

"EL NUEVO RETO": PREVENCIÓN DE TABACO, ALCOHOL Y DROGAS

Rosario Gortázar*

RESUMEN

La familia actual se ve desbordada para ejercer con plenitud y responsabilidad el cumplimiento de sus funciones, así como para lograr la integración armónica de los factores que influyen en la educación de sus hijos.

Acción Familiar (O.N.G. creada en 1978) realiza diversas actividades con y para las familias, además de intervenciones directas con personas en situaciones problemáticas. El programa "El Nuevo Reto" ofrece unas herramientas prácticas para la prevención de tabaco, alcohol y drogas. Su contenido se estructura en cuatro pilares: los medios de comunicación y su influencia, la publicidad, las estrategias de promoción de las sustancias adictivas y los efectos de su consumo.

Palabras clave: alcohol, drogas, familia, jóvenes, profesores, sustancias adictivas, tabaco.

ABSTRACT

Current families meet large difficulties to fulfill responsibly all its functions and assignments, as well as the harmonic integration of all the factors intervening in their children's education, evolution and behaviour.

Acción Familiar (a NGO created in 1978) implements different activities to fight alcoholism, tobacco and drug addiction with families at risk, apart from direct interventions with people undergoing these troublesome situations. The "New Challenge" programme offers some practical tools to fight tobacco, alcohol and drug addiction. Its contents are based upon four pillars: mass-media and their influence; advertisement; promotion strategies of addictive products and the effects of their consumption.

Key words: alcohol, drugs, family, young people, teachers, addictive products, tobacco.

INTRODUCCIÓN

Atajar el aumento de adicción a las drogas se ha convertido en una necesidad imperiosa en la sociedad actual. Existe unanimidad acerca de la dificultad que ello entraña, pues acometer este empeño con eficacia es arduo dada la complejidad que encierra.

Es bien sabido lo necesario que resulta que niños y jóvenes conozcan y asuman los peligros derivados del consumo de sustancias o de hábitos de vida poco saludables. Los argumentos que ponen énfasis en señalar el riesgo, pueden provocar - contrariamente a lo esperado - una mayor curiosidad, dado que los jóvenes valoran positivamente la osadía y la capacidad de arriesgarse y, por otra parte, la prohibición consigue aumentar el atractivo de aquello que se censura.

Las advertencias que se basan en las enfermedades derivadas de la adicción a las drogas, o la muerte como consecuencia de su abuso, no logran frenar el consumo, ya que, debido a su edad, no conciben sus consecuencias como una preocupación real, ni como algo que les vaya a afectar directamente. De idéntica manera, el deterioro físico que pueden producir es identificado por los adolescentes con una etapa de la vida que ven muy lejana.

Por lo tanto, nuestro interés es informar y ayudar a las familias, jóvenes y profesores, presentando unos materiales prácticos de lucha contra el consumo de estas sustancias adictivas.

* Presidenta de la O.N.G. "Acción Familiar".

1. ¿QUIÉNES SOMOS?

Acción Familiar nace, sin ánimo de lucro, en 1978, con el fin de promover la valoración y ayuda a la familia y el fomento de los vínculos familiares como elementos imprescindibles para el desarrollo de la persona y de la sociedad.



Lleva 25 años trabajando por y para la familia, escuchando sus necesidades y atendíendolas, sobre todo, allí donde no llega la asistencia pública.

Se constituye en Fundación en el año 2002, con el ánimo de ampliar sus servicios mediante la creación de un centro de excelencia para el desarrollo de la investigación, estudio y análisis de la realidad familiar. Además, ayudar a través del conocimiento a la toma de decisiones de los diferentes estamentos de la sociedad (Gobierno, empresa y sociedad civil) favoreciendo con ello la mejora de la situación de la familia que, en definitiva, contribuirá a un mayor bienestar social.

Cuenta con la experiencia y el estímulo de la red autonómica y local de Acción Familiar (declarada de Utilidad Pública en 1982) que se ha acreditado esencialmente por sus servicios de asistencia directa positiva a las familias, el trabajo de su voluntariado y ha adquirido un reconocido prestigio con sus programas de orientación y formación.

En febrero de 2004, la Fundación Acción Familiar ha obtenido el Estatus Especial Consultivo del Consejo Económico y Social de Naciones Unidas (ECOSOC), y es la única Asociación Española de Familia que consta en dicho Consejo. También ha firmado un convenio con la Universidad Complutense de Madrid por el que se crea la “Cátedra de Políticas de Familia”, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, cuyo objetivo es el análisis, la investigación y la docencia de la realidad, problemática y perspectivas de las políticas desde todos los puntos de vista que se estimen relevantes.

2. ¿QUÉ HACEMOS?

La Asociación desarrolla su labor en ámbitos de diferente naturaleza:

PROGRAMAS ACCIÓN FAMILIAR (ONG)
Asistenciales:
<ul style="list-style-type: none">● Voluntariado.● Centros gratuitos de orientación y terapia familiar.● Centros gratuitos para inmigrantes.● Casas de acogida.
Formativos:
<ul style="list-style-type: none">● Orientaciones prácticas para educar (VALER).● Prevención de adicciones: alcohol, tabaco y drogas (El Nuevo Reto).● Jóvenes, Ocio y Salud.● Familia y Promoción de la Cultura (FPC).
Actividades varias:
<ul style="list-style-type: none">● Cursos.● Seminarios y Conferencias.

Tabla 1. Programas de la ONG “Acción Familiar”.

Desde la Fundación se han realizado acciones entre las que destacan:

FUNDACIÓN ACCIÓN FAMILIAR
<ul style="list-style-type: none">● Publicación del I estudio “La familia en España. Dos décadas de cambio”.● Convocatoria del II Premio de Investigación Joven de Familia.● Observatorio de Familia.● Edición de Documentos de trabajo.● Elaboración de Estudios e Informes Técnicos.

Tabla 2. Actividades de la Fundación Acción Familiar.

Las investigaciones de los expertos coinciden en la importancia crucial de desarrollar la capacidad de análisis crítico de los jóvenes; lo que les permitirá descubrir valores que sostengan emocionalmente sus criterios sobre temas que les van a resultar fundamentales y que pueden mantener y serles útiles en la práctica. Ello exige transmitir esta necesidad de espíritu crítico a la población juvenil, así como, una serie de habilidades que fortalezcan y ayuden al desarrollo de su personalidad.

3. EL NUEVO RETO. PREVENCIÓN DE TABACO, ALCOHOL Y DROGAS

3.1. INTRODUCCIÓN AL PROGRAMA

Se apoya en ciertas características específicas de los jóvenes:

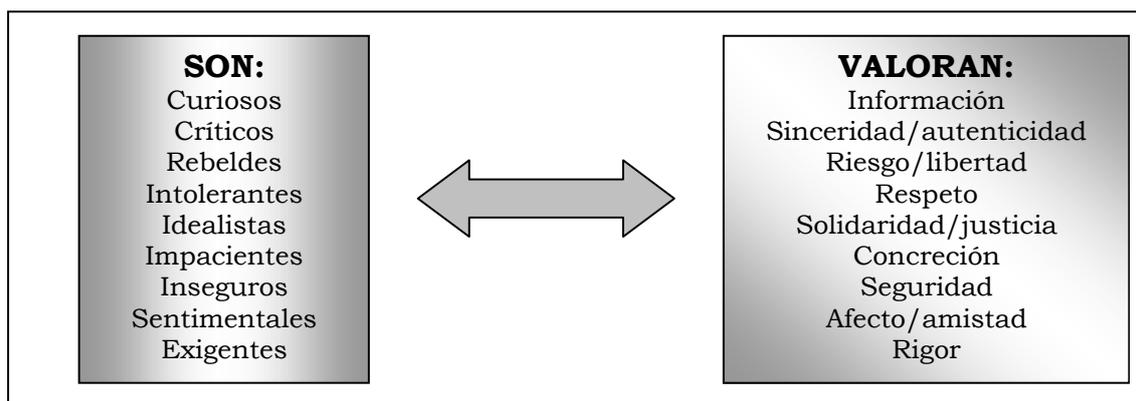


Tabla 3. Características propias de los jóvenes.

Encauzar y potenciar positivamente estas cualidades es una forma de lograr los fines que se desean alcanzar con este programa.

ES UN PROYECTO DIRIGIDO A JÓVENES DE 11 A 16 AÑOS

“El nuevo Reto” pretende ofrecer mecanismos que se conviertan en hábitos de vida saludables para que los jóvenes puedan hacer frente con éxito a las presiones negativas, al miedo, al rechazo o la marginación y también, fomentar la comunicación con padres y maestros.

3.2. OBJETIVOS GENERALES

“El Nuevo Reto” es el resultado de años de experiencia, debates e intercambios de opiniones, que a través de un diseño didáctico innovador y de aplicación tecnológica avanzada permita alcanzar estos objetivos:

- a) Apoyar a padres y profesores en el proceso de desarrollo de la capacidad de análisis de los jóvenes, respecto a las ideas que imperan en la sociedad.
- b) Fomentar por medio del uso de la pedagogía activa la transformación de los mensajes emocionales en instrumentos para el debate y la reflexión.
- c) Promover la valoración de la comunicación interpersonal, tanto con los iguales como con los adultos.
- d) Contribuir a potenciar su conocimiento en torno a los efectos de las drogas sobre su vida.
- e) Favorecer que ellos mismos desarrollen mecanismos de defensa frente a la oferta de la droga.
- f) Fomentar la adopción de valores personales, sociales y hábitos de vida sanos.

En definitiva, los educadores, monitores y padres, mediante el apoyo de un video (VHS o DVD), junto a propuestas didácticas que se expondrán más adelante, podrán generar un clima de trabajo donde los alumnos e hijos se impliquen de forma personal y grupal en las diferentes actividades de análisis, reflexión, crítica y creatividad.

3.3. METODOLOGÍA

El material visual debe ser estudiado de forma gradual, ya que son muchos los conceptos y sugerencias que presenta y quiere transmitir. Se debe tener en cuenta que el inicio del consumo de drogas se relaciona equivocadamente en la adolescencia con la independencia, la inclusión en el mundo de los iguales o como posibilidad de separarse y diferenciarse del entorno familiar.

El principal desafío del joven es encontrar una identidad distinta a la que le otorgan sus padres en el periodo infantil. Es necesario ayudarlo a buscar caminos propios, alternativos a los que ofrece el consumo de estupefacientes.

Debemos partir de una propuesta de actividad positiva para evitar las adiciones. Intentamos plantear dicha propuesta no desde el peligro, sino con la idea de que abstenerse de consumir, es un reto que exige forjar una fuerte personalidad para no dejarse llevar por el entorno.



La forma de trabajar con los contenidos de este programa debe ser flexible y es de esperar que cada padre, profesor o monitor lo adapte creativamente a las necesidades de su hijo o grupo de alumnos. Junto con las actividades propuestas se ofrecen algunas preguntas que ayuden a los jóvenes a expresar por sí mismos ideas constructivas.

**EJEMPLOS DE JUSTIFICACIONES SOBRE LA
"NECESIDAD" DEL USO DE LAS DROGAS**

- SOY CAPAZ DE HACER COSAS QUE NO PODRÍA HACER ESTANDO SOBRIO.
- BEBO PARA VENCER MI TIMIDEZ, "ESTAR A TONO", SER MÁS DIVERTIDO, SUPERAR MIS COMPLEJOS, AGUANTAR MÁS HORAS DE MARCHA.
- ME SIENTO EUFÓRICO, INVENCIBLE, INMORTAL.

Tabla 4. Justificaciones sobre el uso de drogas.

Los pasos que se recomiendan para lograr el máximo aprovechamiento en las sesiones son:

a) **Preparación.** Se trata de despertar la atención de los jóvenes, introducir el tema, mantener el interés y provocar la curiosidad. Quien presente el video debe visionarlo antes varias veces, tomando nota de las cuestiones sobre las que quiere hacer hincapié. Se aconseja utilizar pocas secuencias en cada clase, dada la densidad de sus contenidos.

b) **Sesión de trabajo.** A los alumnos se les proyectan sólo los fragmentos del video que incluyen los temas a tratar. A continuación, se pondrán en práctica las diferentes actividades que sirven sólo como ayuda y que obviamente podrán ser completadas con otras que el propio profesor considere válidas.

c) **Evaluaciones y encuestas.** La metodología de este programa facilita un control continuado de la actitud de los jóvenes y permite analizar su trabajo en diferentes áreas. A través de las encuestas, el padre o profesor podrá tener constancia de la evolución de cada uno de ellos.

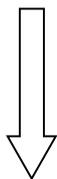
3.4. CONTENIDOS

El contenido del Programa se puede agrupar en cuatro grandes áreas. Cada una de ellas tiene sus objetivos y contenidos bien definidos y son:

- Medios de comunicación. Su influencia.
- La publicidad.
- Estrategias de Promoción de las Sustancias Adictivas.
- Efectos del Consumo de Sustancias Adictivas.

3.4.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. SU INFLUENCIA.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN. SU INFLUENCIA



CONTENIDO

- Los medios de comunicación. Funciones. Hábitos de consumo.
- Su influencia en los niños y los jóvenes
- Estrategias de programación televisiva: Creación de modelos, dramatización y trivialización, realidad y ficción.

OBJETIVOS

- Familiarizarse con los elementos que intervienen en la elaboración de la programación televisiva.
- Analizar los modelos y estereotipos que potencian algunos programas. Estudiar el papel de las audiencias.
- Reflexionar sobre algunos de sus contenidos y su influencia social.
- Debatir acerca de los efectos de los programas televisivos en niños y adolescentes.
- Promover la toma de conciencia de sus hábitos de consumo de televisión y otras tecnologías.
- Desarrollar actitudes críticas y racionales frente a los valores que transmiten los medios de comunicación.

Tabla 5. Contenido del programa “El Nuevo Reto”. Los medios de comunicación.



La “Sociedad de la Información” está condicionando nuestra forma de trabajar, de comunicarnos, así como los procesos de producción y de formación, pero debemos aprender a dirigirlos para lograr que las nuevas tecnologías se utilicen al servicio del ser humano. A la vez que se potencia su uso, es necesario contribuir al conocimiento y a la reflexión de sus posibilidades y limitaciones, tratando de neutralizar los riesgos e incrementar sus inmensas oportunidades.

Las funciones de los medios de comunicación deben ser: informar, entretener y educar. La veracidad, rigurosidad y el esfuerzo que se presta a estos objetivos influye de manera decisiva en la formación y por tanto en la calidad de los ciudadanos del futuro.

“El Nuevo Reto” se centra en la televisión por la facilidad con que las imágenes captan la atención de niños y jóvenes, y los múltiples estudios a los que ha dado lugar. Los contenidos del programa son aplicables a otros medios de comunicación.

Desde 1990 en que comenzaron a emitir las televisiones autonómicas y las cadenas privadas, los espectadores empezaron a tener la oportunidad de elegir programas, dando origen a la competencia de las audiencias. La televisión que vemos es el resultado de un análisis exhaustivo del comportamiento de los televidentes realizado con las técnicas más sofisticadas. Para conocer los hábitos de consumo se recurre a los estudios de audiometría (un grupo representativo de ciudadanos recibe un dispositivo electrónico - audímetro- instalado en sus televisores y al teléfono), donde los datos que quedan registrados permiten conocer lo que se ve, cambios de canales, etc. Para medir audiencias de prensa, radio, cine, internet se utilizan métodos como encuestas, cuestionarios, etc.

- El 90,7% de los españoles ve la televisión a diario.
- El 84% de los niños ve la televisión para entretenerse.
- El 30% de los niños enciende la televisión nada más llegar a casa.
- A las 11 de la noche hay casi 800.000 niños de 4 a 12 años frente al televisor.
- 2 de cada 3 padres no controlan lo que ven sus hijos.
- El 31,3% de los niños tienen televisor en su cuarto.

Tabla 6. Algunos datos sobre los medios de comunicación y su influencia.

La programación televisiva tiene dos objetivos: atraer la atención de los espectadores y mantenerla durante el mayor tiempo posible. Para ellos utilizan la colaboración de departamentos de marketing, proyectos, publicidad, investigación de audiencias. Los programadores comentan que su propósito **“no es vender programas a la audiencia sino vender audiencia a los anunciantes”**.

Atraer a la audiencia es muy difícil de ahí que las televisiones tengan que divertir, sorprender y seducir al espectador. Para ello, se transforma en espectáculo la vida de personas normales y corrientes, se las entrevista, se las invita a contar su vida privada (sus peleas, sus llantos, sus confesiones) para incrementar el morbo y la diversión del espectador.

Muchos expertos consideran que la posible pérdida de sensibilidad de la sociedad ante el dolor de los demás, se deriva de la saturación de contenidos violentos transmitidos a través de la televisión, que pueden crear una coraza e impedirnos ayudar a paliar las tragedias que nos presentan.

El programa cuenta con un total de 11 actividades para este contenido, de las que sólo mostraremos siete de las propuestas.

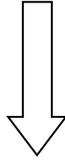
ACTIVIDADES SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 3
OBJETIVOS	OBJETIVOS
Transmitir a los jóvenes el valor de la sinceridad como principio para lograr forjar su personalidad. Es necesario ser honesto con independencia de que los demás lo aprecien.	Hacer ver a los jóvenes el hecho de que otros deciden sobre su forma de vida y hasta qué punto les condicionan. Reflexionar sobre la idea del sometimiento que ni siquiera somos

<p>Cuando alguien no lo es se perjudica a sí mismo y a los demás. La falsedad empobrece y la verdad enriquece.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Leer el artículo 20 de la Constitución Española y se debatirá, desglosando los elementos que incluye en lo que se refiere al derecho de la información. Se recomienda incidir en la obligación de los medios de transmitir “información veraz”.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Copiarías si tuvieras la certeza de que no te van a coger? ¿Crees que puedes perjudicar con ello a tus compañeros?</p>	<p>conscientes.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Texto para el debate en grupo: "La televisión marca frecuentemente el ritmo de nuestra vida. Mucha gente la ve mientras come y se acuesta cuando termina su serie favorita, a veces mucho más tarde de lo que sería conveniente para su descanso, imprescindible para rendir adecuadamente en el colegio o en el instituto al día siguiente. Hay estudios por los que se puede comprobar que los programas llegan incluso a determinar cuál es el momento en que la mayor parte de los espectadores van al cuarto de baño o la cocina para preparar un café o fregar los platos. Por ejemplo, en la emisión de un partido de fútbol o la gala final de Operación Triunfo cada vez que entraba el bloque publicitario, se disparaba el consumo de agua. Ese mismo fenómeno se puede observar cuando terminan programas de gran audiencia".</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Soy consciente de cómo me condiciona la TV? ¿Realmente me considero una persona libre, sin ataduras, que decide por sí misma? ¿De qué se habla entre los amigos en el colegio, de las series de TV o de otras cosas?</p> <p>Se deberían exponer temas de conversación para la familia o el aula.</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 5</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Reflexionar sobre las consecuencias negativas que produce el exceso de TV en las personas: aislamiento y desconexión con la realidad.</p> <p>Preparar ejemplos que muestran los cambios que el uso abusivo de este medio ha producido en la vida familiar.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Analizar los datos que se dan en el video sobre el tiempo que se dedica a la TV y debatirlos con los compañeros.</p> <p>Está comprobado que la importancia de convivir en un ambiente estable, así como lo fundamental de sentirse querido y escuchado favorece el equilibrio emocional de los jóvenes y la seguridad de sí mismos.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Cuánto tiempo dedico a ver la TV? ¿Me levanto satisfecho o contento después de verla o en algunos casos simplemente me ha servido par “matar” el tiempo? ¿Me duermo viendo la tele? ¿La TV te impide exponer tus problemas a padres o hermanos? ¿Te absorbe hasta el punto de no apreciar que alguien de tu familia parece enfermo o está triste? ¿Discutes o te enfadas por la elección del programa? ¿Consideras que la presencia de tu padre y tu madre es importante? ¿Qué ventajas aprecias</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 6</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Evitar la rutina, valoración de la experiencia, iniciativa e improvisación. Acercamiento a los mayores y sus conocimientos.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Los alumnos deberán imaginar cómo sería su vida sin los medios de comunicación. En pequeños grupos deberán proponer el relato de 24 horas de un joven en una sociedad sin TV ¿Qué haría? También podrán realizar entrevistas a personas mayores para que les cuenten cómo se divertían o se informaban cuando todavía no existía este medio.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Piensas que en otros tiempos los jóvenes y adolescentes se divertían inventando y hoy necesitas que se te dé hecho todo? ¿Intentas ser creativo o te conformas con facilidad? ¿Das valor a la experiencia?</p>

cuando existe un ambiente familiar?	
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 9</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Ayudar a los jóvenes a reconocer el valor de la información. Disponer de ella da poder y puede ayudar a formarnos como personas. Pero también hay que saber que en ocasiones es malo recibir toda la información a la vez y en el mismo momento, es necesario dosificarla, adecuarla a nuestra edad y situación.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Como si se tratara del juego de los errores y las coincidencias, los jóvenes deberán analizar las diferencias entre una misma noticia publicada en distintos periódicos y establecer hipótesis acerca de los motivos que provocan que una información incluya datos contradictorios según quien la ofrezca.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Es coherente que la misma noticia sea diferente según se publique en un medio de comunicación u otro? Reflexionar acerca de la información que reciben: ¿Os interesa? ¿Desearíais que fuera distinto? ¿Echas de menos la fiabilidad? ¿A través de qué canales de información?</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 10</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Se trata de hacer ver el valor que tienen la comunicación y el diálogo y la importancia de ambos en las relaciones personales, en la amistad y en general en las relaciones afectivas.</p> <p>Saber dialogar exige aprender a escuchar a los demás. Los verdaderos amigos no son aquéllos con los que se va de marcha, sino los que son capaces de atenderte y de “perder” el tiempo contigo, incluso aquéllos con los que has aprendido a “aburrirte”.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Texto para la reflexión: “En varios países se han desarrollado experimentos en los que se ofrecían importantes cantidades de dinero a familias que pasaran tres meses sin ver la TV. Prácticamente ninguna fue capaz de aguantar esa dura prueba. En la mayoría de los casos se observó un incremento de las tensiones y de la conflictividad entre los miembros de la familia. La falta del televisor no aumentó la comunicación, sino que provocó un mayor aislamiento, discusiones, alteraciones del carácter, ansiedad e hiperactividad en los niños. Síntomas similares al síndrome de abstinencia que provocan algunas adicciones”.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Podrías estar sin ver la TV 24 horas? ¿Forma parte de tu vida la TV? ¿Hablas con tu familia cuando ves la TV? ¿Conoces lo que piensan tus padres en determinados temas que te preocupan? ¿Sabes tus padres lo que tú piensas de esos mismos temas? ¿Se lo has dicho alguna vez?</p>
<p>ACTIVIDAD 11</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Reflexionar sobre el uso de Internet, cómo trabajar con ese medio, sus ventajas y riesgos y los problemas que se derivan de un uso excesivo.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Cada chico expondrá cómo utiliza Internet y cuánto tiempo le dedica cada día. Igualmente se planteará si tiene algún tipo de restricción por parte de sus padres.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Es correcto dar una imagen sobre uno mismo que no es la verdadera? ¿Se pueden conservar la intimidad sin mentir sobre uno mismo? ¿Qué características positivas tiene la comunicación con los demás, sólo a través de la red? ¿Cuáles son las negativas?</p>	

3.4.2. LA PUBLICIDAD

LA PUBLICIDAD



CONTENIDO

- Presencia de la publicidad.
- La publicidad como venta de ilusiones: felicidad, éxito y confianza.
- El valor de las modas.
- Los “ideales de belleza” y la búsqueda de una perfección inexistente.
- Estrategias subliminales en el arte y en la publicidad.

OBJETIVOS

- Analizar la presencia y la función de la publicidad en nuestra sociedad.
- Conocer los mecanismos seductores y persuasivos que se despliegan al diseñarla.
- Analizar las expectativas asociadas al consumo que despierta la publicidad en niños y jóvenes y relacionarlos con las frustraciones que puede provocar.
- Diferenciar entre realidad y ficción en los mensajes de los anuncios.

Tabla 7. Contenido del programa “El Nuevo Reto”. La publicidad.



La publicidad está presente en los medios de comunicación y en los espacios públicos. Muchos expertos afirman que, debido a su intensidad, los niños y jóvenes están siendo socializados en una cultura de consumo.

La publicidad es uno de los motores de la economía de mercado. Los anuncios incentivan el consumo, lo que permite producir más cantidad de bienes y servicios, que a su vez generan más empleo y mayor riqueza. Como consecuencia y cerrando el ciclo, incrementa la demanda de productos. Sin la publicidad los medios de comunicación no podrían subsistir.

Se han desarrollado múltiples investigaciones para analizar a los consumidores, en busca de aquellos resortes que les impulsen a la hora de comprar. Los resultados dieron lugar a la elaboración de estrategias que incorporaban promesas asociadas a los productos. Esas promesas coincidían con las esperanzas, los miedos o los ideales de los consumidores.

La importancia de la publicidad y su capacidad de influencia en la sociedad queda demostrada en la numerosa normativa que existe al respecto en la mayoría de los países desarrollados.

ACTIVIDADES SOBRE LA PUBLICIDAD	
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 1</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Los jóvenes deben tomar conciencia de la función e influencia de la publicidad en la sociedad y en sus propias vidas, de sus valores y desventajas. Así mismo la publicidad veraz, como la información positiva, ayuda a mejorar nuestros conocimientos.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se les pedirá que escriban en cuadro de 2 columnas, en el que reflejarán argumentos sobre la utilidad de la publicidad y sus efectos negativos, añadiendo críticas razonadas.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Consideras necesaria la sinceridad en el mercado publicitario? ¿Olvidas o recuerdas ciertos mensajes por considerarlos útiles?</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 2</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Insistir a los niños y jóvenes en que estudien los anuncios y descubran lo que de ellos es simple publicidad y lo que pretende “dirigirles” en su forma de consumir, pensar o actuar. Que obtengan conocimientos suficientes para una diferenciación clara.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Pedirles que observen y elijan unos cuantos anuncios de prensa, radio o televisión, que puedan presentar a sus compañeros y discutir sobre la intención del realizador y la honestidad en relación a lo que oferta. Si en la clase algún alumno conoce el uso de programas de diseño y retoque de imágenes podrán mostrar a sus compañeros trucos y técnicas que se utilizan.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te has sentido impulsado a comprar? ¿Y manipulado? ¿Distingues la publicidad auténtica del “negocio” que procura? ¿Qué balance has apreciado entre la realidad y la ficción?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 3</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Consolidar el aprendizaje que les ayude a diferenciar y estimular el espíritu crítico.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Solicitar a los jóvenes que busquen en el vídeo unas cuantas secuencias que muestren los distintos trucos que la publicidad utiliza. Separar y enumerar los que pueden situarse en una dinámica similar: escenas fantásticas como las de Matriz, maquillaje y simulación como en la secuencia del pollo, emplazamientos de productos, etc.</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 4</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Dadas las frustraciones que provoca asociar el éxito al consumo de determinados productos, conseguir que los jóvenes profundicen en éste fenómeno.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Pedirles que estudien y expongan casos vividos por ellos que demuestren ésta vinculación. Debatir sobre su importancia y consecuencias.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Has experimentado un mayor éxito por tener</p>

<p>PREGUNTAS</p> <p>¿Intentas prestar más atención al contenido de los anuncios? ¿Descubres intenciones que te pasaban desapercibidas?</p>	<p>determinada ropa? ¿Te harán caso si ofreces un paseo en Ferrari? ¿Es por ti o por lo que tienes? ¿Te querrá más tu familia o vas a subir socialmente por usar determinada colonia?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 5</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Resaltar los condicionamientos que las modas imponen y la importancia y valor de tener una personalidad fuerte. Ser diferentes nos puede hacer más interesantes para los demás, mientras que seguir las pautas de otros limita nuestra libertad y nos esclaviza.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Los jóvenes realizarán en grupo una investigación sobre la moda y la evolución de las costumbres, la longitud de los cabellos, la delgadez, la forma de vestir, ... Buscarán ejemplos que demuestren cómo sectores importantes de la población parecen “uniformados” por seguir la moda y cómo se supeditan a ella incluso resultándoles incómodo y hasta perjudicial (zapatos que torturan, etc.). Podrán presentar fotografías, revistas, etc., que lo demuestren.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Consideras que eliges porque te gusta o porque se usa? ¿Cómo influye la opinión de los demás en tus gustos? ¿Compras productos que no tienes claro necesitar? ¿Te importa el que dirán si no vas a la moda? ¿Te ayudan los anuncios a comprar la ropa? ¿Serías capaz de ponerte lo que te apetece aún sabiendo que tus amigos no lo llevan? ¿Por qué siempre son los otros los que marcan la moda y no tú? Se trabajará en grupo y después se hará una puesta en común.</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 6</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Motivar a los jóvenes para que presten atención a la utilización de la belleza como reclamo publicitario e inductor del consumo. Así mismo, cómo su exaltación provoca que no se profundice en otras habilidades y atractivos, lo que nos hace llegar a conocer realmente a las personas.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Basándose en la secuencia del video en la que se construye una mujer guapísima mediante la utilización de tres modelos, realizar en clase un debate sobre los modelos de belleza vigentes y cómo afectan a los jóvenes y a todas las edades.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Juzgas a las personas por su aspecto exterior? ¿Crees que merece la pena sacrificar la salud, correr determinados riesgos por estar delgado? ¿Te han “metido un gol” haciéndote creer que la chica del anuncio era una sola persona?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 7</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Conocerse a sí mismo es sumamente importante para forjar la personalidad. Curiosamente la imagen que tenemos de nosotros no siempre se parece a la que tienen los demás.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Formarán parejas. Cada uno debe describir a su compañero, su estilo personal, el tipo de ropa que lleva, accesorios, peinado, maquillaje, tatuaje, etc. El trabajo no se basará solamente en la observación, sino que podrán realizar preguntas para completar la descripción. Posteriormente se cruzarán las conclusiones y se discutirán las distintas opiniones.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Cómo te ves? ¿Cuál crees que es la imagen que proyectas a los demás? ¿Cuáles son los elementos que te parecen más representativos</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 8</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Se reitera la importancia de conocerse a sí mismo y cómo darse a conocer a los demás.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se propondrá a los jóvenes que escriban el texto de un anuncio publicitario.</p> <p>El objeto a la “venta” será ellos mismos. Resulta interesante analizar las ideas que se les ocurren para “vender” semejante “producto”. Se concluirá cuáles son los atributos que han preferido destacar.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Por qué habéis elegido esas características? ¿Consideráis que son las más atractivas? ¿Qué dificultades habéis encontrado? ¿En detrimento de cuáles?</p>

de tu persona? ¿Conoces tus habilidades y carencias? Comparar con la idea que el "otro" tiene de ti.

ACTIVIDAD 9

OBJETIVOS

Animar a los jóvenes a que estudien los anuncios y reflexionen sobre el lenguaje que emplean, la escenificación y los argumentos que exhiben. Nuevamente se trata de no caer en el engaño, la falta de personalidad o incluso en el "borreguismo".

La idea es que consigan entender que la publicidad veraz como información es adecuada y puede ayudar a mejorar nuestros conocimientos, pero la falsedad o distorsión de una imagen para vender es lo que nos engaña y molesta.

CONTENIDO

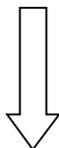
Los alumnos traerán a clase publicidad de prensa, grabaciones de radio y de televisión. Deben analizar los textos, *slogans* y comparar qué es lo que ofrece a través de los artificios seductores de los que dispone y cuál es la utilidad verdadera del objeto promocionado. También el visionado de la secuencia de cómo se preparan los helados con puré de patatas, para que resistan el calor de los focos, permite introducir un debate acerca del conocimiento que los niños tienen sobre los trucos de la televisión.

PREGUNTAS

¿El vídeo te ha ayudado a conocer mejor el mundo de la publicidad? ¿Es correcto disfrazar un producto para que parezca más atractivo? ¿Corresponde lo que ofertan con lo que se obtiene? ¿Te ha desilusionado al verlo en la realidad? ¿Se justifican las artimañas para vender más?

3.4.3. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LAS SUSTANCIAS ADICTIVAS

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LAS SUSTANCIAS ADICTIVAS



CONTENIDO

- Incitación a probar las sustancias adictivas.
- Mensajes asociados a su consumo: fiesta, grupo, diversión, desinhibición, atractivo personal.
- Los jóvenes como grupo rentable para el mercado.
- Relación entre el ocio, tabaco, alcohol y otras drogas.
- El consumo de sustancias como símbolo asociado a la independencia y entrada en el mundo de los mayores.

OBJETIVOS

- La identificación del abuso del alcohol y tabaco como verdaderas drogas.
- Conocer las estrategias que se emplean en publicidad para promover su consumo.
- Reflexionar sobre el rigor de los argumentos utilizados.
- Dotar a los jóvenes de elementos de juicio y discernimiento que les permitan actuar de forma crítica frente a los mensajes publicitarios.
- Debatir sobre la presión del ambiente, el grupo y los medios en los hábitos de los jóvenes.

Tabla 8. Contenido del programa “El Nuevo Reto”. Estrategias de promoción de las sustancias adictivas.



Las campañas publicitarias suelen relacionar el consumo de tabaco con valores y situaciones que resultan atractivos para los jóvenes: la amistad, la diversión, el compañerismo o la aceptación social. Lo mismo ocurre con las marcas de alcohol de especial relevancia con *slogans* como: “para gente sin complejos”, “únete a la fiesta”, “lo que disfrutas, cuando disfrutas”. Frecuentemente asociados al ocio.

Para la promoción de drogas ilegales, lógicamente no existe publicidad. Pero el consumo del tabaco y sobre todo del alcohol suele ser la puerta por la que se llega a las demás drogas.

En este apartado es importante que los jóvenes reflexionen sobre la necesidad de tener criterios claros frente a dichos consumos, distingan los mensajes publicitarios y valoren otros aspectos diferentes a la satisfacción personal inmediata.

Los expertos afirman que si se llega a los 18 años sin la costumbre de fumar es muy probable que jamás se haga. Por este motivo, la captación publicitaria empieza en la adolescencia, o incluso antes. Edad en la que los potenciales clientes poseen menores mecanismos para la resistencia.

Muchos jóvenes realizan un consumo compulsivo de alcohol; grandes cantidades en poco tiempo y mezclando varias bebidas alcohólicas. El alto precio en bares y discotecas les lleva a “ponerse a punto” comprando en supermercados y tiendas para alcanzar un estado de euforia que luego se incrementará a lo largo de la noche. Este rito aumenta los riesgos de perder el control y puede desencadenar consecuencias muy graves: accidentes de tráfico, actos violentos, consumo de drogas ilegales, coma etílico, etc.

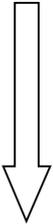
ACTIVIDADES SOBRE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LAS SUSTANCIAS ADICTIVAS	
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 1</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Se trata de que los jóvenes asuman que la diversión no necesita apoyarse en la bebida y hacerlo trae consecuencias negativas.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se visionarán aquellas secuencias del video en las que se observe que jóvenes con personalidad, se niegan a que les controlen o dirijan. No necesitan de sustancias para pasarlo bien, ni se acomplejan por no seguir a los demás. Igualmente se discutirán otras en las que se aprecian los resultados de una borrachera.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Eres capaz de negarte a fumar o beber, cuando te lo ofrecen los que están contigo? ¿Te avergüenza que te consideren “carca” por no seguirles?</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 2</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Analizar las estrategias que inducen a fumar.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Proyectar la secuencia de vídeo correspondiente a este apartado, en la que se ve un anuncio publicitario que incluye un mensaje encubierto con el propósito de provocar el deseo de fumar.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>El ver que otros fuman, ¿te produce deseos de fumar? ¿Crees que te ayuda a integrarte en tu grupo de amigos el fumar juntos? ¿Te consideras mayor por hacerlo? ¿Es algo prohibido? ¿Relacionas el fumar con actividades placenteras? ¿Cuándo fumas piensas en la dependencia?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 3</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Analizar las consecuencias del coste económico del consumo de tabaco.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Dividir el grupo en grupos de 6 y se les dará 6 minutos para realizar un debate y obtener conclusiones. Se realizarán con reflexiones que comparen el gasto en tabaco con otros más necesarios.</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 4</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Reflexionar sobre el peligro de simultanear tabaco y alcohol.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Trabajar con el grupo a partir del siguiente texto: El consumo y la dependencia del tabaco está relacionado con la enfermedad; si además se añade el alcohol, pueden aumentar los problemas de salud y comportamiento, ya que tiene repercusiones inmediatas que les</p>

<p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te plantea problemas lo que gastas en tabaco? ¿Dejas de comprar cosas necesarias para poder fumar? ¿Qué piensas del que te pide continuamente un cigarro y luego adquiere cosas de las que tu has tenido que prescindir? ¿Y del que te pide dinero, pero va repartiendo pitillos?</p>	<p>que tiene repercusiones inmediatas que los jóvenes pueden constatar.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Considera posible pasarlo bien sin fumar? ¿Crees que consumir alcohol además de fumar, incrementa los riesgos para tu salud? ¿Qué piensas de los chicos que no fuman ni beben? ¿Envidias a los que no fuman? ¿Consideras que el tabaco genera dependencia?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 5</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Conocer las consecuencias del tabaco para la salud.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>En esta guía se ofrecen cifras de consumo y efectos de esta droga legal en el organismo. También la especial repercusión en niños y adolescentes por los cambios que están experimentando en su organismo.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>Se propondrá un debate dejando a los jóvenes que hagan sus propias preguntas y respondan a ellas.</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 6</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Incitar a los jóvenes a que busquen fórmulas para conseguir dejar de fumar.</p> <p>CONTENIDOS</p> <p>Los alumnos elaborarán de forma individual algunas propuestas para prevenir y/o eliminar esta drogodependencia. El medio utilizado puede ser diverso: pautas, recetas, escritos, imágenes de videoaficionado, etc. Provocar un debate y elegir las mejores ideas.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Cuándo crees que una persona es adicta al alcohol? ¿Cómo reaccionas cuando alguien se ha pasado con la bebida? ¿Cómo ayudas a un amigo si se emborracha? ¿Has estado presente cuando alguien ha tenido un coma etílico? ¿Cuáles son los efectos positivos del alcohol? ¿Cuáles son los negativos?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 7</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Se propone estudiar la relación entre ocio y consumo de alcohol.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Con la secuencia de “Compañeros” contenida en el vídeo en el que se ve el efecto del alcohol, introducir un debate haciendo dos grupos que expongan argumentos contrapuestos.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te compensa arriesgarte a realizar algo que no harías en plenas facultades? ¿Aceptas la “resaca” como inevitable? ¿No te importa hacer el ridículo cuando ves los comportamientos grotescos de tus compañeros cuando se emborrachan? ¿Te dan envidia los amigos que se divierten sin consumir alcohol? ¿Concibes disfrutar sobrio? ¿Crees en el deporte como alternativa a la bebida?</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 8</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Destacar la importancia de comentar, discutir y poner en común el problema que a los jóvenes se les plantea en las “movidas” de fin de semana, cuando los amigos beben.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se propone que en un ambiente distendido y de confianza se realice un turno de preguntas a los alumnos para analizar sus conocimientos y si desean exponerlo, sus dificultades y experiencias previas con la bebida. Además, se les puede ofrecer la oportunidad de conversar con el educador de manera privada, si lo desean.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te gustaría tener un padre, hermano o amigo con el que poder hablar libremente del tema? ¿Crees más fácil no beber si tu grupo no lo hace? Seas chico o chica, ¿te molesta que tu acompañante se ponga “a punto”?</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 9</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Reflexionar sobre los hábitos de consumo de alcohol de los jóvenes que forman el grupo, para que sean conscientes de cuál es su</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 10</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Se trata de conseguir una toma de conciencia sobre la necesidad de poner coto a la conducción en estado de embriaguez, e</p>

<p>postura, al menos teórica, frente a esta droga.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>El profesor repartirá entre los alumnos una encuesta que deberán responder de forma anónima. Una vez contabilizados los datos se discutirán en clase.</p> <p>La forma de expresión que elegirán los jóvenes será libre.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Crees que se bebe demasiado? ¿Quizá más que en otras épocas? ¿Tiene que ver con ello el que los jóvenes disponen de demasiado dinero? ¿Desde qué edad no te importaría que tu hermano-a empiece a beber? ¿Qué harías si tu hermano/a se emborrachara habiéndote visto a ti en la misma situación?</p>	<p>implicar a la juventud en prevenir el pavoroso número de tragedias que ello ocasiona.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se solicitará que lleven a clase algunos anuncios y campañas de prevención, que vinculan los accidentes de circulación con la ingesta de alcohol y realizar un debate que permita plantear esta problemática. Reflexionarán sobre su posición respecto a las medidas actuales impuestas por las autoridades (por ejemplo, controles de alcoholemia) y proporcionarán ideas.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te parecen necesarias las campañas de prevención? ¿Son eficaces las encuestas? ¿Cuáles te motivan y cuáles consideras negativas o inútiles? ¿Podrías aportar ideas?</p>
<p>ACTIVIDAD 11</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Intentar que los jóvenes se pongan en la situación más próxima a lo que les puede ocurrir si se “pasan” en la bebida.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Los grupos realizarán una dramatización (mediante técnicas de role-playing) de una historia vinculada con el alcohol. A continuación se analizarán las situaciones creadas y considerarán las posibilidades más verosímiles desde el punto de vista de la prevención.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>En este caso se buscará que los propios actores propongan las preguntas y proporcionen respuestas.</p>	

3.4.4. EFECTOS DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ADICTIVAS

EFFECTOS DEL CONSUMO DE SUSTANCIAS ADICTIVAS



- CONTENIDO**
- Información General sobre drogas.
 - Factores asociados al consumo.
 - Efectos del consumo de sustancias adictivas.

- OBJETIVOS**
- Reforzar el conocimiento de los efectos del consumo de las sustancias adictivas tanto legales como ilegales.
 - Subrayar que el uso de las citadas drogas, provoca dependencia y perjudica la salud, limitando la libertad de las personas.
 - Fortalecer un espíritu crítico ante la utilización de estos productos.
 - Concienciar en la importancia de alimentar alternativas positivas y alentar el desarrollo de hábitos y estilos de vida saludables.

Tabla 9. Contenido del programa “El Nuevo Reto”. Efectos del consumo de sustancias adictivas.



Con el término drogas se califican todos aquellos productos cuyo uso regular provoca los procesos conocidos como tolerancia y dependencia; y cuyo abuso puede suscitar trastornos físicos (enfermedades, reacciones incontroladas, etc.), psicológicos (desequilibrio, falta de concentración, conflicto de relación con los demás, etc.) y sociales (violencia, accidentes de tráfico, etc.)

FACTORES ASOCIADOS AL CONSUMO DE DROGAS

	INDIVIDUALES	
	Frecuente su uso en personas inmaduras emocionalmente y con menor resistencia a la frustración.	
RELACIONALES	DROGAS LEGALES: ALCOHOL Y TABACO DROGAS ILEGALES: CANNABIS, HACHIS, HEROÍNA, COCAÍNA, INHALANTES, ALUCINÓGENOS SINTÉTICOS, ANFETAMINAS, DROGAS DE SÍNTESIS	EVOLUTIVOS
Más posibilidades en familias que se producen excesos de alcohol y tabaco. Suele coincidir con familias donde falta la comunicación. El grupo de iguales juega un papel decisivo.		Dicha ingesta o hábito suele darse en los adolescentes con rasgos característicos de la edad: cambios biológicos, inseguridad, crisis de identidad, ansia de nuevas experiencias, mimetismo de modelos sociales, atracción por el riesgo.
	SOCIO-AMBIENTALES	
	La sociedad es favorecedora del consumismo, del éxito fácil, de la competitividad agresiva, de la falta de valores.	

EFFECTOS NEGATIVOS DE LAS DROGAS

DROGAS LEGALES

ALCOHOL

Los efectos poco deseados a corto plazo son: dificultad al hablar, asociar ideas y coordinar movimientos, embriaguez con pérdida de control de las facultades superiores, descoordinación del habla y de la marcha, visión doble, estado de apatía y somnolencia, coma etílico e incluso la muerte.

A largo plazo: riesgos cognitivos y psicológicos (demencia alcohólica), problemas gastrointestinales, cirrosis hepática, hipertensión arterial, anemia, dificultades cardiovasculares, incidentes neurológicos y musculares, cáncer, etc.

TABACO

Las sustancias nocivas del tabaco son muchas:

Nicotina: estimulante del sistema nervioso central y responsable de los efectos psicoactivos y dependencia de este componente.

Alquitranes: se desprenden principalmente al quemarse el papel del cigarro e implican el origen de muchos cánceres.

Irritantes: tóxicos responsables de alteraciones como faringitis, tos, etc.

Monóxido de carbono: gas provocado por la combustión. Produce disminución de oxígeno en pulmones y es causante de problemas cardiovasculares y respiratorios.

DROGAS ILEGALES

<p align="center">CANNABIS</p> <p>Taquicardia, ojos enrojecidos, procesos mentales lentos y alteración de la percepción temporal y sensorial, depresión, somnolencia, cuadros de pánico y con alcohol pueden dar lipotimias.</p>	<p align="center">HACHÍS</p> <p>Ralentiza el funcionamiento psicológico y entorpece el aprendizaje, la concentración y la memoria. Falta de lucidez mental, coordinación psicomotora, reacciones de pánico y ansiedad.</p>	<p align="center">HEROÍNA</p> <p>Puede tomarse inyectada, fumada o masticada. Vómitos, estreñimiento, contracción pupilar, sensación de calor y depresión, dependencia física, pérdida de peso, impotencia, trastornos del sueño, irritabilidad, temblores, infecciones en órganos vitales y la muerte.</p>
<p align="center">COCAÍNA</p> <p>Dilatación pupilar, fuertes dolores de cabeza, insomnio, trastornos digestivos como pérdida de apetito y náuseas, posibles convulsiones, delirio, alucinaciones, taquicardia y aumento de la presión arterial, incluso estado de coma.</p> <p>Trastornos psíquicos como ideas paranoides y depresión, dependencia.</p>	<p align="center">INHALANTES</p> <p>Depresión, intoxicación grave, pérdida de conciencia, náuseas, vómitos, tos, lagrimeo, lesiones hepáticas y renales, insuficiencia cardíaca, asfixia y la muerte en casos extremos de inhalación.</p>	<p align="center">ALUCINÓGENOS SINTÉTICOS</p> <p>Alteraciones sensoriales, dificultad para la concentración, reduce la coordinación muscular, alucinaciones, aumento de la temperatura, vértigo, taquicardia, náuseas y dilatación pupilar. Riesgos psicológicos graves como depresión, ansiedad y psicosis. Las alucinaciones pueden llevar a la muerte.</p>
<p align="center">ANFETAMINAS</p> <p>Sed, sudoración, taquicardia, aumento de la tensión arterial, náuseas, malestar, dolor de cabeza, vértigos, alucinaciones visuales y auditivas. Al acabar los efectos genera un letargo con situaciones de hipotensión y depresión psíquica. Provocan inquietud, irritabilidad, alteraciones, convulsiones e incluso la muerte.</p>	<p align="center">DROGAS DE SÍNTESIS</p> <p>Las más conocidas son el “speed”, “píldora del amor o éxtasis”. Alucinaciones, alteraciones perceptivas y psicomotrices, arritmias cardíacas y el excesivo consumo puede llevar a la muerte.</p>	

<p align="center">ACTIVIDADES SOBRE EL CONSUMO DE SUSTANCIAS ADICTIVAS</p>	
<p align="center">ACTIVIDAD 1</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Detectar los conocimientos de los jóvenes sobre las drogas legales e ilegales y sus efectos.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Analizar toda la información recogida en el capítulo, de forma que los jóvenes resalten las ideas principales.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>En un ambiente de confianza y relajado se hará un turno de preguntas para saber sus dudas y opiniones. Además se puede ofrecer la oportunidad de contactar con el educador de manera privada.</p>	<p align="center">ACTIVIDAD 2</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Ayudar a los jóvenes a que manifiesten qué significa para ellos la dependencia.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Elegir imágenes del propio vídeo, periódicos, revistas, o situaciones de su propia experiencia, en las que se ponga de manifiesto alguna situación de dependencia.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te has considerado alguna vez “enganchado” al tabaco, alcohol o droga ilegal? ¿Percibes cuando alguno de tus compañeros está empezando a “engancharse”? ¿Te consideras inmune en el consumo de drogas? ¿Crees que puedes controlarlo?</p>
<p align="center">ACTIVIDAD 3</p> <p>OBJETIVOS</p>	<p align="center">ACTIVIDAD 4</p> <p>OBJETIVOS</p>

<p>Reflexión en torno a los efectos del alcohol</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Visionar la escena de “Compañeros” contenida en el vídeo, en la que un joven ebrio empieza a ver borroso mientras juega al billar hasta que pierde el sentido. Esta escena además permitirá introducir la relación entre el ocio y el consumo de alcohol.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Te has parado a pensar en el alcance de perder el control de la cantidad que bebes? ¿Consideras que el alcohol puede dañarte, incluso para lograr éxito en cualquier diversión? ¿Cómo valoras la opinión de terceras personas frente a esta situación?</p>	<p>Incidir en los efectos no sólo negativos sino peligrosos del consumo de drogas.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Volver a visionar la escena de “Compañeros” en la que una niña entra en coma etílico en una fiesta. El educador organizará la clase en dos grupos de trabajo, que prepararán por escrito distintos efectos derivados del consumo de drogas. Se presentarán y debatirán en público los resultados.</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 5</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Reflexionar en torno a los beneficios económicos que obtienen terceras personas derivados del consumo de drogas.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se visionará de nuevo el vídeo de “Compañeros” la escena en la que una chica trafica con pastillas en el instituto. Se sugiere trabajar en grupos pequeños sobre su contenido.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Es fácil conseguir droga en los círculos que te mueves? ¿Qué piensas de un chico que trata de vender drogas a sus compañeros? ¿Has pensado que el que vende drogas se aprovecha de la dependencia del que la compra?</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 6</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Mostrar a los jóvenes los riesgos que provoca conducir bajo los efectos de las drogas.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Los jóvenes deberán traer imágenes de anuncios de campañas de prevención que vinculan el alcohol con los accidentes de circulación. Posteriormente los jóvenes pueden elaborar un guión audiovisual para una campaña con objetivos preventivos. Deberán consignar las imágenes, los textos y los sonidos que utilizarían.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>A partir del trabajo previo de los alumnos se abrirá un debate que permita plantear esta problemática y reflexionar sobre la posición de los alumnos respecto a las medidas actuales impuestas por las autoridades (por ejemplo, controles de alcoholemia).</p>
<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 7</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Hacer comprender a los jóvenes que el consumo de drogas es una solución contraproducente que les crea un conflicto nuevo sin solucionar ningún problema previo.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Se describe un escenario que se debe representar en el grupo para que después, en pequeños grupos, o toda la clase debata sobre esa situación.</p> <p>Los escenarios son:</p> <p>1º.- Chico tímido y con complejos físicos, con pocos amigos, muy amparado en el ambiente familiar que no sabe cómo romper la</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 8</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Conocer la realidad del consumo de drogas.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>Invitar a participar en una de las últimas sesiones a un terapeuta y a un interno de alguna asociación dedicada a la prevención y rehabilitación para que cuenten sus experiencias profesionales y personales. Así los chicos podrán conocer y hacer preguntas sobre las dinámicas existentes para la solución de los problemas adictivos. También se puede programar alguna visita a algún centro de la asociación.</p>

<p>dependencia que tiene de ésta. Le resulta difícil estar en un grupo numeroso y se siente perdido a la hora de salir a divertirse. Puede pensar que el alcohol o el consumo de drogas le ayudarían a desinhibirse y así ser valorado socialmente.</p> <p>2°.- Representar a un chico que fracasa en los estudios y no encuentra motivación para mejorar. Esto le hace sentirse frustrado y apático, desganado y sin fuerzas para enfrentarse a sus problemas, se siente poco valioso como consecuencia de los fracasos que acumula. Puede pensar en el consumo de sustancias adictivas como evasión a su problema.</p> <p>3°.- Representar a un chico que es un líder y con tendencia a mandar sobre los demás. Le gusta experimentar y correr riesgos, pero sobre todo es importante para él que los demás lo consideren como un líder y que sientan admiración por lo que hace. Esto puede empujarlo a que busque el consumo de algo prohibido para mantener esa imagen de fuerte que necesita tener frente a los demás.</p> <p>PREGUNTAS</p> <p>¿Qué alternativas les ofrecerías a la de consumir drogas? ¿Crees que la droga puede ser una solución a sus problemas?</p>	<p style="text-align: center;">ACTIVIDAD 9</p> <p>OBJETIVOS</p> <p>Recopilar y sintetizar todo lo aprendido por los jóvenes.</p> <p>CONTENIDO</p> <p>A partir de todo lo aprendido en las diferentes sesiones de este Programa se realizará una “tormenta de ideas” para la elaboración de un hipotético plan de prevención de adicciones.</p> <p>Igualmente se cerrarán las sesiones tratando de dar respuesta a todas las preguntas que figuran en las escenas finales del vídeo.</p>
---	--

3.5. ÁMBITO DE APLICACIÓN

En el breve periodo de vigencia de este programa y con escasa publicidad del mismo, ya se han impartido 60 seminarios de 10 horas de duración cada uno.

Durante los próximos meses se atenderá a la demanda que se ha generado con la única limitación de los recursos disponibles.

Dichos seminarios son de impartición “gratuita” gracias a la cofinanciación del Plan Nacional de Drogas, y normalmente se realizan a través de nuestra red de monitores, que consta de especialistas en la materia: psicólogos, pedagogos, educadores sociales, etc.

También desde Acción Familiar se ofrece la posibilidad de organizar breves sesiones informativas para aquellas personas que quieran utilizar el programa, proporcionándoles además, material complementario.

4. REFLEXIONES FINALES

El trabajo de educar no es fácil, pero tampoco aburrido. Exige escucha, el reconocimiento del valor de lo pequeño, un esfuerzo por aprender lo que no sabemos y, sobre todo, conocer a quienes queremos formar.

Hay que estar más junto a los jóvenes, “perder el tiempo” con ellos, escucharles cuando quieren hablar, no cuando nosotros preguntamos. Así podremos valorar lo que son que, en muchas ocasiones, está oculto tras la rebeldía, inmadurez e inseguridad, propia de la adolescencia. Sólo así, conociéndoles a fondo, podemos ayudarles a ser personas fuertes, integras, capaces de enfrentarse al reto de su libertad, en una sociedad que, en muchas ocasiones, utiliza instrumentos muy atractivos que les pueden esclavizar.

Es mucha la información y las propuestas que se plantean en este programa para prevenir las adicciones. Sin embargo para obtener resultados sólidos y duraderos,

consideramos sustancial incidir en la necesidad de centrarnos en cuatro valores esenciales que son en definitiva las bases del Programa "El Nuevo Reto":

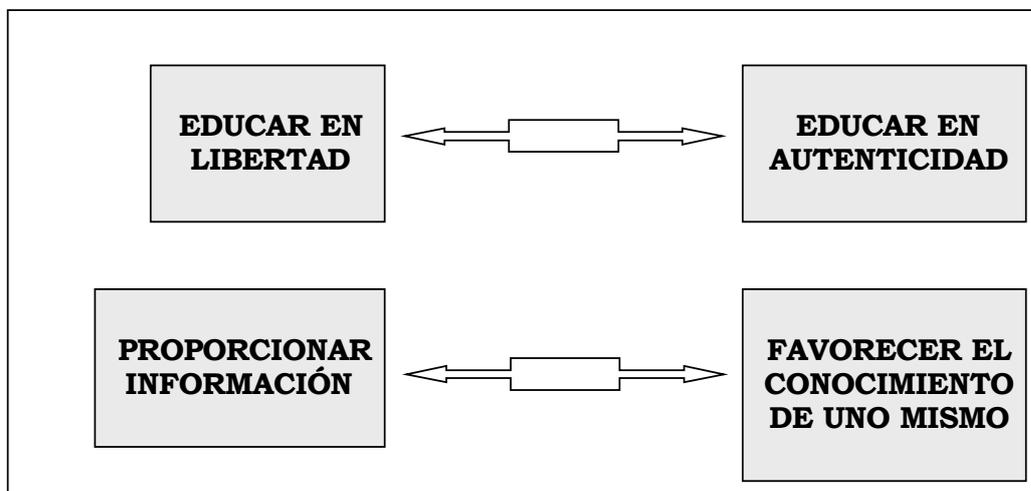


Tabla 10. Valores esenciales del programa "El Nuevo Reto".

Como resultado de estos programas y apoyándonos en las evaluaciones que se desarrollan al término de cada curso, se aprecia una valoración muy positiva por parte de todos los colectivos implicados –padres, educadores y adolescentes.

Se destaca la facilidad con que capta la atención y genera una participación activa, convirtiendo a los jóvenes en auténticos protagonistas y consiguiendo asuman que son ellos los principales gestores de la prevención. **ÉSTE ES "EL NUEVO RETO".**

Para más información sobre el Programa y Acción Familiar podéis dirigiraros a la web:

<http://www.accionfamiliar.es>