión, el aquí y el ahora, el éxito, el consumo?*

1.1.2.1. Diagnóstico: ¿Cómo se manifiesta en los alumnos?

- Dificultades para proponerse objetivos a medio o largo plazo.
- Abandono frecuente de las tareas que requieren un esfuerzo.
- Ostentación de llevar marca, tener cosas, etc.
- Desprecio manifiesto por las actividades extraescolares de tipo social, cultural, artístico...

1.1.2.2. Pautas de intervención: ¿Cómo modificar los sistemas de valores y las actitudes?

- Mostrándoles de un modo atractivo valores alternativos que resalten el valor del futuro frente a la sobrevalorización del presente, la importancia de los valores morales y del compromiso ideológico y social, etc.
- Tratando de que no sólo valoren el presente sino también el futuro proporcionándoles tareas que requieran el paso del tiempo para producir resultados.
- Favoreciendo que den contenido ético, solidario y social a sus conductas.

1.2. LOS RIESGOS RELACIONADOS CON LA SOCIEDAD Y LA CULTURA

Además, en lo referido a los determinantes sociales, es claro que algunas de las características de nuestra sociedad favorecen el consumo de dro-

gas. Todos estamos expuestos a la influencia de estos determinantes, pero unas personas son más sensibles que otras a su influencia, dependiendo de su sentido crítico, su capacidad de análisis, su autonomía, etc. Nos interesa, pues, conocer cuáles son los rasgos de nuestra cultura que favorecen el consumo de drogas para intentar neutralizarlos.

### 1.2.1. *Concepción actual del ocio*

- El ocio es concebido en la actualidad como «desconexión», como un tiempo vacío, pobre en actividades enriquecedoras.

- En algunos entornos existe una falta real de alternativas al ocio de carácter consumista y ligado al consumo de alcohol.

- Y en ocasiones, cuando estas alternativas existen, encontramos en los más jóvenes (pero no sólo en éstos) una escasa disposición a utilizarlas.

#### 1.2.1.1. ¿Qué relación tiene con las drogas?

- La concepción actual del ocio como un espacio vacío, paréntesis en la secuencia temporal llena por las «obligaciones», es coherente con las nuevas pautas de consumo de drogas, en las cuales éste se incrementa en los fines de semana y las épocas vacacionales, e incluso hay muchas personas que sólo consumen, aunque de un modo compulsivo, en estos períodos.

- La ocupación del tiempo libre en actividades que giran en torno al consumo de alcohol (aperitivos, tertulias, locales nocturnos, discotecas...) es habitual entre los adultos. Los adolescentes, imitándolos, no hacen sino entrenarse para ser «mayores».

### 1.2.2. *Publicidad*

- La publicidad de las drogas legales asocia su consumo con valores apreciados por los jóvenes: el alcohol se asocia con diversión, juventud, seducción, éxito, deporte; el tabaco con aventura, riesgo, poder, prestigio, deporte...

- La publicidad de algunos productos como alimentos o golosinas dirigida a los niños y jóvenes los presenta en muchas ocasiones como productos con efectos «mágicos» sobre la fatiga, la relación con los otros, la solución de problemas...

- La publicidad sobre las drogas tiene como población-diana principal a los personas entre 18 y 35 años pero sus patrones tienen influencia sobre el resto de la población, incluso entre los menores de edad. Paradójicamente la sociedad se alarma por la situación actual en lo que a consumo de drogas se refiere en el ámbito juvenil, pero no existen voces que consideren la importante influencia de los medios de comunicación social en general y de la publicidad, en particular, sobre estos hábitos de consumo.

– La publicidad, como el resto de los factores, es un elemento más que condiciona el uso indebido de drogas, que teniendo una influencia importante no es determinante.

– La publicidad tiene una vinculación directa con otros factores que generan el consumo de drogas como puede ser el sistema de valores. Refuerza estilos de vida asociado a valores como el éxito social, las relaciones de pareja, la libertad, el riesgo, la independencia...

#### 1.2.2.1. ¿Qué relación tiene con las drogas?

– La publicidad de alcohol y tabaco, como toda publicidad, incita al consumo de estos productos y está dirigida en muchos casos al público juvenil.

– La publicidad de productos de consumo infantil y juvenil se presenta a menudo como remedios mágicos para divertirse, reanimarse, hacer amigos... Esto les acostumbra a creer en la posibilidad de resolver este tipo de situaciones de forma instantánea, sin esfuerzo personal. El uso de determinadas drogas entre los adolescentes cumple precisamente funciones de este tipo.

#### 1.2.2.2. Prevención de drogodependencias y publicidad

– La publicidad es, sin embargo, un elemento útil para la prevención en dos vertientes, la meramente sensibilizadora que busca poner de moda una forma de actuar, y la informativa, que pretende que las personas sepamos más sobre un tema determinado. La publicidad es un instrumento más, eficaz y útil, pero un elemento más, para hacer prevención.

– Las acciones de prevención de drogodependencias realizadas con soporte publicitario exigen una estrategia similar a la que se realiza en otros ámbitos (mensaje y lenguaje adecuado, estético, próximo al «consumidor»...), teniendo en cuenta además la relación entre la publicidad y el refuerzo o cambio de valores y estilos de vida, el desarrollo del sentido crítico, o la capacidad de tomar decisiones por uno mismo, factores sobre cuyo déficit se construye.

#### 1.2.3. Sistema de valores dominante

– Algunos de los valores dominantes en la actualidad son coherentes con el uso de drogas: el presentismo, el predominio de lo estético frente a lo ético, el hedonismo excesivo y el consumismo.

#### 1.2.3.1. ¿Qué relación tiene con las drogas?

– Presentismo: las drogas producen gratificaciones inmediatas, mientras que las consecuencias negativas de su uso tienen lugar habitualmente más en el medio y largo plazo que en el corto.

– Predominio de lo estético: las nuevas pautas de consumo de drogas (véase apartado 2.3) se caracterizan precisamente, por estar vaciadas de todo contenido ideológico y por valorar exclusivamente la apariencia externa.

– Hedonismo: las drogas proporcionan un placer inmediato a cambio de poco esfuerzo.

– Consumismo: En una sociedad en que todo se soluciona mediante «actos de consumo» (comprar para combatir la depresión, reunirnos para beber, tomar medicamentos ante el más mínimo malestar, etc.) el consumo de drogas es una manifestación más de esta sobrevaloración del consumo.

### 1.2.3.2. ¿Cómo se reflejan en los alumnos?

Los condicionantes socioculturales afectarán a todos nuestros alumnos, del mismo modo que nos afectan a nosotros. Sin embargo es esperable que algunos de ellos sean más sensibles a la influencia del sistema de valores dominante, la publicidad, etc. (debido a su menor sentido crítico) y que, por tanto, deberemos incrementar nuestra actuación preventiva sobre ellos.

## 2. RAZONES SOBRE EL PORQUÉ LA EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO ES UN ELEMENTO ÚTIL PARA LA PREVENCIÓN DE LAS DROGODEPENDENCIAS

Las actividades de Educación para el consumo permiten...

- desarrollar sentido crítico ante las influencias del exterior, analizando nuestras conductas, la sociedad en la que vivimos, nuestros patrones de consumo (y el consumo de las drogas se incluye entre ellos)
- modificar determinados sistemas de valores entre los que se encuentra, la inmediatez en la satisfacción de necesidades, el presentismo, la estética, el consumismo... promoviendo valores alternativos incompatibles con el uso/abuso de drogas.
- plantear una utilización de ocio más saludable cuando nos preguntamos acerca de la relación entre sociedad de consumo y sociedad del ocio.
- promover hábitos saludables entre los adolescentes que se encuentran en un período de crecimiento y formación y, además donde existen los primeros consumos instrumentales de drogas.
- desvelar los mecanismos de persuasión de la publicidad. La Educación para el consumo aborda directamente algunos de los factores que influyen en el uso indebido de drogas.
- abordar el consumo responsable, y entre todos los consumos que el hombre realiza se encuentra el de drogas, ayudando a las personas a distinguir entre el uso y el abuso al igual que con cualquier otro tipo de producto o servicio al que un consumidor puede acceder.

### 3. CUANDO LA EDUCACIÓN DEL CONSUMIDOR SE CONVIERTE EN INFORMACIÓN PARA PREVENIR LAS DROGODEPENDENCIAS

#### 3.1. CONSIDERACIONES PREVIAS PARA QUIÉN SE PLANTEE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA ORIENTADA A PREVENIR LAS DROGAS

La intervención en la prevención de drogodependencias, cuando hablamos de la prevención específica, es básicamente informativa. La información, entendida en sentido amplio exige matizaciones: ni toda la prevención es información, ni toda información es preventiva. Sirvan algunas reflexiones para situar las acciones de información en su justo lugar, sin sobrevalorarla, pero tampoco sin pensar que son más importantes otras alternativas a la prevención (control de la oferta, prevención inespecífica: habilidades sociales, ocio y tiempo libre...):

##### 1. *A más cantidad de información, mejor y mayor prevención de las drogas*

No es cierto. Pensemos más en la calidad de la información (adaptada al receptor, sobre los aspectos y de las drogas que más le importan...) que en la cantidad (hablar de todas las drogas y de todos los efectos sobre la salud, informar exhaustivamente de los componentes...)

##### 2. *Una mayor información sobre los efectos de las drogas no significa necesariamente una mayor eficacia en la prevención*

Tampoco es verdad. Afortunadamente cada vez vamos superando la etapa en la que el discurso preventivo se basaba sólo en informar sobre los efectos. Siendo esta importante, la información sobre drogas incluye cada vez más otros aspectos que tienen que ver con las circunstancias que rodean al consumo (las causas, los factores que influyen) así como otros relacionados con la prevención inespecífica (educación, ocio, desarrollo personal...).

##### 3. *La información sobre drogas debe estar orientada a la reflexión y a la crítica sobre nuestros hábitos y formas de vida*

Importa más que la información ayude a plantearnos los porqués que conocer de memoria los componentes y los efectos del consumo de alcohol. La información sobre drogas debe ayudar a pensar sobre los que uno mismo hace. La información se busca preguntando qué son las drogas y porqué las consumimos.

##### 4. *La información de drogas es insuficiente si no viene acompañada de otras medidas de carácter complementario que, si cabe son más importantes que la propia información.*

El desarrollo emocional, las capacidades para la relación social, la tolerancia a las frustraciones, la capacidad para resolver conflictos cobran

mayor impulso después de varios años donde se ha magnificado el valor de la prevención basada exclusiva o principalmente en lo preventivo.

### 3.2. ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE LAS ACTIVIDADES DE INFORMACIÓN SOBRE DROGAS?<sup>2</sup>

Las funciones de información del programa deberían limitarse básicamente a:

#### 3.2.1. *Reducción de la demanda (es decir, que las personas queramos consumir menos cantidad de drogas y que cada vez sean menos los que las consumen)*

Ha sido uno de los principales objetivos de las acciones preventivas, informativas o no, desde que se iniciaron los programas de prevención entendiendo que su eficacia sólo era medible cuando descendía la cantidad de droga consumida y de personas que hacían uso de ellas. Eran planteamientos propios inicialmente de los programas que incidían sobre todo en las drogas ilegales. Posteriormente esta misma orientación se extendió a las drogas legales, cuando nos dimos cuenta de que estas eran vía de entrada y de iniciación hacia otro tipo de drogas y cuando además fuimos cada vez más conscientes de la incidencia del consumo de drogas en la población.

#### 3.2.2. *Reducir el daño (es decir, que aunque consumamos, los efectos sean menos perjudiciales)*

La distinción entre el uso y el abuso también nos plantea la necesidad de que sin renunciar a otros objetivos seguramente más ambiciosos (menos consumidores, menos drogas) también nos debíamos plantear que las personas sean más responsables en su consumo de drogas. Algunos términos como consumo controlado, consumo moderado, uso de drogas vs. abuso... retoman o adquieren un nuevo vigor. Al igual que en el caso anterior.

#### 3.2.3. *Promover la salud (es más importante la salud física y social como objetivo a medio-largo plazo que los consumos instrumentales que se caracterizan por su inmediatez)*

Educar para la salud supone fomentar hábitos, costumbres y comportamientos saludables. Se trata de aprender a cuidar y valorar nuestro cuerpo. El problema de las drogodependencias tiene que ver con la salud en general, el uso y el abuso de drogas se sitúa además al mismo nivel que otros problemas como la alimentación, la higiene... aunque desde luego con un

2. Gómez Mediavilla, A.: *Apuntes sobre prevención de drogodependencias en el ámbito juvenil*. Centro Regional de Animación y Tiempo Libre. Junta de Castilla y León. Palencia, 1995.

mayor nivel de complejidad, porque no nos estamos refiriendo exclusivamente a un problema sanitario sino además a un problema de carácter social. También se trata de cuidar nuestra salud mental, (manteniendo relaciones satisfactorias, creativas, de comunicación, participando en actividades culturales cívicas y recreativas...). En definitiva, se trata de promover hábitos de vida saludable.

Las actividades a desarrollar en este ámbito son prioritariamente de tipo pedagógico lo que implica, entre otras cosas, transmisión de conocimientos, creación de actitudes, de valores y consolidación de comportamientos.

### 3.3. LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN SOBRE DROGAS

Y la información, orientada a uno u otro objetivo ¿Cómo debe ser?

#### 3.3.1. *La información genérica se dirige al conjunto de la población*

Tiene su utilidad, pone en el candelero un problema determinado, da pequeñas orientaciones sobre un aspecto de las drogas. Es una información de usar y tirar. Generalmente se utiliza a través de los mass media o material divulgativo –impreso o audiovisual– que debería limitarse a dar a conocer el enfoque institucional sobre el tema, fomenta la sensibilización y la participación y facilitar el reconocimiento y accesibilidad de los recursos.

#### 3.3.2. *Información veraz, objetiva y completa* sobre todas las drogas, sobre las causas y los efectos, sobre lo bueno y lo malo, sobre su uso y sobre su abuso.

Cualquier información que adolece de estos criterios es desestimada en su totalidad por el receptor, que contrasta la información con su propia experiencia o con la de otros en el círculo más próximo (el caso de los adolescentes que contrastan la información que reciben en el aula con la de su propio grupo de iguales puede ser un buen ejemplo).

En lo que se refiere a una información completa siempre existen dificultades. Los medios de difusión, la falta de tiempo para la reflexión en el aula donde priman otros contenidos, en la familia donde en ocasiones la falta de interés y/o conocimientos no facilitan el dialogo, los hábitos de comunicación, la propia TV... no favorecen una crítica pausada y un conocimiento profundo sobre el tema. En los medios de comunicación la información es cada vez más sintética, más simple y no facilita un conocimiento profundo sobre el fenómeno del consumo de drogas. El aula puede ser un entorno objetivamente eficaz para facilitar una buena información sobre drogas que complemente lo que desde los medios de comunicación se pueda facilitar.

En comparación con estos, e insisto que de forma complementaria, el aula puede dar continuidad, veracidad y una información completa.

### 3.3.3. *Adaptada a las personas*

Cada vez es más importante que la información sobre drogas (igual que cualquier otra información) sea entendible por el que la va a recibir, adaptada en la forma (lenguaje asequible, entendible, que anime a preguntar y a interrogarse sobre las drogas) y en el fondo, en el contenido incluyendo información entre lo vivido, lo real, lo próximo. A realidad más amplia y diversa, mensajes más genéricos. Afortunadamente cada vez la información/formación se adapta cada vez más al auditorio. La información se centra en las personas, en las drogas que le son más próximas, en las motivaciones para su consumo, en los factores que influyen en el, en los aspectos que directamente relacionan al individuo con el consumo de drogas (autoestima, relación social, actividad para el ocio, capacidad para resolver conflictos... El fenómeno de las drogodependencias en su conjunto exige actuaciones dirigidas a grupos homogéneos e integrada en un programa amplio de prevención.

En este caso teniendo en cuenta la edad, pero también otros factores. Veamos.

### 3.3.4. *Adaptada al entorno donde se desarrollan las actividades*

Las drogas son usadas de diferente manera y vividas de distinta forma en la familia, la empresa, los adolescentes, el medio rural, el urbano, el ocio, el hogar... La información sobre drogas debe relacionarse con el entorno en que se produce su consumo, al tipo de drogas.

Un ejemplo: Cómo influye el consumo de drogas en el rendimiento laboral o en la incidencia de accidentes de trabajo en es caso de la prevención de Drogodependencias en el ámbito laboral.

### 3.3.5. *Continuada*

Esta es, sin duda, una de las mayores dificultades que por lo menos en nuestra realidad hemos podido detectar con los proyectos de prevención de drogodependencias: su falta de estabilidad. El futuro es una incógnita y a los profesionales nos entran las prisas. Buscamos que los proyectos de prevención sean lo más completos posibles, y en ocasiones nos fijamos más en lo que no podemos hacer que en el camino recorrido. Es preciso una prevención sin prisas, pero sin pausas. La información, la educación para el consumo, las habilidades sociales, la educación en los valores,... conforman una serie de instrumentos útiles para el adecuado desarrollo personal que en sí mismos son preventivos con respecto a las drogas. Complementariedad y continuidad son importantes.

### 3.3.6. Inevitablemente centrada en los valores dominantes

El consumismo, las modas... sujetos todos ellos a la presión social, del grupo de iguales, de los medios de comunicación, de la publicidad... La salud, entendida en sentido amplio, significa asumir otros valores que son incompatibles con el consumo de drogas. Casi seguro que muchas de las actividades de prevención específica, realizadas en grupos pequeños, terminan casi siempre abordando aspectos que aparentemente no tienen que ver con las drogas pero que sin embargo influyen directamente en su uso y abuso (pautas educativas, valores dominantes, desarrollo social e individual...).

## 4. CONTENIDOS DE LOS PROYECTOS DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMIDOR QUE PUEDEN INCLUIR LA INFORMACIÓN SOBRE DROGAS

Las drogas pueden ser un elemento transversal en la transversalidad que por sí misma tiene la educación para el consumo. Existen algunos temas que pueden incluir de forma directa o indirecta la información sobre drogas. Aquí se proponen algunas orientaciones.

Parece lógico pensar que en la educación del consumidor la prevención de drogas se sitúa al mismo nivel que otro tipo de actividades orientadas al desarrollo de unos buenos hábitos de *alimentación*. Parece que entre todos los temas que tienen que ver con el consumo (vivienda, servicios públicos...) existe uno que sin duda tiene que ver con que las personas ejerzamos un consumo más responsable, más saludable y más racional de los alimentos. Es aquí, quizá, donde se pudiera hacer un mayor desarrollo de las actividades informativas sobre el alcohol, su valor alimenticio, sus componentes sus efectos, pero existen otros.

Uno de ellos, también importante, el aspecto meramente legal: cómo se regula la *publicidad, venta y consumo de drogas legales* como el alcohol y el tabaco a través de diversas *ordenanzas y disposiciones*, o la regulación legal de los medicamentos, consumo de drogas en ámbitos deportivos, que relación existe entre el consumo de medicamentos legales.

Existe un asunto que también es importante y es el que se refiere a la *publicidad de las bebidas alcohólicas y tabaco* que dentro de las actividades relacionadas con el lenguaje publicitario están directamente vinculadas a la prevención de las drogodependencias.

## 5. EL MÉTODO TAMBIÉN ES IMPORTANTE: ALGUNAS APORTACIONES

### 5.1. BUSCAR BUENOS COMUNICADORES

La forma en que se dice y quien lo dice es tan importante como lo que se va a decir. El mejor agente de prevención es el que mayores y mejores

capacidades de comunicación tiene, pero además el que mejor ayuda a los demás a comunicarse. Proponer preguntas, facilitar la participación, es tan importante como tener capacidad de síntesis. La persona que lleva a cabo este tipo de actividades no necesita tener un conocimiento exhaustivo de temas de drogodependencias. Lo fundamental es que sea un buen profesional y que posea algunos conocimientos generales sobre salud.

## 5.2. LA PARTICIPACIÓN DIRECTA DE LAS PERSONAS E INSTITUCIONES A LAS QUE VA DIRIGIDO EL PROGRAMA

La participación es entendida no sólo como la implicación a nivel mayor en la elaboración, diseño y evaluación de los programas sino también a nivel micro, esto es, la participación como proceso en la elaboración de materiales, en la investigación y el descubrimiento del mundo de las drogas. Desde el modelo de intervención de los mediadores sociales se percibe más claramente esta orientación

*Ejemplo:* la asociación de vecinos, el grupo juvenil busca sus propios lemas, diseña su propia campaña de impacto limitado pero útil en el proceso de reflexión y sobre todo de implicación en las drogodependencias. Imaginad esta misma propuesta en la Ed. Secundaria.

## 5.3. UTILIZACIÓN DE LAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Y MEDIOS QUE LLEGUEN A LA POBLACIÓN A LA QUE QUEREMOS LLEGAR, DONDE PODAMOS COMUNICARNOS MEJOR CON ELLOS.

Los medios son importantes. Pensar previamente cuáles son nuestros destinatarios, su perfil, su lenguaje y cuales son los canales de información más utilizados nos ayuda a diseñar la mejor estrategia para alcanzar nuestros objetivos.

*Ejemplo:* Utilizar la radio para llegar a las amas de casa, la música para los jóvenes, preguntarse por los días las horas y los lugares donde debe estar la información que queremos transmitir.

## 5.4. UTILIZAR LAS TÉCNICAS QUE FAVOREZCAN LA ADECUADA INFORMACIÓN, PERO SOBRE TODO LA REFLEXIÓN, LA AUTOCRÍTICA SOBRE NUESTROS HÁBITOS

Hace años que hemos superado el discurso de la información como elemento preventivo entendiendo que una persona informada es una persona prevenida. Desde hace tiempo se hace insistencia en los recursos personales de la prevención, entendida ésta como maduración personal, capacidad crítica, habilidades de relación... En lo que se refiere a la prevención específica, centrada principalmente en la información, se entiende que lo prio-

ritario debe ser la reflexión crítica, individual o mejor en grupo sobre la función del consumo de drogas en nuestra vida cotidiana. (como si continuamente tuviéramos que responder a la pregunta de ¿Qué significan para mí las drogas?).

## 6. POSIBLES ÁMBITOS DE EDUCACIÓN PARA EL CONSUMO Y LA PREVENCIÓN DE DROGODEPENDENCIAS: UNA DELIMITACIÓN DE OBJETIVOS Y DE LUGARES EN LA INTERVENCIÓN

Hacer prevención de manera rigurosa implica no sólo el tener claro el objetivo de la actividad y su pertinencia, sino además delimitar los campos de intervención de forma que esta no sea dispersa. Si no es así, es fácil sentir una cierta impotencia al ver que no es posible llegar a todos los sitios. Es por ello que en la *prevención, tarea de todos*, debemos a priori limitar el ámbito de nuestro trabajo.

### 6.1. PREVENCIÓN COMUNITARIA

La prevención comunitaria trata de:

- Organizar y desarrollar programas de actividades que integren a «todos» los miembros de la población.
- Potenciar actividades que profundicen en el concepto de «Salud integral».
  - Conseguir la maduración y responsabilidad de las personas potenciando el aumento de sus capacidades.
  - Facilitar opciones de vida y alternativas saludables.
  - Evitar la excesiva disponibilidad de drogas, limitando su uso y controlando los lugares de venta.

El objetivo de la Prevención Comunitaria es sensibilizar a la población para que participe activamente en la puesta en marcha de las medidas necesarias.

### 6.2. PREVENCIÓN FAMILIAR

El tema de la prevención de drogodependencias preocupa a los padres y madres que muchas veces no saben ni cómo ni qué hacer. No se trata de tener soluciones mágicas, sino de conseguir un clima de confianza y comunicación en la familia que permita abordar éste y otros temas importantes. Esto exige una preparación básica por parte de los padres. Sobre todo una actitud preocupada por conocer la ideas, los amigos, los problemas y las inquietudes de su hijo.

Los padres y madres, junto con el profesor, constituyen los elementos básicos en el proceso educativo, sus actuaciones están orientadas a una

acción conjunta y coordinada encaminada a reforzar una serie de hábitos y conductas que encaucen positivamente los comportamientos y actitudes de los niños y adolescentes.

### 6.3. PREVENCIÓN ESCOLAR

La auténtica educación requiere el planteamiento de programas que proporcione no sólo conocimientos, sino también valores, creencias, actitudes y hábitos que supongan al abuso de las drogas. La Prevención Escolar forma parte de la Prevención Comunitaria, pero si nos quedamos sólo en los enunciados de lo que significa Prevención Comunitaria, es muy probable que nuestro Programa de Prevención Escolar se quede sólo en buenas intenciones.

Es oportuno pensar en un programa más limitado referido al centro escolar donde tengan participación los diversos sectores que componen la comunidad educativa: alumnos, profesores, padres, empleados no docentes, etc.

Todavía podemos limitar más nuestro objetivo para asegurarnos de que cada uno de los profesores se hace responsable de sí mismo y de los alumnos tutorados. Y cuando decimos hacerse responsable de sí mismo y de los grupos de alumnos pensamos no sólo en buscar información para formarse en este área sino profundizar en el valor preventivo de su docencia ordinaria y en el modelos que ofrece con su actuación.

El profesor descubre que su docencia es también un instrumento preventivo sumamente valioso. La prevención escolar puede tener así un horizonte tan reducido como son las paredes del aula y concretarse en el espacio también reducido pero trascendente de la relación personal maestro alumno y maestro-grupo de alumnos.

Como la prevención de las drogodependencias no es un monopolio de nadie y tampoco hay un modelo único de prevención ya que las drogodependencias son un proceso plural y cambiante, es por ello que proponemos un sencillo programa que puede ser el inicio de un programa más amplio, más profundo y más completo de Prevención Escolar de las Drogodependencias donde poco a poco se vaya dando cabida a recursos procedentes de otras áreas externas a la escuela.

## 7. USOS DE LA EXPRESIÓN PLÁSTICA EN LA PREVENCIÓN DE DROGODEPENDENCIAS: UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

En el aula existen muchas posibilidades de abordar el tema de las drogas en diversas área del currículo. Lo que a continuación se refiere es simplemente una propuesta en la que sobre un recurso determinado, la expresión plástica, el profesor puede conseguir objetivos parcialmente

relacionados con la educación para el consumo, la prevención de drogas y el desarrollo de la creatividad.

Sobre la propuesta de realización de *una campaña de publicidad para prevenir las drogas*, y teniendo en cuenta alguna de las pistas que anteriormente se ha expuesto.

### 7.1. CONCEPTOS GENERALES

La Expresión Plástica como lenguaje de la forma, el color, el volumen y el espacio, es comunicación:

- comunicación con uno mismo y con los demás.
- comunicación grupal y participación si el autor de la obra es un colectivo.

El lenguaje plástico no es un lenguaje para especialistas y tampoco debe parecerlo. Desde siempre la plástica estuvo vinculada al desarrollo de la especie humana, constituyendo un medio específico e importante de aproximación de la persona a su propia realidad (a la compleja trama constituida por su consciente e inconsciente) y de catalización creativa de la realidad exterior en su acepción más amplia.

Sin embargo, la plástica fue durante siglos, un lenguaje fundamentalmente de «especialistas», de artistas y artesanos que admitían para un entorno receptor y receptivo, mientras los demás se reservaban –en el mejor de los casos– la decoración de su hábitat, sus herramientas o sus vestidos.

Nuestro siglo es el de la incorporación de la plástica a la escuela con la consiguiente apertura de nuevas posibilidades al generalizar y estimular destreza en el campo que nos ocupa.

Existen, pues, mejores condiciones para el uso de la plástica en la construcción de la identidad personal y en la comunicación... También es posible que todo se dilapide, que la educación plástica como ingrediente de la formación integral de la persona sea sólo una bella frase... que la escuela, lejos de estimular la creatividad infantil, la elimine: que, en definitiva, la plástica sea sólo cosa de ancianos, niños y profesionales. Esta variante sería penosa para sociedades en que se amplía el tiempo libre, se propugna el uso creativo del mismo y se arbitran medios para que sea posible.

Decíamos que la expresión plástica es comunicación con uno mismo y con el entorno, es decir, que como lenguaje adquiere su plena dimensión en la proyección hacia los demás: la vista y las manos, creadoras de imágenes comunicantes, «hablan» y «escuchan». Esta vocación introspectiva, creativa y dialogante, recurre a materiales y técnicas para proponer y descubrir aspectos diversos de la vida, la naturaleza, la existencia o las cosas.

## 7.2. USOS DE LA EXPRESIÓN PLÁSTICA PARA PROMOVER ACTITUDES ALTERNATIVAS A LA DROGODEPENDENCIA

La expresión plástica estimula el desarrollo de la creatividad, la percepción y la expresión y descubre a la gente sus posibilidades y las que laten en técnicas, herramientas y materiales. Juega, en si mismo un importante sentido al tiempo libre, alejando de los usos gregarios, grises o compulsivos del mismo.

- La Expresión Plástica, que es capaz de «seriar su creatividad», reproduce, con técnicas cálidas y asequibles, sus mensajes, cumple un papel difusor de enorme utilidad como propaganda de una idea mensaje.
- La Expresión Plástica es capaz de promover la creatividad ciudadana, estimula la participación de la gente en acciones plásticas diversas, juega un papel importante como impulsor de actitudes que enseñen a transformar la rutina, reintegrar lo lúdico en lo cotidiano y, en definitiva, ayuda a protagonizar la propia vida.

Concluimos que la Expresión Plástica es un ingrediente valioso, como puede haber más, en las estrategias de Educación para la Salud. Hacemos mención y desarrollamos más estas técnicas porque son ya bastante conocidas las del análisis publicitario sobre las drogas legales. La Expresión Plástica es un elemento interesante que, relacionado con la educación para el consumidor, permite al participante en cualquiera de las actividades tomar posicionamientos, descubrir estrategias, proponer alternativas para prevenir.

## 7.3. METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS EN EL DISEÑO<sup>3</sup>

El diseño de una campaña de prevención requiere abrir un proceso de reflexión colectiva que atienda simultáneamente al concepto que queremos poner en circulación, el conocimiento del sector poblacional al que nos dirigimos y los medios técnicos de que disponemos para materializar y difundir nuestro mensaje.

El reto es resolver un problema de comunicación de una forma concisa e interesante... y debemos empezar por aterrizar en lo que constituya la *especificidad* de nuestra campaña ¿de qué queremos prevenir? ¿a quien queremos prevenir? Analizar el sector social al que nos dirigimos atendiendo a su edad, nivel cultural, hábitos y costumbres, jerga oral y gráfica y evaluar junto a sus condiciones de existencia, la oferta de ocio disponible y el «estimulo» con que se le oferta, es clave para formular alternativas concretas.

3. Gómez Mediavilla, A., Puig, A.: *Apuntes sobre expresión plástica para prevenir las drogas*. Centro Regional de Animación y Tiempo Libre. Junta de Castilla y León. Palencia, 1994.

En el mismo sentido, detectar que dependencia queremos prevenir, más allá de que decidamos acentuar lo «inespecífico» de la campaña, parece imprescindible para no acabar previniendo a los ya prevenidos. Organizar la reflexión colectiva sobre lo anterior, en pequeños grupos, con la pretensión de concluir definiendo el lema, la imagen gráfica y la estructura general de la campaña, permitirá la posterior mejor puesta en común, evaluación y elección de la propuesta que mayoritariamente parezca idónea.

A partir de ese momento, la tarea colectiva será mejorar su formulación y expresión gráfica... atendiendo, claro, a las limitaciones que imponga la técnica disponible para la edición de la misma. A lo largo del proceso, la tarea del monitor será estimular y coordinar la reflexión colectiva y no sustituirla.

#### 7.4. ALGUNAS TÉCNICAS INTERESANTES

##### 7.4.1. *Seriar la creatividad: la difusión por serigrafía*

Serigrafía viene a significar escritura con seda y remite a un sistema de estampación que se basa en el trabajo sobre un bastidor entelado. Su origen es muy antiguo, pero su generalización tuvo lugar durante el presente siglo en base a los hallazgos y estudios del inglés Samuel Simon a partir de 1.907. En los años 30 se usó mucho en publicidad y en la actualidad también en lo que se llama «obra gráfica», compartiendo área con el grabado, la xilografía y el linóleo.

Los ingredientes de la serigrafía son:

- Un bastidor de madera o metal sobre el que se tensa una tela en la que se encuentra la imagen a reproducir.
- Un material o proceso que obstruya la pantalla (el bastidor entretejido) que permite obtener zonas impermeables y otras por las que podrá pasar la tinta serigráfica.
- La tinta, que puede ser al agua o al disolvente.
- Un rascador de impresión –se llama racleta– que presiona la tinta para que pase por la pantalla al soporte elegido.

No explicaremos la serigrafía de la insolación, ni el uso de bloqueadores. Nos ceñiremos a la serigrafía del recorte o mascarilla por ser sencilla y asequible a cualquier colectivo por escasos que sean sus recursos.

1. Definido el dibujo y texto, se recorta con cutter sobre un papel ligero y poco permeable o sobre plástico adhesivo tipo aironfix.

2. La mascarilla se adhiere a las pantalla y la pantalla se emplaza con ayuda de unos gastos y bisagras a la mesa de estampación. Las características de esta última nos permitirán estampar (auxiliados por la racleta) carteles, camisetas o tejidos continuos. Usaremos tintas al agua por su fácil manejo y limpieza, carácter no tóxico, claridad y buen precio.

Nuestra campaña de publicidad sobre las drogas tiene ya sus propias camisetas, sus carteles... es una actividad barata, creativa, realizada por el propio alumno. Sería recomendable buscar más información para poder desarrollar adecuadamente la técnica en cualquier profesional de la Plástica porque este ha sido un procedimiento muy utilizado y conocido.

#### 7.4.2. *La contrapublicidad y los usos alternativos del lenguaje publicitario: collage*

Entre las múltiples posibilidades del collage, capaces de llenar un espacio importante en la actividad de un Taller de Plástica, animando diversos despliegues creativos, nos vamos a ceñir al collage-fotomontaje, por ello que supone de posible reflexión en imagen realista y por tanto creíble en torno a mensajes consumistas de drogas legales (básicamente el tabaco y el alcohol) aunque podríamos extender nuestra actividad crítica al culto a la dependencia del consumo compulsivo sobre el que basa su conquista de cuota de enmarcado la industria con la inestimable ayuda de la publicidad.

La técnica del collage-fotomontaje utiliza material fotográfico generalmente ya impreso en prensa y revista. La rapidez de ejecución y el carácter «mental» de esta técnica la hace asequible incluso a aquellos que cuentan con un incipiente desarrollo de su lenguaje plástico.

Herramientas sencillas como la tijera y el pegamento, permiten reconstruir y alterar el contenidos de imágenes mediante la reflexión crítica que incorpore al humor como motor de trabajo. El objetivo puede ser, entonces, indagar en la endeble, absurda y engañosa estructura de mensajes editados, transformando sus significados y connotaciones. Con los mismos elementos crearemos otros nuevos con el objetivo de crear mensajes preventivos que aúnen interés plástico y conceptual.

Esta actividad es también una actividad «para fuera»: las posibilidades de convocar a sectores, de escolares o no, a la elaboración de esos «mensajes-alternativos», de exponerlo en centros culturales educativos, asociaciones, escuelas... quedan como posibilidad.

## 8. EL PROFESOR COMO MEDIADOR SOCIAL Y SU PAPEL EN LA PREVENCIÓN COMUNITARIA DE LAS DROGODEPENDENCIAS<sup>4</sup>

### 8.1. OTRAS ALTERNATIVAS A LA INTERVENCIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Junto a los medios de comunicación, la función de los mediadores sociales ha tenido un especial protagonismo en los últimos años en lo que

4. Comas, M.: *Manual de prevención de drogodependencias para mediadores juveniles*. Ministerio de Sanidad y Consumo.

a la Educación para la Salud en general se refiere, y en particular a la prevención de las drogodependencias.

La utilización de Mediadores Sociales, entendida en sentido amplio, desde líderes de medios de comunicación hasta cualquier dirigente asociativo o simplemente aquellos mediadores de grupos primarios, no organizados, son cada vez más objetivo de actividades de carácter formativo y sensibilizador con el objetivo último de establecer una estrategia preventiva eficaz en la educación para la salud y en la prevención de las drogodependencias en la comunidad.

En su momento algunos autores (Comas) la consideraron como «la estrategia «europea» frente al modelo de la campaña antidroga a través de los Medios de Comunicación de origen norteamericano». Sin embargo el propio desarrollo de los programas de prevención establece cada vez intervenciones complementarias entre mediadores y medios de comunicación, estos últimos en su doble vertiente sensibilizadora (grandes campañas de publicidad, promoción de ciertos eventos...) o formativa (artículos en prensa, programas de radios y T.V. sobre la salud...), hasta tal punto que en ocasiones no se sabe distinguir entre unos y otros.

En todo caso siguiendo al mismo autor, es preciso hacer algunas consideraciones:

- En primer lugar, la intervención del mediador social «no ser indiscriminada no alcanza a grupos o individuos para los que algún mensaje no pudiera ser adecuado».
- En segundo lugar, se trata de un proceso de interacción en el que la realidad personal y social del Mediador configuran las diversas intervenciones, lo que permite que sea la experiencia vital positiva del propio Mediador el criterio de pertinencia en los mensajes recibidos y transmitidos.
- Finalmente, una estrategia basada en la formación de Mediadores implica que éstos no son meros receptores de mensajes publicitarios, sino que participan activamente en el proceso, lo que significa un reforzamiento y aumento de la calidad del mismo.

Sin duda la estrategia de prevención de las drogodependencias basada en el trabajo y en la formación de Mediadores introduce algunos problemas, derivados esencialmente de la necesidad de dotarla de un firme conjunto de decisiones políticas previas con la finalidad de que posea un carácter amplio, interinstitucional, con posibilidad de utilizar recursos complejos, situados en distintas áreas que permitan trascender el carácter testimonial.

En este sentido las campañas antidroga basadas en soportes publicitarios son más fáciles de decidir y más vistosas políticamente ya que sólo exigen recursos presupuestarios suficientes y la decisión de una única institución al tiempo que toda la población percibe que «se está haciendo algo», mientras que las estrategias sociocomunitarias y participativas, aun-

que tengan costes menores, implican la coordinación interinstitucional sostenida, la práctica interdisciplinar y resultan poco vistosas. La diferencia es que mientras las primeras se habían mostrado perfectamente ineficaces, las segundas han ofrecido evaluaciones positivas, aunque hay que conocer que su aplicación hasta ahora ha sido limitada.

Conviene también señalar que los programas sociocomunitarios basados en la utilización de mediadores sociales, si bien se toman de los programas de salud inspirados en la «Declaración de Alma Ata» no son programas de salud, y mucho menos programas sanitarios, sino sociales, para los que salud es un concepto importante, ya que autonomía, libertad, responsabilidad, bienestar, felicidad, intercomunicación, etc... son también conceptos importantes que no deben subordinarse a una concepción estricta de salud con la inevitable carga ideológica y corporativa que conlleva cualquier visión limitada del espacio social.

En último lugar cabe señalar que el trabajo de los Mediadores no es incompatible con el de los medios de comunicación, sino que por el contrario éstos pueden ser un importante apoyo en el desarrollo y difusión de programas siempre que se pueda prescindir de excesos de dramatización y campañas indiscriminadas.

## 8.2. EL MEDIADOR SOCIAL. DEFINICIÓN

El Mediador Social es aquel ciudadano que ocupa un lugar estratégico en la sociedad que le permite a la vez recibir informaciones de carácter científico e institucional y transmitir las de forma comprensible y eficaz a determinados colectivos sociales que de otra manera o no recibían las intervenciones o no estarían en condiciones de asumirlas, codificarlas y utilizarlas.

La información que proporciona el Mediador puede entenderse como un paso más complejo de los elementos que, por ejemplo, proporcionaría una campaña de alfabetización: se dirige a personas de un nivel de competencia suficiente (y/o de apoyo combinado, aunque este es otro tema) que les permite resolver problemas enfrentarse a situaciones, planificar su futuro, evitar situaciones inadecuadas...

Un mediador puede tener su status por razones formales (puede ser un profesor de Instituto o un maestro de Ed. Primaria, un Asistente Social Municipal o un médico), por su trabajo como voluntario o miembro de una organización social (Asociaciones juveniles, de vecinos, religiosas,...) o simplemente por su prestigio personal en un espacio social determinado.

- Tener un *rol social definido* y una vinculación institucional (en sentido genérico) que corresponda y dé consistencia a este rol, lo que permite a la persona tener una identidad socioinstitucional, aparte de su condición de ciudadano.

- Actuar en el desempeño de este rol en condiciones de *eficacia y reconocimiento público*.
- Poseer un cierto grado de simpatía personal, *capacidad para la comunicación y una actitud positiva* para la resolución de los problemas sociales.
- *Tener vinculaciones*, aparte de aquellos derivados del status institucional propio, con las redes, estructuras y grupos sociales formales e informales.

#### 8.4. EL MEDIADOR Y LAS DROGODEPENDENCIAS. POSIBILIDADES DE ACTUACIÓN

Informa

Busca fuentes de información

Crea espacios para el diálogo y la reflexión

Plantea objetivos, actividades y recursos para la prevención.

Busca la relación entre su ámbito de trabajo y otros (ocio, salud, educación, consumo, familias...)

Hace de la prevención de drogodependencias una acción cotidiana

Trabajo en programas específicos (o de forma específica en programas generales de animación, salud, educativos...) dirigidos a grupos de población (jóvenes, trabajadores, escolares, amas de casa...) sin una problemática diferencial en particular con las drogas.