La prevención y la mitigación en manos de los y las jóvenes

Herramientas pedagógicas en prevención del consumo de sustancias psicoactivas y mitigación de su impacto, para líderes de organizaciones juveniles

Segunda edición

MinSalud
Ministerio de Salud y Protección Social

PROSPERIDAD PARA TODOS

© MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL

Primera edición: junio 2010
Segunda edición: abril 2013

Coordinación técnica
Aldemar Parra Espitia
Ministerio de Salud y Protección Social
Inés Elvira Mejía Motta
Camila Patiño
Convenio Ministerio de la Protección Social – UNODC
(Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito)

Investigación y elaboración
Graciela Polanía, Óscar Salgar, Fernando Quintero, Julián Quintero, Marcela Tovar
Corporación Acción Técnica Social

Asistentes técnicos
Erick Bravo, Leidy Viviana Rayo, Brigitte Pinzón, Jorge Enrique Pinzón, Juan Carlos Bermúdez
Colectivo La RES - www.colectivolares.com
Sistema Nacional de Comunicación Joven - www.redcamaleon.com

Equipo de revisión y ajuste de contenidos
Graciela Polanía
We Team Ltda.
Karina Ballén
Gonzalo Sosa Gutiérrez
Óscar Mauricio Niño Novoa
Equipo Técnico Salud Mental y Reducción del Consumo de SPA, MSPS.

Realización editorial
Cometa - Innovación & Colaboración

Dirección editorial
José Miguel Hernández Arbeláez
Fernando Chaves Valbuena

Edición y didactización
Diego Fernando Álvarez
Liliana Arias Vargas
Mariela Zuluaga García

Realización grafica e ilustración
María Cristina Rueda Traslaviña
Wilson Martínez Montoya

Revisión técnica
Graciela Polanía

Impresión
Gráficas Gilpor Ltda.

Bogotá D.C. Abril 2013

La prevención y la mitigación en manos de los y las jóvenes

Herramientas pedagógicas en prevención del consumo de sustancias psicoactivas y mitigación de su impacto, para líderes de organizaciones juveniles

Segunda edición

ISBN Obra Independiente: 978-958-57372-9-7

Contenido

Introducción 4
Finalidad de este módulo e instrucciones de uso 5
Formación de pares, la base de este proceso 6
Pasos para la formulación de la estrategia 7

Unidad 1

De qué hablamos – Conceptos claves 9
Juventud 10
Jóvenes, ocio y fiesta 12
Sustancias Psicoactivas 14
Caracterización y efectos de las SPA 16
Clasificación de las SPA 18
Niveles de consumo 20
Prevención 22
Mitigación 28
Inclusión social y representaciones sociales 30
Reducción de riesgos 31
Reducción de daños 32

Unidad 2

Cómo preparar la estrategia – Recursos de investigación 34
Cómo se prepara una estrategia de prevención y mitigación 36
Recursos metodológicos 38
Etnografía y diario de campo 38
Cartografía social 39
Grupo focal 40
Narrativas individuales y colectivas 42
Mapeo de actores 43
Linea de tiempo y proceso 43

Unidad 3

¿Qué recursos podemos utilizar? 44
Estrategias de comunicación 46
Otras estrategias 50
Centros de escucha 50
Juegos didácticos 50
Charlas, conferencias, foros, talleres, debates 50
Ocupación del tiempo libre 51
Componente virtual 51
Actividades culturales y recreativas 51
Herramientas de evaluación y seguimiento 52
Justificación 52
Sistemas de monitoreo y evaluación 52
Apropiación del módulo 53
Implementación del módulo 53
A modo de resumen. Claves para realizar la estrategia 54
Matriz para trabajo grupal 54

Unidad 4

¿Cómo compartir esta experiencia? 56
Herramientas pedagógicas 58
Justificación 58
Pasos para enseñar y poner ejercicios 59
Podemos pensar otros enfoques 60

Bibliografía, Anexos y Referencias

Alejandro Gaviria Uribe
Ministro de Salud y Protección Social

Fernando Ruiz Gómez
Viceministro de Salud Pública y
Prestación de Servicios

Norman Julio Muñoz Muñoz
Viceministro de Protección Social

Gerardo Lubin Burgos Bernal
Secretario General

Lenis Enrique Urquijo Velásquez
Director de Promoción y Prevención

Introducción

Tras muchos años de incidencia y reclamo, ustedes los jóvenes han logrado cambiar en los discursos el concepto de "joven problema" por el de "joven oportunidad" y han ganado importantes espacios de participación y decisión en políticas públicas, para convertirse en actores indispensables de muchos procesos. La institucionalidad y la sociedad cada vez toman más en serio sus propuestas de cambio y depositan en ustedes responsabilidades de mayor envergadura, en las cuales ya han demostrado su responsabilidad.

Por eso, el Ministerio de Salud y Protección Social entrega a los jóvenes este documento de prevención y mitigación del impacto del consumo de sustancias psicoactivas (SPA), para que sean los mismos jóvenes quienes den las respuestas adecuadas a este fenómeno del consumo de SPA, aprovechando la contundencia de la imagen, la confianza de la cercanía estética, el reconocimiento del segmento etario, la eficacia de la similitud verbal, la jerga y la lingüística, entre otros tantos factores que definen la juventud.

Es importante señalar que esta herramienta hace parte de un proceso que inició en el año 2010 en el marco del plan operativo de la Política Nacional para la Reducción del Consumo de SPA y su Impacto, y es resultado de los esfuerzos mancomunados de entidades como Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito en Colombia – UNODC, la Corporación Acción Técnica Social – ATS, y por supuesto, de los grupos de jóvenes que contribuyeron con sus críticas y propuestas a fijar el rumbo de este proceso. El punto de partida fue el desarrollo de un seminario-taller realizado con 35 líderes juveniles de diferentes partes del país, a partir del cual se definieron los contenidos y estructura general necesarios para la formación de pares en prevención del consumo de drogas y cuyo resultado fue la primera versión de este módulo publicado en el 2010, texto sobre el que se ha realizado la presente versión.

En un segundo momento, en el año 2012, con el apoyo de la firma de consultoría W.E. Team Ltda., se trabajó en los contenidos de este módulo con otro grupo de 30 jóvenes líderes de 15 organizaciones juveniles de todo el país, y de la mano de un grupo de profesionales conocedores del tema. A partir de esta experiencia se hicieron ajustes y adecuaciones al contenido, a las propuestas pedagógicas y al diseño y diagramación de todo el documento, con el fin de continuar actualizándolo a las cambiantes realidades juveniles.

De esta forma los beneficiarios y aliados principales para la ejecución del proceso que acá se propone han sido los jóvenes líderes de organizaciones juveniles, pues la *formación a través de pares* es el pilar fundamental de esta herramienta pedagógica, que se vale de la proximidad entre quien posee la información y quien la recibe, para hacerlo de una manera más eficaz.

Así, ofrecemos esta herramienta de prevención y mitigación del consumo de sustancias psicoactivas, que se espera continúe en un proceso de permanente construcción y multiplicación con ustedes, los y las jóvenes del país.

Finalidad del módulo e instrucciones de uso

Este módulo o herramienta pedagógica está diseñado para que jóvenes líderes, como ustedes, puedan formar y formarse en el tema de prevención y mitigación, para luego hacer intervenciones contextualizadas y acordes a su realidad y recursos.

El documento está divido en cuatro unidades:

Unidad 1. ¿De qué hablamos?
Conceptos claves
Unidad 2. ¿Cómo preparar la estrategia?
Recursos de investigación
Unidad 3. ¿Qué recursos podemos utilizar?
Estrategias de intervención
Unidad 4. ¿Cómo compartir esta experiencia?
Herramientas pedagógicas

Recursos pedagógicos

El módulo está escrito en un lenguaje sencillo, de fácil comprensión y apoyado con ilustraciones que lo hacen más atractivo. Además, se han utilizado cuatro recursos pedagógicos, fácilmente identificados con nombres e íconos:

Bótele corriente: propone diálogos y actividades para aprender y enseñar los contenidos y poner en marcha una estrategia de prevención y mitigación.

Póngale mente: presenta textos de autores y explicaciones que ayudan a profundizar y comprender los contenidos del módulo.

Consulte al profesional: propone a los lectores buscar el apoyo de profesionales o expertos en algunos temas específicos del módulo, bien sea por su complejidad o por requerir la participación activa de la institucionalidad.

En últimas: hace una síntesis sobre el contenido y el sentido de cada unidad, lo cual ayuda a sistematizar y repasar los aprendizajes.

Así mismo, al inicio de cada sección se incluye un texto guía o texto de narrador, que presenta, introduce y motiva a la lectura de cada unidad, como lo haría un tutor en un proceso de formación presencial.

Es importante y necesario que la multiplicación de este módulo y la puesta en marcha de la estrategia de prevención y mitigación se trabaje en conjunto con la institucionalidad y los expertos locales.
El sitio web **www.spacio.gov.co** está disponible para que lo uses según tus necesidades y puedas establecer contacto no sólo con profesionales sino también con otros jóvenes líderes interesados en este tema.
Otros sitios donde encontrarás mucha información son:
www.unaopcionenlinea.gov.co
www.descentralizadrogas.gov.co
www.onsm.gov.co y **www.minsalud.gov.co**

Esta estrategia de prevención y mitigación se basa en el concepto de formación de pares. Eso significa que ustedes, como jóvenes, adquieren a través de esta cartilla unos conocimientos que luego pueden transmitir a otros jóvenes, aprovechando que ellos los escuchan y les creen por ser sus amigos y porque comparten con ustedes el barrio, el colegio, la música, la forma de vestirse y muchos otros aspectos. Porque ustedes les hablan en su lenguaje y en su estilo.

Formación de pares

la base de este proceso

Hablar desde las proximidades genera confianza

Para que los otros jóvenes acepten que se les hable sobre estos temas y capten el mensaje, es importante que compartan cosas en común, proximidades, como:

- El lenguaje: dialecto, jerga, idioma.
- La edad: preadolescencia, adolescencia, juventud.
- La estética: la pinta, la cultura juvenil, la escena.
- La orientación sexual: heterosexual, homosexual, bisexual.
- El estudio (primaria, secundaria, técnica, universitaria, superior, investigación, otros).

Hágalo usted mismo

La formación de pares también explora la autogestión conjunta del conocimiento, es decir, aprender por sí mismos, en grupo, y puede fácilmente complementarse con metodologías como la Investigación Acción Participación - IAP, la cual consiste en que los mismos actores de la estrategia identifican sus problemáticas, plantean las soluciones y adelantan acciones para implementarlas.

CONSULTE AL QUE SABE

Si quieren saber más sobre la investigación acción participativa - IAP, pueden visitar el link: http://es.scribd.com/doc/12865295/Cartilla-de-IAP-

BÓTELE CORRIENTE

La proximidad permite que los jóvenes tomen la información técnica que contiene esta cartilla, la adapten al contexto de sus amigos, sus pares, y la trabajen con más eficacia, lo que se entiende como **"recubrimiento informal"**

Pero, ojo, el trabajo que se haga desde la propia iniciativa juvenil , no puede tergiversar la veracidad de los datos, las metodologías y los conceptos.

*Para que la formación de pares funcione, ustedes deben **garantizar que al transmitir los conocimientos se cumplan tres condiciones**: lo afectivo, lo cognitivo y lo expresivo. Estas condiciones, que abajo explicamos, son aplicables a procesos con jóvenes, como este de prevención del consumo de SPA y mitigación de su impacto en individuos, familias y comunidades.*

¿En qué se sustenta la formación de pares?

Lo Afectivo:

Se refiere a la condición o capacidad que se tenga para transmitir un mensaje: cercano, cálido, afectuoso, caluroso, de confianza, donde se da relevancia e importancia a la información que se va a brindar.

Lo Cognitivo:

Se refiere a la capacidad de dar a conocer (para que los otros jóvenes los asimilen y apropien) los aspectos técnicos y teóricos relacionados con el tema de la prevención.

Lo Expresivo:

Hace mención a la puesta en escena y la forma como se expresa el conocimiento que se pretende transmitir, es decir la manera como se presenta estéticamente la información y por tanto, la manera como llega la información a los otros jóvenes. En este sentido, la creatividad y la innovación son el principal vehículo de expresión.

PÓNGALE MENTE

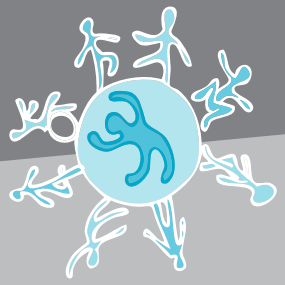
"El grupo de iguales constituye un grupo de referencia de gran importancia para los adolescentes. Con ellos adquieren una visión del mundo distinta a la que reciben de sus padres y de la misma escuela. En el grupo de iguales se sienten protegidos, entendidos y parte importante de algo. Son también un elemento importante tanto para su desarrollo psicológico como social. Aquí tanto la familia como la escuela inciden en ellos de modo directo e indirecto. El buen conocimiento de los mismos, de su dinámica y de las demás variables que inciden en este elemento primario de socialización en cada momento histórico concreto, facilitaría la buena aplicación de **los programas preventivos que van dirigidos fundamentalmente a individuos en un medio social concreto**, del que los iguales son de gran relevancia en la etapa adolescente". (BECOÑA, 1999).

Pasos para la formulación de la estrategia

Para formular las estrategias de prevención y mitigación es importante que conozcan esta ruta de acción. Si bien es posible que cada grupo encuentre su propio camino, estas pautas son de gran utilidad para comprender cómo se llega a la formulación de este tipo de estrategias.

1 **Revisar los conceptos claves** que nos darán el enfoque para aproximarnos al tema de una manera más acorde y coherente con la realidad y las necesidades de los jóvenes. En esta unidad encontraremos conceptos como juventud, jóvenes ocio y fiesta, sustancias psicoactivas, niveles de consumo, prevención y mitigación.

2 **Cómo preparar la estrategia**: En esta unidad se darán a conocer algunas herramientas metodológicas (cartografía social, etnografía, grupo focal, etc.) para acercarse al contexto y conocer la realidad del fenómeno de primera mano. Este será el primer paso para construir la estrategia de prevención y mitigación.



3 **¿Qué recursos podemos utilizar?**

Una vez hayamos identificado las características particulares del fenómeno como el contexto, su relación con el territorio, los sujetos, sus prácticas y creencias, podemos definir las estrategias más adecuadas para abordar situaciones asociadas al consumo. Según si el enfoque de la estrategia es desde la prevención o desde la mitigación, se define la población a la que se dirigirá, así como los objetivos y las acciones que se harán en un tiempo determinado según los recursos y capacidades de la organización.

4 **¿Cómo compartir esta experiencia?**

Por último, es importante hacer un seguimiento a las acciones para saber si estamos cumpliendo con los objetivos y metas que nos propusimos lograr.

UNIDAD 1 ¿De qué hablamos? Conceptos claves

Esta unidad hace referencia a lo que consideramos los conceptos claves para desarrollar el tema de prevención y mitigación en el consumo de SPA entre jóvenes. Este es un esquema de lo que se presentará en esta unidad:

Juventud

Es una etapa de la vida entre la infancia y la edad adulta **donde ocurren muchos cambios tanto a nivel físico como psicológico**. También puede entenderse como una categoría social e histórica fruto de construcciones discursivas y prácticas sociales que definen las prácticas y comportamientos considerados juveniles.

Jóvenes, ocio y fiesta

La juventud se encuentra en una etapa de moratoria social:

Momento de espera y transición hacia la condición adulta en la que se postergan las responsabilidades laborales y familiares que se esperan de cualquier adulto.

Esta etapa de moratoria social permite a los jóvenes vivir un **tiempo de ocio legítimo, propicio para el consumo de SPA**.

Prevención

Prevenir significa **manejar y gestionar los riesgos a través de estrategias** para evitar que se manifiesten a nivel individual en la salud, la calidad de vida y el bienestar de los individuos, las familias y comunidades.

Sustancias psicoactivas (SPA)

Toda sustancia de origen natural o sintético, lícita o ilícita, que se introduce al organismo sin prescripción médica con la intención de alterar la percepción, la conciencia o cualquier estado psicológico" (Franey,1998).

Se clasifican en depresores, estimulantes y alteradores de la percepción.

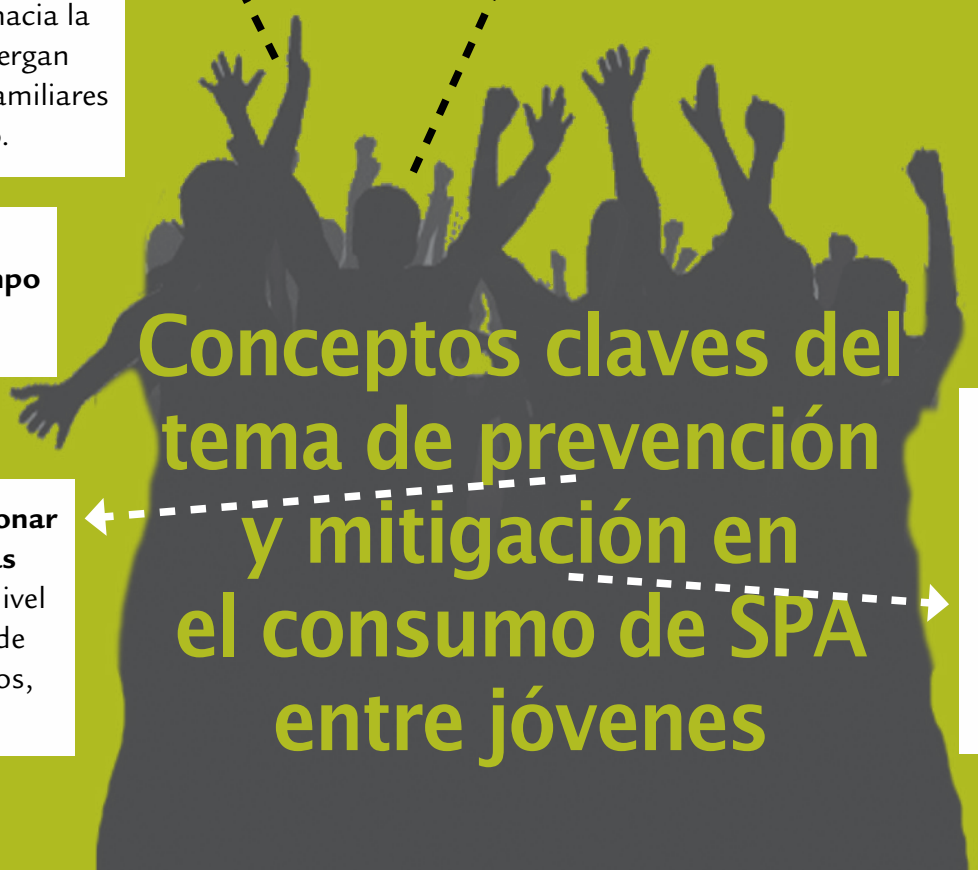
Niveles de consumo

Todos los consumidores son diferentes. Puede haber consumo:

Experimental, recreativo, habitual, compulsivo, problemático y dependiente.

Mitigación

La mitigación busca **reducir el impacto individual, familiar social y sanitario del consumo de SPA**. Es decir, parte del consumo de SPA como una realidad, de algo que ya está ocurriendo.



Conceptos claves del tema de prevención y mitigación en el consumo de SPA entre jóvenes

Juventud

*Entender qué significa ser jóvenes y reflexionar sobre las formas como se puede experimentar la juventud, les dará **claves para proponer estrategias de prevención** con las que los jóvenes se identifiquen con facilidad.*

La juventud

Es una categoría social e histórica fruto de construcciones discursivas y prácticas sociales que asignan hábitos, funciones y posibilidades de acceso a determinados bienes materiales y simbólicos a un grupo etario en particular.

La *juventud* corresponde a un proceso de *normalización* y articulación de la edad social con la edad biológica.

Lo juvenil

Condición subjetiva que comparten aquellos que pertenecen a la categoría social denominada juventud.

Se manifiesta a partir de la incorporación y reproducción de los discursos construidos, y de las prácticas asignadas a las personas consideradas como jóvenes.

PÓNGALE MENTE

Hay diferencias en los modos de experimentar lo juvenil, así que no todos los jóvenes por el hecho de compartir una etapa vital de su vida, son iguales ni tienen las mismas experiencias. La generación, la clase, el género, la raza y otras identidades también determinan las formas de experimentar lo juvenil.

Los jóvenes son los sujetos de transformación social por excelencia, pues los valores que les enseñan en la familia y la escuela – los núcleos de socialización primaria más importantes – son afirmados, negados y/o reconstruidos por ellos en la calle, con los amigos y con la sociedad, reformulando estos valores y transformando su propio hogar, es decir, la familia que es la base de la sociedad.

Los consumos culturales (música, ciertas formas de vestir, drogas, etc.), las prácticas de socialización informal (encuentro con los amigos en la calle y ciertos consumos culturales), los saberes que no pasan por los espacios formales de socialización como la escuela y la familia, y los territorios en movimiento (rutas, circuitos, etc.) se constituyen en unos rasgos casi característicos de experimentar lo juvenil, estableciéndose en modos de vida altamente diferenciados con el mundo de los adultos, representado principalmente por la formalidad, la institucionalidad y la vida organizada en torno al trabajo.

*La juventud se presenta como una etapa de "moratoria social", es decir, el lapso de tiempo que hay entre la madurez física (el completo desarrollo del cuerpo) y la madurez social (el asumir responsabilidades laborales y familiares). **Es una época en la cual tiene cabida el consumo de SPA** y por lo tanto es oportuna para el desarrollo de estrategias de prevención y mitigación.*

Jóvenes, ocio y fiesta

Entre sectores de clase media y alta, **es habitual que se cursen estudios** –cada vez más prolongados– y que este tiempo dedicado a la capacitación postergue la plena madurez social, en su sentido económico, laboral y reproductivo.

En este sentido, se dice que **la moratoria social es un privilegio**, pues solo los jóvenes cuyos padres tienen la capacidad económica para sostenerlos la pueden experimentar a cabalidad.

Para otros jóvenes la moratoria social es demasiado corta o prácticamente imperceptible. Por ejemplo en las clases populares es frecuente formar un hogar y tener hijos durante o después de la adolescencia, así como ingresar tempranamente al mundo del trabajo, cuando las condiciones del mercado laboral lo hacen posible. Cuando no es posible conseguir un trabajo, se vive una situación de incertidumbre que puede generar altos riesgos de consumo de SPA.

PÓNGALE MENTE

La moratoria social es un tiempo de transición hacia la vida adulta, en la que se postergan las responsabilidades laborales y familiares que se esperan de cualquier adulto. Esto abre un tiempo y un espacio para la vivencia y la experimentación en el cual tienen cabida el ocio, la rumba y el consumo de sustancias psicoactivas. Por lo mismo, es también un tiempo donde el trabajo de prevención y mitigación aparece como indispensable. Descubrir como estar presente allí de manera creativa e impactante puede ser clave en los procesos de prevención y mitigación.

*La moratoria social permite a los jóvenes que pueden vivirla, un **tiempo de ocio legítimo en el que se puede experimentar con el consumo de SPA**. En este sentido es probable que las estrategias de prevención que ustedes propongan, se centren en usos alternativos del tiempo libre y el ocio.*

En el contexto de la moratoria social, la "rumba" o "farra" se consolida como un espacio de reconocimiento que los jóvenes asumen y viven como propio y lo experimentan como una contraposición al tiempo de trabajo donde deben cumplir diversos deberes y roles que exigen cánones de comportamiento, vestimenta y expresión oral y corporal determinados.

Mientras que entre semana hay una clara tendencia a la homogenización debido a la obligación de cumplir con las normas, y a la poca flexibilidad en cuanto al tiempo y los lugares; **el fin de semana es el momento de la diferenciación**, donde la oferta de escenarios y actividades permite a los jóvenes expresarse a través de sus elecciones, según gustos y preferencias particulares dando paso a la creación de una identidad propia y distintiva.

La moratoria social ha dado la posibilidad a los jóvenes de configurar sus propios espacios de reconocimiento debido a que tienen **tiempos de ocio donde pueden satisfacer sus deseos y necesidades** (a través del deporte, la fiesta, el entretenimiento, etc.)

En términos generales, es gracias a esta condición de moratoria, de transición y espera, que el tiempo de ocio de los jóvenes tiene sentido y se convierte en un espacio propicio para la experimentación con el consumo de SPA.

Es importante reiterar que **no todos tienen la posibilidad de vivir la moratoria social en la misma medida** debido a la diferenciación derivada de la clase social de la que se haga parte, la raza, el género, el contexto (rural – urbano), entre otros. No se trata entonces de que todos los jóvenes accedan a la moratoria con las mismas garantías u oportunidades, sino que para unos se da como un privilegio, para otros es arrebatada y negociada, y para muchos simplemente no existe.

Definir qué son las sustancias psicoactivas (SPA) es clave, pues es el punto de partida desde el cual ustedes empezarán a formular la estrategia de prevención y mitigación.

Sustancias psicoactivas

La Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas y su Impacto, formulada en 2007 por el Ministerio de la Protección Social, recoge la **definición de SPA o droga** enunciada por Franey (1998):

"Toda sustancia de origen natural o sintético, lícita o ilícita, que se introduce al organismo sin prescripción médica con la intención de alterar la percepción, la conciencia o cualquier estado psicológico".

Una definición interesante de SPA es la que hace el autor español Antonio Escohotado (1998) quien tiene una larga lista de textos sobre las drogas desde sus aspectos culturales, históricos, mitológicos, antropológicos, sociológicos, políticos, farmacológicos y médicos. El autor hace la siguiente definición:

Las cosas que entran en nuestro cuerpo por cualquier vía –oral, epidérmica, venosa, rectal, intramuscular, subcutánea- pueden ser asimiladas, y convertidas en materia para nuevas células, aunque pueden también resistir esa asimilación inmediata.

Las que se asimilan de modo inmediato merecen el nombre de alimentos, pues gracias a ellas renovamos y conservamos nuestra condición orgánica. Entre las que no se asimilan inmediatamente cabe distinguir dos tipos básicos: a) aquellas que –como el cobre o la mayoría de los plásticos, por ejemplo– son expulsadas intactas sin ejercer ningún efecto sobre la masa corporal o estado de ánimo; b) aquellas que provocan una intensa reacción.

Este segundo tipo de cosas comprende las drogas en general, que afectan de modo notable aunque absorbamos cantidades ínfimas, en comparación con las cantidades de alimentos ingeridas cada día. Hoy, cuando empiezan a conocerse los complejos procesos biológicos, la actividad extraordinaria de este tipo de cosas sugiere que están ligadas a equilibrios básicos de los organismos. Normalmente, no afectan por ser cosas de fuera, sino por parecerse como gotas de agua a cosas de muy adentro.

Pero dentro de este tipo de sustancias es preciso distinguir entre compuestos que afectan somáticamente (como la cortisona, las sulfamidas o la penicilina) y los que afectan no solo somáticamente sino también sentimentalmente. Estos últimos –que parecieron milagrosos a todas las culturas antiguas– son en su mayoría parientes carnales de las sustancias que trasladan mensajes en el sistema nervioso (los llamados neurotransmisores), o antagonistas suyos, y reciben el nombre vulgar de “drogas”.

Conocer cuáles son las distintas clasificaciones de las SPA y sus efectos sobre el organismo, es importante para entender que ***no todas las SPA son iguales y que es necesario tener en cuenta estas diferencias*** *antes de formular su estrategia.*

Caracterización y efectos de las SPA

Las sustancias psicoactivas pueden clasificarse de diferentes maneras según su función, efectos psicofarmacológicos, efectos sobre el Sistema Nervioso Central (SNC) o en relación con la ley:

1

De acuerdo con su función en el organismo, *las sustancias psicoactivas son diferenciadas en un artículo de Elmer Castaño en la Revista Visionarios (2007), publicación de la Maestría de Cultura y Droga de la Universidad de Caldas:*

Droga: una droga es una sustancia (expresada en una molécula) de origen animal, vegetal o sintético que es ingerida –en pequeñas cantidades si se las compara con los alimentos– con un propósito no alimenticio y que tiene un notable efecto biodinámico (en la energía y la vitalidad) en el cuerpo.

Fármaco: los fármacos son drogas que adicionalmente cuentan con la característica de servir o de ser potencialmente utilizados para la prevención y el tratamiento de enfermedades y su sintomatología.

Medicamento: finalmente los medicamentos son fármacos que han pasado por un proceso de investigación y elaboración en la industria farmacéutica; tienen un registro sanitario, son distribuidos por firmas comercialmente reconocidas, etc.; y vienen presentados en forma de tabletas, grageas, cápsulas, jarabes y otros.

2 De acuerdo con su farmacología, *se pueden reconocer tres grandes grupos de SPA:*

Depresores del sistema nervioso central (SNC): El alcohol, los opiáceos y sus derivados (opio, morfina, heroína, codeína), los ansiolíticos y tranquilizantes, los hipnótico-sedantes (barbitúricos y benzodiacepinas), los disolventes orgánicos volátiles inhalables (pegantes industriales, pinturas, lacas barnices y gasolina).

Estimulantes del SNC: Cocaína, coca, cafeína, tabaco, anfetaminas, éxtasis, MDMA.

Alteradores de la percepción: Son aquellas que modifican las percepciones sensitivas/sensoriales así como el contenido y el curso del pensamiento y el estado de ánimo. Sustancias como la marihuana, el LSD-25, la mezcalina, el peyote, los hongos pscilocíbicos y la amanita muscaria.

3 De acuerdo con la ley, *las sustancias psicoactivas se pueden clasificar en:*

Sustancias legales: Alcohol, tabaco, cafeína.

Sustancias ilegales: Cocaína, marihuana, opio, heroína, basuco, anfetaminas, éxtasis, MDMA, popper, LSD, hongos.

Sustancias legales de uso indebido: Medicamentos psiquiátricos de uso indebido (conocidos como "roches" o ruedas"), ansiolíticos, barbitúricos, benzodiacepinas, somníferos, disolventes orgánicos volátiles inhalables (pegantes industriales, pinturas, lacas barnices y gasolina) y ketamina (anestésico de uso veterinario).

Clasificación de las SPA

Actualmente **la clasificación más práctica y reconocida es la que se basa en los efectos de las SPA sobre el Sistema Nervioso Central (SNC)**. Expondremos en las siguientes gráficas las diversas sustancias más conocidas y consumidas en el contexto colombiano, aunque somos conscientes de que día a día surgen nuevas, sobre todo de tipo sintético.

Estimulantes

Sustancia psicoactiva (SPA)

- Cocaína (perico, Pérez, fua, blanquito)
- Basuco (susto)
- Cafeína: café, chocolate, té, coca cola
- Nicotina - cigarrillo
- Sustancias de tipo anfetamínico (efedrina, pseudoefedrina)
- Esteroides
- Nitritos
- Extasis: pepas, equis, tachas.

Efectos

Aumentan o aceleran la actividad neuronal. Pueden mejorar el estado de ánimo, disminuyen el apetito, dan energía y mantienen al individuo despierto y aceleran el ritmo cardíaco. Su abuso puede llevar a problemas respiratorios, cardíacos, hepaticos, renales y hasta la muerte. Después de su consumo se pueden presentar episodios de depresión y/o irritabilidad.

PÓNGALE MENTE

Los efectos de todas las SPA varían según la sustancia, dosis y vía de administración.

Depresores

Sustancia psicoactiva (SPA)

- Bebidas alcohólicas (trago, chorro)
- "Pepas" o "roches" tranquilizantes rohypnol, rivotril, ativán, xanax, valium
- Barbitúricos: seconal, nembutal
- Metacualona: mandrax
- Inhalables, solventes y gases: bóxer (gale, galuche, sacol), cera, pintura, "dick", "ladys"
- Opiáceos, opioides y analgésicos "narcóticos": opio, morfina, heroína, codeína, metadona.

Efectos

Suprimen, inhiben o reducen la actividad neuronal. Deprimen las funciones del cerebro. En dosis pequeñas pueden producir episodios de euforia, pero en dosis elevadas producen adormecimiento, aturdimiento y hasta paros cardio-respiratorios al inhibir la actividad cerebral. Algunos se utilizan con fines médicos como los tranquilizantes, analgésicos, somníferos y antidepresivos. Pueden ser altamente adictivos.

Alteradores de la percepción

Sustancia psicoactiva (SPA)

- LSD (tripis, ácidos)
- Hongos
- Yagé
- Ketamina: ketacet, ketajet, ketalar (keta, k, special k)
- Cannabis: marihuana, hashish, aceite y resina de cannabis (porro, ganya)

Efectos

Alteran la percepción, los sentidos y pueden inducir ilusiones y alucinaciones. Pueden producir tanto experiencias muy placenteras como desagradables. Al alterar la percepción de la realidad, se puede perder el control de la situación.

Estas sustancias modifican el estado de conciencia y de percepción de la realidad. Entre ellas se encuentran los alucinógenos y las sustancias mixtas:

Alucinógenos: "sustancias que alteran las percepciones, las sensaciones y pueden inducir ilusiones y alucinaciones visuales, auditivas y táctiles entre otras" (MPS, 2011).

Sustancias mixtas: producen los efectos agregados de dos o más de las sustancias ya mencionadas, dependiendo de condiciones del ambiente y del estado de ánimo. (MPS, 2011).

*Es de vital importancia **diferenciar los niveles o tipos de consumo** para definir la población con la que se trabajará a la hora de diseñar una estrategia de prevención y mitigación, porque no todos los consumidores son iguales. Todos están en contextos diferentes y sus motivaciones pueden ser muy diversas.*

Niveles de consumo

Se debe tener en cuenta que el consumo de sustancias conlleva el asumir riesgos tanto físicos (enfermedades crónicas, adicción) como psicológicos (trastornos emocionales y psiquiátricos, dependencia). Vale la pena anotar que los niveles de consumo pueden verse tanto de manera independiente o como una "carrera" hacia la dependencia. A partir de estos criterios podemos hablar de los siguientes niveles o tipos de consumo:

Experimental

Todo consumo de SPA empieza por aquí. El individuo prueba una o más sustancias una o dos veces y decide no volverlo a hacer. No tiene intenciones de hacerlo de nuevo porque tal vez los efectos no fueron placenteros, no le ve un sentido a continuar haciéndolo o tal vez porque no va de acuerdo a su estilo de vida o forma de pensar. También porque simplemente ha saciado una curiosidad y tiene otras prioridades para su vida.

Recreativo

Se empieza a presentar el **consumo con cierta regularidad entre círculos de amigos, y en contextos de ocio** (rumba, paseos). No compra ni guarda, lo hace con gente que conoce y confía. Su objetivo es la búsqueda de experiencias agradables, placenteras y de disfrute; el "aguante" para la fiesta o para facilitar la relación con sus pares. Aunque consume con su círculo de amigos, no todos son consumidores.

También ocupa su tiempo libre en otras actividades donde no hay presencia de SPA. No piensa en el consumo como un "escape" o una "solución" a sus problemas porque tiene la capacidad de buscar diferentes alternativas frente a estos. Se da como un consumo pasajero, asociado a situaciones concretas y en algunos casos a épocas o etapas de la vida sin dejar consecuencias evidentes. Rara vez se pierde el control, no se consume en solitario, ni se tiende a experimentar con sustancias o vías de administración de alto riesgo.

Habitual

Para llegar aquí se tuvo que haber pasado por alguna fase previa. Se tiene una droga de preferencia (quizás después de probar con muchas otras), un refuerzo permanente y un gusto por lo que siente. Por eso la frecuencia y la cantidad aumentan.

La droga juega un papel importante en la vida y cumple funciones cada vez que la consume, por lo que es muy probable que lo haga repetidamente. Dependiendo de la droga puede desarrollar una dependencia física o psicológica; tarde o temprano empezará a tener problemas cada vez más evidentes. La vida empieza a desestabilizarse.

Compulsivo Se depende de la droga, de los amigos y el estilo de vida que desarrolla en torno a ella. Es probable que ese "estilo de vida" no sea solo el consumo sino el círculo de amigos, el reconocimiento y aceptación dentro del grupo. Sin embargo, también puede desarrollar un consumo solitario, aislado, sin amigos, y sin mayores actividades. Aquí el uso de la sustancia se da por necesidad y muchas veces para evitar sentirse mal física o psicológicamente. La vida se organiza para garantizarse la droga y poder consumirla.

Problemático Está determinado por el impacto que el consumo tiene sobre la salud (consecuencias visibles, enfermedades crónicas) y la aparición de consecuencias de tipo social con una connotación negativa (deterioro, aislamiento, conductas problemáticas). Se caracteriza porque se presenta el uso de una o varias drogas en situaciones que pueden significar peligro: pérdida de velocidad de respuesta y reflejos (manejando, atravesando una calle u operando una máquina). Dificultades o incapacidad para cumplir con las responsabilidades laborales, académicas o familiares (ausentismo, bajo desempeño, aislamiento, abandono o descuido de intereses y responsabilidades).

Dependencia Puede darse de manera abrupta o progresivamente según las sustancias que se estén usando. **Se es persona con dependencia cuando no se puede dejar de consumir, porque al dejar de hacerlo aparecen síntomas físicos y/o psicológicos desagradables**. La vida cotidiana empieza a girar en torno al consumo de la sustancia y se entra en el círculo vicioso de conseguir – consumir – conseguir. El consumidor siente que es imposible resistir el deseo de consumir, que ha perdido el control; siente una fuerte ansiedad al bajar el efecto que sólo se alivia al consumir de nuevo. Hay dos tipos de dependencia: física y psicológica.

- **La dependencia física** implica un cambio permanente en el funcionamiento del cuerpo y del cerebro. Se da cuando ya se ha generado una tolerancia a hacia la sustancia, por lo tanto el cuerpo cada vez necesita una dosis mayor para sentir los efectos deseados. Al dejar de consumir, el cuerpo reacciona con síndromes de abstinencia o retirada. No todas las sustancias la producen. (Ej. Nicotina, heroína y derivados opiáceos).
- **La dependencia psicológica** la producen todas las sustancias a excepción de los hongos. Se evidencia porque la privación de la sustancia produce malestar, angustia, irritabilidad y depresión, por lo tanto para evitar estos malestares, se busca la manera de consumir permanentemente. Se piensa que "no se puede vivir" sin consumir y todo lo que esto implica.

PÓNGALE MENTE

Diferenciar los niveles de consumo es **la clave para determinar la población objetivo a la hora de diseñar una estrategia de prevención y/o mitigación**. Será muy diferente la información y el lenguaje dirigidos al consumidor experimental y al recreativo, frente al habitual, compulsivo y problemático. Para diferenciarlos, se puede indagar de manera muy respetuosa y seria, a través de la elaboración de un pequeño cuestionario o entrevista, teniendo en cuenta factores como: frecuencia del consumo, contexto, formas cómo adquiere la sustancia; así se puede tener una idea del nivel de consumo e identificar la información y el lenguaje más apropiados.

Prevención

Prevenir en el contexto del consumo de SPA y desde el marco de la protección social, significa manejar y gestionar los riesgos a través de estrategias para evitar que se manifiesten a nivel individual en la salud, la calidad de vida y el bienestar de los individuos , las familias y comunidades.

*Las estrategias de prevención buscan **generar factores protectores que disminuyan la vulnerabilidad al consumo de SPA** y las conductas de riesgo asociadas a él, mediante el desarrollo de habilidades y capacidades para la toma de decisiones, la promoción de hábitos y estilos de vida saludables, así como el fortalecimiento de las redes familiares y comunitarias, la integración y la inclusión social. De esta manera se pueden prevenir posibles efectos negativos en individuos, comunidades y la sociedad en general.*

Las estrategias consisten en planear acciones para reducir factores de riesgo y daños que se presentan en diferentes niveles. Sin embargo vale la pena anotar que estos riesgos y daños no necesariamente se presentan cuando hay consumo de SPA, son una aproximación a las situaciones potenciales a las que se puede enfrentar el individuo consumidor de SPA y su impacto en diferentes niveles. La prevención busca gestionar de la manera más efectiva estos riesgos para evitar daños y consecuencias negativas.

Niveles de impacto del consumo

Individual: Se habla de este impacto cuando el consumo de SPA tiene efectos negativos sobre la salud y la calidad de vida. El aumento en la probabilidad de desarrollar enfermedades, alteraciones a nivel de la salud mental, sobredosis, intoxicaciones, infecciones de transmisión sanguínea (Hepatitis B o C, VIH), sexual, enfermedades crónicas (cirrosis, enfermedades pulmonares, entre otras), incapacidad y muerte. En cuanto a la calidad de vida, las lesiones generadas por episodios de violencia o delincuencia, la accidentalidad, inseguridad y el incumplimiento de las responsabilidades.

Familiar: Cuando el consumo de SPA afecta al círculo más cercano de quien consume. La inestabilidad emocional, inestabilidad económica, reacciones emocionales impredecibles (violencia y agresión), conflicto.

Comunitario: Frente a este nivel los riesgos se manifiestan en términos de la vulneración de la seguridad y la tranquilidad de las comunidades. Comportamientos que afecten la convivencia, en general, y la seguridad, como riñas, violencia callejera, vandalismo y comisión de delitos.

Social: En este nivel los riesgos se entienden desde una perspectiva macrosocial. Es decir, **tomando el consumo de SPA como un problema social**, entendido desde la sumatoria de manifestaciones individuales que afecta no solo al individuo consumidor sino a sus círculos más cercanos en los ámbitos familiares, laborales, académicos y comunitarios; hasta sus manifestaciones a nivel de la salud pública, la productividad y el capital humano.

BÓTELE CORRIENTE

Focalizar las estrategias de prevención y mitigación en la población de jóvenes y adolescentes es clave ya que es en estas etapas de la vida (primordiales para la formación de los individuos) en donde hay mayor riesgo para el inicio del consumo de SPA, debido a la búsqueda de identidad y al deseo de tener nuevas experiencias.

Maneras de abordar la prevención

Desde la conceptualización clásica de la promoción de la salud (prevención primaria, secundaria y terciaria) donde lo fundamental es evitar la aparición del fenómeno así como los riesgos asociados y el deterioro de la salud, se han propuesto diversas maneras de abordar el consumo de SPA, sin embargo, se ha visto la necesidad de complementar y ampliar los alcances de este enfoque ya que la dinámica del fenómeno hace evidente la necesidad de replantear y buscar nuevas alternativas. De esta manera podemos encontrar una conceptualización relativamente más reciente que propone **que las acciones preventivas se orienten según la población, con un enfoque más amplio sobre los riesgos asociados al consumo.**

Prevención universal
Se dirige a grandes comunidades y grupos sociales como entornos educativos e instituciones con el fin de promover la salud y evitar el inicio del consumo de SPA, reforzando factores protectores, potenciando la calidad de vida a través de la participación activa de agentes socializadores como la familia, la escuela y la comunidad en general.

Prevención selectiva
Dirigida a personas que se encuentran en situación de riesgo y vulnerabilidad al consumo de SPA debido a la cercanía a actores que pueden facilitarles el acceso y el consumo de SPA. Se trabaja en la modificación de estas condiciones a partir del fortalecimiento de capacidades y competencias para la toma de decisiones y así, disminuir el riesgo y la vulnerabilidad al abuso de SPA.

Prevención indicada
Su fin es modificar factores de riesgo en poblaciones donde se presenta la problemática de uso y abuso de SPA. Se tienen en cuenta las condiciones particulares tanto individuales y grupales de cada caso a intervenir para evitar la transición hacia el consumo de otras sustancias de mayor riesgo.

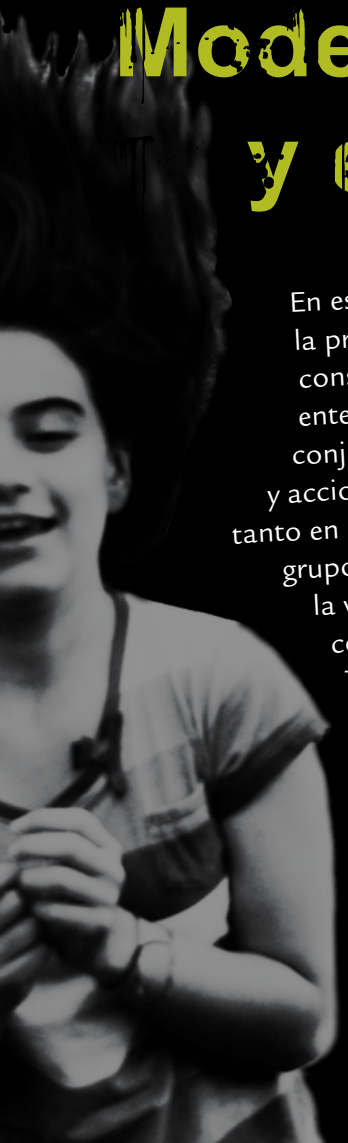
Factores de riesgo asociados los principales factores de riesgo asociados al consumo de SPA pueden definirse como: el policonsumo, es decir el consumo simultáneo de varias SPA; la experimentación con sustancias sintéticas de las que se desconoce su calidad, concentración y composición; el uso indebido de medicamentos, psicofármacos, esteroides y anabólicos; el consumo de bebidas energizantes simultáneo con alcohol; el consumo de alcoholes de fabricación artesanal; el tránsito a nuevas vías de administración como la inyección.

Tomado de: *Política Nacional de Reducción del Consumo de SPA*.

La prevención universal sería aquella que puede dirigirse a todos los adolescentes, beneficiándolos a todos por igual. Son perspectivas amplias, menos intensas y menos costosas que otras que se orientan a conseguir cambios de comportamiento duraderos. Se incluirían en estos programas aquellos programas preventivos escolares que tratan de fomentar habilidades y clarificar valores. **La prevención selectiva, es aquella que se dirige a un subgrupo de adolescentes que tienen un riesgo de ser consumidores mayores** que el promedio de los adolescentes. Se dirigen a grupos de riesgo. Finalmente, la prevención indicada es más intensiva y más costosa. Se dirige a un subgrupo concreto de la comunidad que suelen ser consumidores o que ya tiene problemas de comportamiento, dirigiéndose tanto a los que ya son consumidores como a los que son experimentadores". Tomado de: Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas, de Elisandro Becoña.

*Otra perspectiva de la prevención se da desde los **modelos integrales y ecológicos** que, en resumen, exploran la relación entre el individuo y su contexto frente a la problemática del consumo de SPA.*

Modelos integrales y ecológicos



En este modelo la prevención del consumo de SPA puede entenderse como un conjunto de estrategias y acciones para reducir tanto en individuos, como en grupos y comunidades, la vulnerabilidad al consumo de SPA. Todos y todas somos vulnerables en relación al consumo de SPA visto desde un enfoque de desarrollo humano y un ejercicio de la ciudadanía.

Esta vulnerabilidad es entendida desde una visión más amplia y no sólo asociada a situaciones económicas precarias. En este sentido, cualquier persona es vulnerable al consumo de SPA según el contexto en el que se desenvuelve y la capacidad que tenga para la toma de decisiones para reducir esta vulnerabilidad.

PÓNGALE MENTE

Según el documento *Buenas prácticas de prevención de los consumos de sustancias psicoactivas con jóvenes en Suramérica*, de UNDOC (2006), **los modelos integrales y ecológicos abordan la comprensión de los fenómenos sociales a partir de una visión interdependiente y complementaria**. En el caso de situaciones de vulnerabilidad y las problemáticas que afectan en mayor medida a las poblaciones juveniles, la realidad se lee de manera transversal y los propósitos de la prevención se maximizan en términos de inversión, recursos y acciones integrales para disminuir los riesgos hacia el consumo de SPA, el VIH-SIDA, la comisión de delitos y la perpetración de actos violentos. Aquí las acciones de la prevención son comunes y a los énfasis en los contenidos se les da la prioridad teniendo en cuenta la edad, el género, el contexto y los momentos de intervención. Sin embargo, cualquiera que sea la prioridad del contenido, en la prevención integral con la juventud, se asume la necesidad de tratar el tema y la problemática con la juventud, así como todos los factores de riesgo asociados a la convivencia, la salud, la seguridad y la ley.

Política Nacional para la reducción del consumo de SPA y su impacto

Las acciones para prevenir el consumo de SPA no deben ser aisladas. En el año 2007 se lanzó la *Política Nacional para la Reducción del Consumo de SPA y su Impacto*. Es una carta de navegación y como tal debe asegurar el recorrido hacia la construcción de una respuesta nacional, a través de respuestas locales. Para consolidar esta respuesta, se requiere del concurso de todos los actores que con su quehacer y misión contribuyen a intervenir en factores de vulnerabilidad del consumo y a sus consecuencias. Se busca una visión conjunta y una mirada articulada que evite acciones de prevención aisladas. Estas respuestas deben construirse sobre:

- El conocimiento de la realidad.
- La evidencia que sustenta qué sirve y qué no.
- El seguimiento a las acciones.
- La evolución.
- La participación del mayor número de actores.

PÓNGALE MENTE

Desde un enfoque de desarrollo humano y un ejercicio de la ciudadanía, todos somos vulnerables al consumo. Por eso, la Política Nacional para la Reducción del Consumo de SPA y su Impacto (2007) sostiene que "**Propender por una reducción de la vulnerabilidad supone contar con la oportunidad de elegir**, la capacidad de sacar el mejor provecho de lo que se elige y además ser capaz de prever, resistir, enfrentar, y recuperarse del efecto de eventos o circunstancias que, como el consumo de SPA, pueden significar la pérdida de activos inmateriales o materiales".

En esta política se desarrollan ***tres ejes fundamentales de acción: prevención, mitigación y superación****, a través de la construcción de una capacidad de respuesta, como se resume en el siguiente cuadro:*

Ejes de la acción de la Política Nacional para la Reducción del Consumo

PREVENCIÓN
Reducir vulnerabilidad al consumo → Promoción de la salud **INCLUSIÓN SOCIAL**

MITIGACIÓN
Reducir vulnerabilidad al riesgo y al daño continuo y escalado → Promoción de la salud, atención y asistencia **INCLUSIÓN SOCIAL**

SUPERACIÓN
Reducir vulnerabilidad a la reincidencia en el consumo → Atención y asistencia **INCLUSIÓN SOCIAL**

Capacidad de respuesta

PÓNGALE MENTE

La prevención, como primer eje de la Política se define como:

"En el marco de la protección social, **la prevención es una estrategia para manejar o gestionar más efectivamente el riesgo social**. Se pone en marcha antes de que el riesgo se manifieste y buscan reducir la probabilidad de que un choque adverso afecte la salud, la calidad de vida y el bienestar de las personas, los hogares y las comunidades. En este caso, los "choques" hacen referencia a los factores de riesgo que operan en los niveles macrosociales, microsociales y personales (…)"

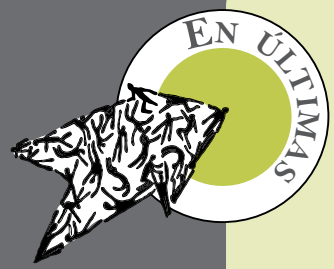
Tomado de: *Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas y su Impacto*, 2007. Pág. 20

Frente al consumo de SPA –desde el enfoque de Manejo social del riesgo (MSR)– las estrategias de prevención buscan ***controlar los riesgos asociados a consumo de SPA a través de la inclusión social y el fortalecimiento de las redes sociales*** *desde las más simples (comunidad, barrio, círculo de amigos, escuela, familia) hasta las más complejas (instituciones).*

Manejo social del riesgo (MSR)

El riesgo social, desde el enfoque de la protección social, puede entenderse como una situación de vulnerabilidad a la que todos estamos expuestos ya sea de manera individual o colectiva. Las fuentes del riesgo pueden ser muy diversas y afectan tanto a individuos y comunidades de una manera impredecible. La exposición a este varía según los contextos y condiciones en que se encuentre tanto el individuo como la comunidad en general. Es decir, no todos estamos expuestos en un mismo nivel al riesgo, múltiples factores determinan el nivel de exposición. Frente a esta situación, se ha empezado a hablar de un Manejo Social del Riesgo (MSR), entendido como una estrategia o un medio para reducir la vulnerabilidad.

Las fuentes de riesgo pueden ser naturales, como los terremotos, inundaciones, enfermedades; o producidos por el ser humano, como las guerras, deterioro ambiental, crisis financieras, desempleo.



La prevención busca:

- Que el consumo de SPA simplemente no ocurra.
- Que haya menos riesgos de ocurrencia del consumo de SPA.
- Que se reduzcan los nuevos casos de consumo de SPA.
- Reducir la vulnerabilidad al consumo de SPA a través de la intervención integral de factores tanto micro sociales e individuales como macro sociales promoviendo la creación de entornos protectores y estilos de vida saludables y libres de SPA.

"La inclusión social es el proceso resultado de las acciones que se realizan entre los diversos actores sociales de un territorio, para generar condiciones y posibilidades que propicien procesos de integración de las personas a las redes sociales de las zonas donde viven y donde trabajan.

Se requiere incidir a nivel estructural cambiando las dinámicas económicas, sociales, políticas y culturales de inclusión y también a nivel práctico y particular para que el individuo pueda acceder a servicios, bienes y sea reconocido como sujeto activo y ciudadano participante."

Tomado del documento: *Hacia un Modelo de Inclusión Social para Personas Consumidoras de SPA.*

*Si el objetivo del eje de prevención es evitar y reducir la vulnerabilidad al consumo de SPA, **el eje de mitigación busca reducir el impacto individual, familiar social y sanitario del consumo de SPA**. Es decir, parte del consumo de SPA como una realidad, de algo que está ocurriendo y por lo tanto las acciones de mitigación deben reducir la vulnerabilidad a correr riesgos continuos que son prevenibles y evitables. También, parte de que existen condiciones socioculturales e imaginarios sociales que provocan marginación de los consumidores a la vida social y productiva, aumentando riesgos, cronificando y profundizando daños individuales, familiares, comunitarios, sociales, de salud y convivencia. Los riesgos y daños suelen tener un comportamiento acumulativo y darse en escalada, por lo que a mayores fuentes de riesgo, mayores daños y nuevos riesgos.*

Mitigación

Mecanismos formales e informales de protección y redes sociales

Como estrategia, el eje de mitigación se propone contener la materialización de los riesgos, en daños. A través de la inclusión, tanto de consumidores y como no consumidores y aprovechando las redes formales (instituciones, servicios de salud, instituciones educativas) e informales (parches, barrio, círculo de amigos, organizaciones juveniles) **busca fortalecer no sólo al individuo sino a los grupos y comunidades para que tengan capacidad de enfrentar y minimizar las situaciones de riesgo** que se presentan en la vida cotidiana. Se trata de fortalecer los mecanismos formales e informales de protección y las redes sociales para desarrollar entornos de soporte para una gestión más adecuada de los riesgos, a través de redes de información y orientación dirigidos no solo a los individuos, sino a las familias y comunidades con problemáticas concretas. Para lograr este objetivo es necesario:

- Involucrar a los interesados y/o afectados por la problemática (consumidores, familias, comunidades, instituciones)
- Promover la creación y el fortalecimiento de redes en aras de la integración social
- Diversificar las estrategias para llegar a los grupos más vulnerables
- Desarrollar estrategias de sostenibilidad y continuidad

PÓNGALE MENTE

"La cadena de riesgos y daños debe cesar si se quiere mitigar el impacto del consumo en distintas áreas de la vida del sujeto consumidor, de su familia, pareja(s), vecindario y comunidad. Las estrategias de mitigación contribuirán a construir un entorno más favorable al cambio, minimizando los riesgos y los daños asociados a patrones de consumo "problemáticos". Se resume en detección oportuna, redes y oportunidades de inclusión social a consumidores activos".

Tomado de: *Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas y su Impacto*, 2007.

Objeto de la mitigación

Para entender mejor la mitigación se debe reconocer el consumo de SPA como una realidad, es decir, que hay personas que desean y deciden consumir SPA.

El objetivo de **la mitigación busca, entonces, la mejor manera de "convivir" con esta situación a través de estrategias** para evitar que quienes ya han iniciado un consumo de SPA lícitas, no se inicien en el consumo de SPA ilícitas; quienes consumen SPA ilícitas, no pasen a consumos problemáticos, con conductas de alto riesgo para la salud, la convivencia, el bienestar personal y social, he incluso para el goce y el placer en la vida.

Por lo tanto, la mitigación se hace cargo de acciones prácticas, concretas e intermedias que pueden implementarse en ámbitos escolares, universitarios, laborales y comunitarios para reducir los daños e impactos negativos del consumo de SPA.

También se busca a través de estas estrategias generar prácticas de consumo que impliquen el mínimo de riesgos o daños para quienes están consumiendo, ya sea brindando información veraz y oportuna sobre los riesgos y daños, por ejemplo, sobre combinación de sustancias o sobredosis. Se trata de ofrecer medios oportunos que permitan tomar decisiones frente a sus consumos y gestionar los riesgos cuando los estén corriendo.

Si actuamos de manera temprana y oportuna cuando los jóvenes tienen un consumo activo, es posible evitar que se hagan mucho más daño.

Las organizaciones juveniles pueden, desde su condición de pares, de cercanía, generar acciones que reduzcan el estigma y discriminación hacia los jóvenes que consumen, como también abrir espacios de participación para los consumidores, que les permita reconocer, reflexionar y proponer prácticas de autocuidado que les posibilite generar bienestar y calidad de vida, no solo para ellos, sino para su familia y su entorno.

BÓTELE CORRIENTE

El concepto de mitigación del impacto del consumo de SPA se ha tomado del modelo de prevención de desastres naturales que busca reducir la vulnerabilidad a los daños potenciales sobre la vida y los bienes causados por un evento. Frente a esto, la mitigación del impacto del consumo de SPA puede entenderse como **un conjunto de medidas y estrategias para contrarrestar y minimizar los impactos** y efectos negativos que el consumo puede causar no sólo sobre la vida del individuo que consume, sino en su entorno social.

Inclusión social y representaciones sociales

Es importante reconocer que se pueden generar condiciones y oportunidades para la integración de personas a redes sociales donde viven, estudian o trabajan, a partir de las acciones que realizan diversos actores sociales de un territorio –como las organizaciones juveniles– a las que ustedes pertenecen. De esta forma uno de los objetivos de las acciones que se realicen en los territorios puede estar encaminado a la inclusión social...

La inclusión social invita a reflexionar la importancia de generar oportunidades, capacidades y habilidades a colectivos grupos más vulnerables al consumo para integrarse de manera plena a la sociedad y la cultura

Las acciones de inclusión se dirigen a transformar las representaciones sociales, que se tienen sobre el consumo y los consumidores de SPA, y esto a su vez posibilita mayores niveles de integración, ya que son interpretaciones colectivas de la realidad en torno a personas, objetos, lugares, relaciones, situaciones, etc. Sin embargo, al estar mediadas por percepciones y emociones, si éstas son negativas, las representaciones sociales pueden generar exclusión y discriminación. Es lo que suele suceder con las personas que consumen SPA.

La interlocución entre quienes generan la exclusión, quienes la sufren y quienes están dispuestos a atenderla, es el punto de partida para transformar las representaciones sociales, disminuir la discriminación y promover la inclusión social de las personas excluidas, desarrollando acciones en la cotidianidad para restablecer vínculos con el individuo.

BÓTELE CORRIENTE

El trabajo en este nivel parte de redes de inclusión sociales donde se fomente la participación de las personas en situación de discriminación y sean reconocidas como sujetos de derechos, como ciudadanos participantes.

PÓNGALE MENTE

"El eje de las nuevas políticas preventivas, por tanto, debería ser la evaluación de los riesgos y daños asociados a diferentes escenarios de consumo de las diversas drogas, de modo que se regule el mismo, de manera que obtenga la mejor relación posible daño-beneficio, mediante la capacitación de las personas usuarias en el cuidado de la propia salud, el fomento de patrones de consumo y de hábitos de vida saludables, y el favorecimiento de culturas de consumo que, mediante mecanismos informales y no prohibicionistas, fomenten el uso responsable de las diversas drogas" (OVD – 2003).

Reducción de riesgos

*El concepto de reducción de riesgos plantea **minimizar las condiciones de riesgo asociadas al consumo de drogas, estableciendo un contacto directo y permanente con los consumidores** en las mismas comunidades locales en donde se da el fenómeno. Reducir riesgos significa trabajar en la cotidianidad y crear espacios de bajo umbral donde las exigencias para ingresar sean mínimas, como lo plantea el documento "Hacia un Modelo de Inclusión Social para Personas Consumidoras de SPA – 2007".*

Principios estratégicos de la reducción de riesgos

Según el *Documento Marco sobre Reducción de Daños*. Conferencia de Consenso. Barcelona 2000, se pueden resaltar cinco principios estratégicos:

1. Aceptar la posibilidad de reducir gran parte de los riesgos y daños sin abandonar el consumo
2. Promover la competencia y la responsabilidad de los propios consumidores de drogas.
3. Adaptar los programas a las necesidades de los usuarios.
4. Promover modelos de búsqueda y acercamiento.
5. Ofrecer información y promover la educación sanitaria dirigida a un consumo de menos riesgo.

PÓNGALE MENTE

La iniciativa Energy Control de España, pionera en el campo de la reducción de riesgos, señala:

"En concreto, **este enfoque persigue modificar aquellos comportamientos o circunstancias que pueden suponer un incremento en el riesgo de sufrir problemas con las drogas**. Actuaciones bajo este enfoque son aquellas que se dirigen a informar a los consumidores sobre los riesgos de ciertas conductas relacionadas con las drogas y la provisión de guías y modelos de consumo de menor riesgo. Se centran básicamente en personas consumidoras y en no consumidoras pero que están en contacto con los primeros. Todas ellas comparten el considerar el consumo de drogas como una conducta arriesgada, situándola, en ocasiones, al mismo nivel que otras conductas de riesgo: sexo no protegido, conducción de vehículos, deportes de riesgo, etc".

*Según el documento "Hacia un modelo de inclusión social para personas consumidoras de SPA", (2007), la reducción de daños es una estrategia que busca, **más que erradicar el consumo de drogas, limitar sus efectos negativos y las situaciones conexas** a nivel social, económico y de salud. La reducción de daños, a través de estrategias planificadas y articuladas, hace que el uso de drogas ocasione el mínimo daño posible a la sociedad y los ciudadanos.*

Reducción de daños

La reducción de daños, como enfoque que hace énfasis en reducir los efectos negativos del consumo de SPA apareció en los años 80 y ha ido extendiéndose por todo el mundo, como lo describe el documento *Bases teóricas y metodológicas*, de Energy Control:

"Los programas más conocidos de reducción de los daños son, entre otros, los de intercambio de jeringuillas en inyectores, de sustitución con metadona y heroína en dependientes de esta última y los dispositivos asistenciales de "bajo umbral". Estos programas no tienen como objetivo la reducción del número de personas consumidoras sino la reducción y la eliminación de los problemas ocasionados por las drogas.

Obviamente, estos problemas desaparecerían si no hubiera nadie que consumiera drogas. Sin embargo no parece este un objetivo realista ni factible por lo que, desde el punto de vista de la reducción de daños, resulta más pragmático y eficaz hacer frente a los daños que a los niveles de uso. Este ha sido uno de los puntos que más controversia ha causado en los debates sobre política de drogas. (...) a diferencia de otros enfoques, desde la reducción de daños no tendría mucho sentido admitir a tratamiento a aquellas personas consumidoras de drogas sin problemas asociados (el consumo no es un problema). Para ello se plantea otro tipo de actuaciones".

CONSULTE AL QUE SABE

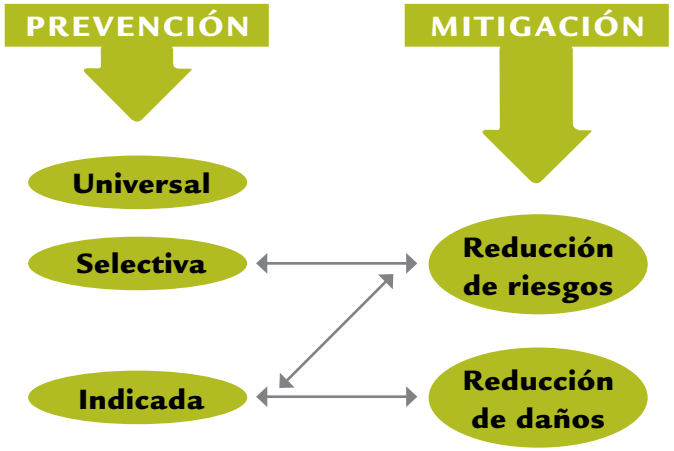
La reducción de daños es un tema complejo y debe ser trabajado de la mano de las autoridades locales pertinentes, vinculando a toda la red de servicios disponibles en el territorio.

PÓNGALE MENTE

"Simultáneamente la reducción de riesgos y daños ha ido pasando de ser un enfoque parcial vinculado a actuaciones concretas, a convertirse en uno de los principales rectores de las políticas de drogas, concebidas como parte de una política global de protección para la salud. Por tanto la introducción del concepto de educación para la salud en el campo del uso de drogas, la planificación de las actuaciones, la supeditación de las políticas represivas a la reducción del riesgo (incluyendo la colaboración de las fuerzas policiales a la hora de facilitar las intervenciones sobre el terreno) y el **cambio en la estrategia de intervención, más centrada ahora en salir al encuentro de los potenciales usuarios, conocer sus necesidades y facilitarles los medios para resolverlas por sí mismos**, han marcado un antes y un después en estas políticas, sobre todo en Europa". (Bennett y O`Hare, 1995; Boddy, 1999; Barendregt, 2000; Burkhart, 2002).

Avances en el enfoque de reducción de daños

Mediante la conjunción de avances en la investigación, cambios en la formulación teórica y nuevas experiencias prácticas, entre las que los servicios de testado de pastillas e información personalizada in situ y la difusión de la información veraz sobre las propiedades y riesgos de las sustancias, mediante publicaciones y vía internet, han sido la muestra más clara, **los objetivos han pasado a estar vinculados a la capacitación de las personas usuarias y su entorno mediante elementos de juicio que les permitan negociar con mayor responsabilidad su potencial consumo de drogas**. Es significativo que los mismos responsables de los más ambiciosos programas de investigación a nivel europeo, vinculados con las esferas de toma de decisión en materia de política de drogas hablen abiertamente de la necesidad de replantear las prevención del uso recreativo de drogas, como sostiene Calafat (2001), entendiendo una cultura juvenil muy potente, desarrollada y en constante evolución".



El eje de mitigación busca:

- Disminuir los posibles efectos negativos de los riesgos antes de que se materialicen (Deterioro físico, aislamiento social).
- Reducir el estigma y la discriminación a través de la transformación de las representaciones sociales.
- Disminuir la vulnerabilidad a consumos de mayor riesgo.
- Promover la inclusión social.
- Que no haya consecuencias negativas o que haya menos consecuencias al consumir SPA.

La mitigación no debe entenderse como algo aislado de la prevención, por el contrario, son complementarias y tiene un objetivo común: la gestión de los riesgos asociados al consumo de SPA para evitar y minimizar los efectos negativos y los daños. Por ejemplo, las estrategias de la prevención secundaria y la prevención selectiva o específica, a pesar de que sus enfoques son diferentes –la primera desde la salud, la segunda según la población– sus objetivos son los mismos. Y si hacemos una lectura más amplia, ambas responden al objetivo de la mitigación específicamente desde la reducción de riesgos. De igual manera pasa con la prevención terciaria y la prevención por objetivos, indicada o escalonada, cuya prioridad es minimizar y disminuir los efectos negativos y daños en personas consumidoras en situaciones de adicción o consumo problema, lo cual responde al objetivo de la mitigación desde la reducción de daños.

UNIDAD 2

¿Cómo preparar la estrategia?

Recursos de investigación

Esta unidad aporta algunos recursos metodológicos que tienen como finalidad obtener información para la contextualización de las estrategias de intervención. Es indispensable y fundamental que antes de diseñar una intervención se apliquen algunos de estos instrumentos, pues cada contexto es diferente y tiene unas particularidades especiales. La etnografía y el trabajo de campo, la cartografía social, el grupo focal, las narrativas y el mapa de actores nos ayudan a identificar la realidad, las personas involucradas en el tema, los riesgos, las oportunidades, las problemáticas, los énfasis, las urgencias más apremiantes, los problemas más recurrentes, para así poder focalizar la intervención. La línea de tiempo y proceso nos permite hacer un seguimiento a la intervención y poder ver la transformación de la realidad.

Estas son algunas de las herramientas metodológicas más comunes y utilizadas para este tipo de proyectos, son escogidas porque la mayoría de jóvenes ya están familiarizados con ellas y porque se considera más importante cualificar su conocimiento que explorar el aprendizaje de otras nuevas. No obstante, las opciones son diversas y es posible encontrar otras alternativas más adecuadas. Por ejemplo, la elaboración de narrativas es una apuesta novedosa en la forma de capturar y procesar información, esta es sólo una guía para desarrollarlas, por lo que se recomienda indagar un poco más sobre la forma de hacerlo.

¿Cómo se prepara una estrategia de prevención y mitigación?

Recursos metodológicos

Para obtener información que permite la contextualización de las estrategias de intervención.

Etnografía y diario de campo

Se basan en la observación de comportamientos, actitudes prácticas y hábitos sociales.

Cartografía social

Ejercicio colectivo de reconocimiento del entorno socio-territorial, a través de la construcción de mapas.

Grupo focal

Busca genera escenarios de discusión, socialización y construcción a partir de experiencias individuales y colectivas.

Narrativas individuales y colectivas

Es la producción de relatos a partir de la reconstrucción de la memoria individual y colectiva.

Mapeo de actores

Busca identificar y describir algunos datos mínimos de los actores involucrados en el fenómeno que se está analizando.

Línea de tiempo y proceso

Busca medir el impacto de la intervención en términos de proceso, evolución y capacidad para cumplir objetivos.

En estas páginas encontrarán los pasos más importantes que ustedes, como jóvenes, deben tener en cuenta para diseñar e implementar una estrategia de intervención. Recuerden que es importante tener en cuenta el contexto en el que se hace la estrategia y apoyarse en metodologías de diagnóstico para tener un mapa real de la población y el lugar en que se va a trabajar. ***No puede asumirse que porque una estrategia de prevención y mitigación funciona para cierto contexto, va a funcionar para otro.***

¿Cómo se prepara una estrategia de

Pasos para realizar una estrategia de intervención

1. IDENTIFICACIÓN

Por grupos, hacen la identificación de los riesgos en una matriz o formato con base en situaciones que tienen en común.

El objetivo es comenzar a detectar los actores, lugares y situaciones de riesgo para tener una idea de lo que debe hacerse en un diagnóstico.

2. PROPUESTAS

En los mismos grupos, deben proponer una manera para mitigar cada situación de riesgo.

El objetivo es lograr un primer acercamiento al tema de la intervención y generar capacidad de reflexión para responder a situaciones de riesgo en el marco de los nuevos enfoques.

3. SOCIALIZACIÓN

Frente al resto del grupo se presenta cada matriz de riesgos y propuestas. Se hace una discusión alrededor de las situaciones y las propuestas y si estas últimas responden verdaderamente a necesidades encontradas.

El objetivo es dar herramientas de intervención, diagnóstico y evaluación.

Las preguntas claves

Es importante recordar que al hacer diagnósticos se debe partir de tres preguntas que guiarán el tipo de metodología a aplicar según la información que se necesite recoger:

1. ¿Cómo se va a buscar la información?
2. ¿En dónde?
3. ¿Para qué o con qué finalidad?

Es importante señalar que no se pretende formar profesionales en investigación. Se trata de dar herramientas a manera de guía para orientar la búsqueda de información necesaria.

prevención y mitigación?

Para avanzar en la elaboración del diagnóstico se puede pensar en:

Trabajo en grupo 1: Cada uno recibe una metodología que debe estudiar.

Dos moderadores pasan por los grupos resolviendo preguntas. Cada grupo expone en plenaria la metodología que recibió y debe dar un ejemplo de cómo ésta responde las preguntas que hay que tener en cuenta: **¿cómo se va a o se quiere buscar la información?, ¿en dónde?, ¿para qué?**

Trabajo en grupo 2: Cada grupo expone una situación de su entorno en la que le gustaría trabajar teniendo en cuenta que ésta responda a las necesidades que tiene: un parche del barrio, un bar de la localidad, un grupo del colegio, etc. Luego cada grupo formula una estrategia de recolección de información para diseñar una intervención. Debe presentarla a los demás exponiendo: **a)** situación que quiere intervenir, **b)** información que necesita, **c)** metodología escogida, **d)** razones por las cuales escogió esta metodología, **e)** posibles metodologías que complementarían su estudio.

*Jóvenes: para poder desarrollar las estrategias de prevención y mitigación es indispensable que ustedes obtengan información de contexto sobre el tema Para hacerlo, **pueden utilizar distintos recursos o herramientas**, algunos de los cuales explicamos aquí por ser los más comunes. Ustedes deben evaluar y concluir cuál o cuáles de ellos sirven más para su caso.*

Recursos metodológicos

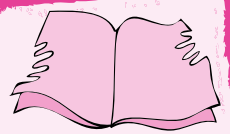
Entre los recursos metodológicos aquí expuestos, hay varios que ayudan a identificar la realidad de las sustancias psicoactivas, las personas involucradas, los riesgos, las oportunidades, las problemáticas, los énfasis, las urgencias más apremiantes, los problemas más recurrentes para así poder focalizar la intervención; son ellos: la cartografía social, la etnografía, el diario de campo, el grupo focal, las narrativas y el mapa de actores. Otros recursos sirven para hacerle seguimiento a la intervención y ver cómo se transforma la realidad: por ejemplo, la línea de tiempo y proceso.

Etnografía y diario de campo

Etnografía

Es una herramienta fundamental para conocer los fenómenos sociales. Si se observan los **comportamientos, actitudes, prácticas y hábitos sociales**, se puede lograr una visión más realista sobre situaciones particulares. Para ello es necesario tener contacto directo con la realidad, insertarse dentro de ella para observar y percibir de primera mano, todo lo que ocurre y así lograr interactuar con actores clave que pueden brindar información más completa sobre lo que se quiere conocer.

El diario de campo



Consiste en llevar un registro detallado de lo observado con **fechas, lugares, personas, hechos** etc. Esto dará un mayor sustento a todas las acciones e intervenciones que se realicen ya que estarán basadas en el conocimiento de primera mano de la realidad y no sobre suposiciones o representaciones e imaginarios erróneos.

Lo que se presenta en este capítulo es solo una guía para desarrollar. Para poner en práctica el proceso se recomienda contar con la asesoría de expertos e indagar un poco más sobre la forma de hacerlo.

Cartografía social

Objetivo (para qué se hace)

Es un ejercicio colectivo de reconocimiento del entorno socio territorial, a través de la construcción de mapas.

- Evidencia las relaciones sociales.
- Descubre saberes que permiten a sus participantes un mejor conocimiento de su realidad.
- Genera espacios de reflexión.
- Permite construir un lenguaje común de interpretación de las diferentes percepciones de la realidad presente en las comunidades.

Actividades (cómo se hace)

Contextualización: Presentar el objetivo del ejercicio y lo que se busca.
Introducción a la técnica de la cartografía social, es decir se explica el objetivo.
Presentación de participantes. Se recomienda no más de siete participantes por mapa.
Realizar las preguntas que se deben responder en el mapa. Se recomienda dar ejemplos y aclarar el símbolo o dibujo que representa la acción o el actor.
Preguntas básicas

- ¿Identifican lugares representativos del territorio? (Parques, avenidas, plazas, etc. Debe ubicar el nombre debajo de cada uno).
- ¿Identifican lugares asociados a prácticas juveniles?
- ¿Identifican lugares de consumo o de alto riesgo de consumo de sustancias psicoactivas?

Socialización y evaluación. Se debe captar la atención de todos, presentar los resultados del mapa, ponerlos en discusión, buscar retroalimentación.

Recursos (qué se necesita)

Roles para el desarrollo del instrumento: Moderador, cartógrafo (s), dibujante (s), relator, observador (es).
Duración: 1 hora.
Materiales: Papel propalcote, lápices, sacapuntas, borradores, plumones, marcadores, papel mantequilla, marcadores, vinilos, cinta de enmascarar.

Observaciones

Disposiciones del grupo y materiales: El grupo se dispondrá en círculo, idealmente en un espacio cerrado donde puedan estar solamente quienes van a participar de la cartografía, pues se necesita que los participantes estén concentrados. Así mismo se exponen las preguntas de manera que sean visibles para todos.
Al momento de la cartografía es necesario ubicar los participantes en media luna y una mesa al frente con suficiente espacio para que puedan estar varias personas al mismo tiempo.

Recomendaciones para el moderador y relator

Al momento de realizar las preguntas se debe ser conciso y claro; en caso de que se le dificulte a los participantes se debe echar mano de los ejemplos que se dan en cada pregunta.

El rol del relator debe estar orientado a revisar que en el mapa se comprenda cada una de las representaciones. En caso de que se requiera, previamente o en el desarrollo de la cartografía, se realizarán convenciones.

Con el Grupo Focal como recurso metodológico ustedes pueden generar un escenario de discusión, socialización y construcción a partir de las ***experiencias individuales y colectivas*** *de los asistentes. A continuación encontrarán algunos pasos necesarios para su realización.*

Grupo focal

Paso 1

La preparación

El Grupo Focal debe contar con un máximo de doce (12) participantes, dos facilitadores que asumen el rol de moderador y un relator.

Los participantes serán los líderes más experimentados de las organizaciones o expresiones colectivas de jóvenes.

El Grupo Focal contará con un moderador que se encargará de orientar el desarrollo general del ejercicio y de facilitar la discusión entre los participantes. Estará pendiente de que todos participen y de no dejar dilatar las discusiones.

Se contará con un relator que tomará nota de los comentarios específicos de cada participante y al final de cada grupo de preguntas recogerá lo dicho, sin hacer interpretaciones. Estará en comunicación con el moderador.

Los participantes se sentarán en círculo para que puedan tener contacto visual con todos los que están en el salón.

El Grupo Focal se llevará a cabo en un salón privado, para que los participantes sientan que pueden expresarse abiertamente.

Hay que establecer unos acuerdos básicos entre los participantes (no celular, recesos, pedir la palabra, respetar tiempos para opinar...).

Los temas propuestos (con relación a las variables y tópicos de la técnica) no estarán estructurados, ya que se deberá permitir la discusión en la medida de la participación de los asistentes al Grupo Focal.

Materiales

Durante el ejercicio se requieren los siguientes materiales:

Fichas de presentación de los equipos, pieza comunicativa, hojas block, 1 grabadora, telas/tableros, aerosol, pegante, marcadores.

Tiempos

El tiempo sugerido para la realización del grupo focal es de dos horas; máximo dos horas quince minutos.

Paso 2

Moderación del grupo focal

En este ejercicio la moderación del diálogo entre los participantes la realizarán los facilitadores. Además de facilitar el diálogo, el moderador es responsable de hacer preguntas exploratorias o plantear situaciones hipotéticas que permitan evocar más detalles sobre un tema. Es importante que los facilitadores tengan sumo cuidado a la hora de intervenir, para no influenciar al grupo en alguna dirección específica.

Como se mencionó anteriormente, las preguntas que orientarán el ejercicio no conservarán una estructura, pero es de vital importancia que el moderador comprenda, de acuerdo con la participación, cuándo es el momento indicado para facilitar la transición de una pregunta a otra y extraer información más detallada.

Paso 3

Presentación de la discusión al grupo focal

Antes de empezar el ejercicio, los participantes deberán ser informados del objetivo del grupo focal, por parte del moderador, es decir, "motivar a una conversación o discusión en la cual los participantes expresen sus experiencias, logros y dificultades obtenidas en sus prácticas". Así mismo, deben establecer unos acuerdos para la realización del ejercicio (pedir la palabra al moderador levantando la mano, celulares en silencio, no agredir a otras expresiones juveniles o instituciones...).

No se pretende realizar una sesión estructurada de preguntas y respuestas; todos los aportes son bienvenidos. Los participantes deben iniciar hablando siempre desde la experiencia, si conocen otros procesos pueden hablar de ellos. Las preguntas que orientarán las discusiones son hipotéticas, parten de supuestos. La idea es tener un diálogo e intercambio de ideas y opiniones. (El moderador o el relator no puede involucrarse en la discusión, ni contrapreguntar).

Paso 4

Finalización de la discusión

Una vez concluida la hora programada para la discusión se entenderá que el ejercicio ha terminado. **Es importante que se respete el tiempo asignado**, aunque no se hayan respondido todas las preguntas. Los facilitadores deben contemplar en la agenda el tiempo que toma realizar el cierre del ejercicio.

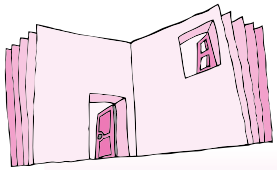
- Los facilitadores finalizan la sesión **resumiendo** lo que los participantes han dicho. Este punto es importante ya que da la oportunidad de volver a plantear los puntos para que los participantes aclaren cualquier malentendido.
- Los facilitadores realizarán una **evaluación grupal** (con todos los participantes) sobre el desarrollo del grupo focal: ¿Qué le gustó del ejercicio? ¿Qué sugerencias tiene?
- Los facilitadores decidirán previamente **cómo registrar la discusión** (se pueden tomar notas y utilizar grabadora). Es importante tener en cuenta que si los participantes no están familiarizados con los facilitadores pueden sentirse incómodos si los están grabando. Es un poco dispendioso utilizar sólo grabación ya que al terminar la discusión los facilitadores deberán escuchar y transcribir lo grabado; se recomienda tener la grabación de respaldo, pero siempre tomar notas.
- Al final se dan los agradecimientos por la asistencia y cooperación.

*Las narrativas que ustedes van a ayudar a producir pueden ser individuales y/o colectivas y tienen por objeto construir con palabras e imágenes un relato que les permita a los y las jóvenes participantes en el ejercicio, **interpretarse a partir de la reconstrucción de la memoria** y la experiencia vivida. Tiene por fin acceder a una conversación donde se incluyan los saberes de todos. Se puede escoger cualquiera de las múltiples formas que ustedes conocen para la construcción de narrativas: grafiti, revista, dibujo o pintura, canción / lírica, fotografía o video.*

BÓTELE CORRIENTE

El ejercicio de narrativas busca la expresión desprevenida, afectiva y ordenada de una situación vivida en la que el autor pueda dar a conocer su vivencia. Es importante que el autor presente su narrativa pero, a la vez, presente su rol en ésta: cómo se sintió, qué aprendizajes obtiene de esa experiencia, etc.

Narrativas individuales y colectivas



ACTIVIDADES (cómo se hace)

Se establecen **tres roles** principales:

Moderador

Encargado de facilitar el ejercicio y realizar un acompañamiento continuo al desarrollo de la actividad. Buscará la generación de un escenario de diálogo, de reflexión y construcción de relatos a partir de experiencias vividas. Estará atento a las observaciones de los participantes y presto a resolver cualquier inquietud.

Participantes

Son las personas que realizarán las narrativas y contarán su experiencia.

Relator

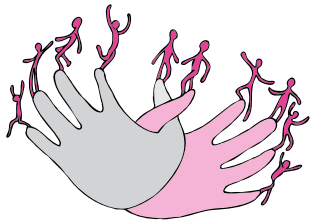
Es el encargado de registrar las percepciones que se generan en el desarrollo del ejercicio y que se escapa del producto final de la narrativa. También estará a cargo del registro fotográfico, registro de audio y listas de asistencia.

Una vez se hayan establecidos los actores y definidos los roles, pueden proceder a adecuar el espacio y explicar el ejercicio.

Recursos (qué se necesita)

- Un espacio adecuado para la realización del ejercicio.
- Herramientas para la recolección de información: cámaras fotográficas, grabadoras, cámaras de video, libretas de apuntes.
- Materiales de acuerdo a la técnica que se escoja, aerosol, telas, paredes, papel, pinturas, colores, grabadora, micrófono, amplificación, etc.

Mapeo de actores



Pretende **identificar y describir algunos datos mínimos de los actores involucrados** en el fenómeno que se está analizando, donde los actores son de diferentes niveles y actúan de manera distinta. Pueden ser los datos básicos (nombre, organización, rol en la organización, correo electrónico, teléfono y dirección) para conformar una simple y útil base de datos.

También pueden ampliarse según las necesidades del proyecto y agregar: objetivo de la organización, página web, población con la que trabaja, redes a las que pertenece, socios o acompañantes en el proceso, misión, visión, objetivos, proyectos, etc.

Esta información ya es una semicaracterización de los actores y se puede ir detallando con el avance del proyecto. **La información debe ser constantemente actualizada** y busca generar lazos de comunicación formales e informales entre los actores, ya sean institucionales, públicos, privados, de la sociedad civil organizados, individuales, cooperantes, políticos, etc.

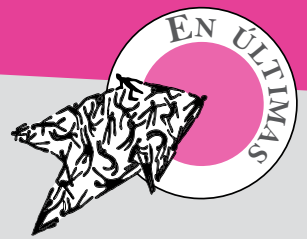
Línea de tiempo y proceso

Busca medir, de manera sencilla, el impacto de la intervención en términos de proceso, evolución y capacidad para cumplir los objetivos de la propuesta de intervención. Se puede hacer a través de información cualitativa o cuantitativa, siempre y cuando sea verificable. Busca dar cuenta de una transformación de la situación inicial en relación con los momentos y la situación final del proceso.

Punto de partida. Una vez inicia el proceso se debe dar cuenta de la situación actual del mismo, para lo cual se establecen indicadores cualitativos (cuántos actores acuden a la primera convocatoria, qué instituciones están representadas) e indicadores cuantitativos en función de conocimiento sobre los temas que se van a tratar (por ejemplo qué es prevención, qué es mitigación, que entiende por SPA, etc.) Se debe realizar un cuestionario sobre las pre-nociones y los conocimientos básicos que se tienen sobre los temas a tratar en el proceso.

Puntos intermedios. El mismo cuestionario original se aplicará en los puntos intermedios, así como en el punto final, para conocer los avances en los aprendizajes.

Punto final. El mismo cuestionario aplicado al principio será aplicado al final para ver la evolución en la apropiación de los conocimientos.



Este módulo de formación para la prevención y mitigación en el consumo SPA se sustenta en la formación de pares y en la aplicación de algunos recursos metodológicos que aparecen resumidos en este capítulo. Este módulo es pieza fundamental de la estrategia de prevención y mitigación.

UNIDAD 3

¿Qué recursos podemos utilizar?

En esta unidad encontraremos algunos instrumentos útiles para realizar la estrategia de prevención y mitigación. Las estrategias de comunicación, la ocupación del tiempo libre y las redes de apoyo son algunos instrumentos claves para tener en cuenta en esta labor de multiplicación del mensaje de prevención y mitigación.

Estrategia de comunicación

Las acciones de comunicación comprenden la realización de acciones y piezas comunicativas dirigidas a una población o comunidad específica con una problemática particular, para lo cual se definen unos objetivos específicos.

Otras estrategias

Además de las estrategias de comunicación hay otras herramientas que se pueden utilizar para realizar una estrategia de intervención adecuada y eficaz.

Herramientas de evaluación y seguimiento

Para reflexionar sobre las prácticas y medir sus resultados.

Instrumentos para realizar la estrategia

Redes de articulación

Con instituciones públicas o privadas que trabajan los temas de prevención y mitigación.

Centros de escucha

De las inquietudes, los problemas y las expectativas de las personas sobre el tema de las sustancias psicoactivas.

Juegos didácticos

Que aportan dinámicas y aprendizajes a partir de la información que se tiene para hacer prevención.

Actividades

Para dar información en festivales de deportes extremos, de música electrónica y artes afines, teatro, street art y otros.

Ocupación del tiempo libre

Estrategia tradicional con escaso éxito porque no ha incluido la construcción de subjetividad y criterio para la toma de decisiones.

Componente virtual

A través del sitio: **www.spacio.gov.co** se podrán canalizar las consultas, encontrar información adicional y establecer redes para el trabajo.

Las estrategias de comunicación, como la que proponemos en esta publicación, son aquellas en que se diseñan, realizan y distribuyen piezas y acciones comunicativas con contenidos dirigidos a apoyar la solución de problemáticas específicas de una población o comunidad. Por tanto, deben basarse en el conocimiento de la realidad, lo que implica conocer sus prácticas, lenguajes y estéticas. Sólo así se puede generar información útil, significativa, objetiva y confiable.

Estrategias de comunicación

La estrategia de comunicaciones debe establecer objetivos de comunicación particulares para cada proceso y cada población, definiendo claramente qué es lo que se quiere modificar o afectar con la comunicación. Estos objetivos serán medidos en la fase de evaluación.

BÓTELE CORRIENTE

Construir vínculos con diferentes actores de la comunidad es clave para identificar las prácticas, lenguajes, estéticas y el contexto en general, para generar información útil que responda a esa realidad particular. Así mismo este vínculo con la comunidad y su participación durante todo el proceso, otorga validez y legitimidad a la estrategia y la idea es que ésta les brinde información útil que responda a sus necesidades a través del uso de sus lenguajes y estéticas.

Fases de una estrategia de comunicaciones

Es importante tener en cuenta que las estrategias de comunicación no se limitan únicamente a la producción de piezas comunicativas, es un proceso que tiene varias fases:

1. Identificación

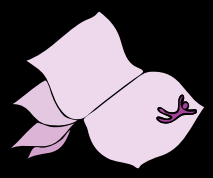
Identificar y categorizar a la población destinataria para que participe activamente en la estrategia.

2. Elaboración de contenidos

La información en prevención y mitigación tiene un componente médico o científico, por lo tanto asegurarnos de la validez y confiabilidad de las fuentes de información es vital porque se refiere a un asunto de salud.

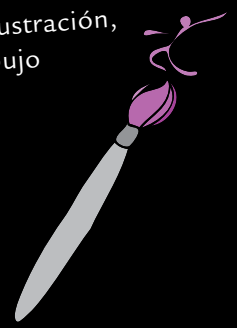
3. Piezas comunicativas

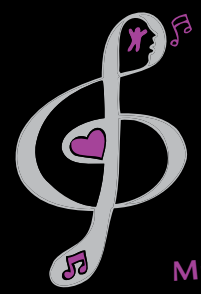
En una estrategia, se pueden trabajar varios tipos de piezas que sean complementarias y que refuercen una idea o un mensaje central. Es muy importante tener en cuenta que se deben establecer objetivos de comunicación particulares para cada proceso que se realice, teniendo en cuenta la población a la que va dirigido y definir claramente qué es lo que se quiere modificar o afectar con la comunicación. Estos objetivos serán medidos posteriormente en una fase de evaluación. Algunos ejemplos de piezas son:



Impresos: volantes, afiches, pendones, revistas, folletos, stickers, plegables.

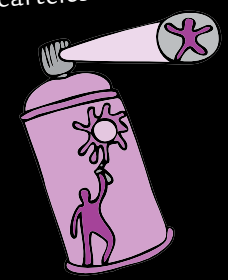
Artes plásticas: pinturas, cuadros, comics, ilustración, dibujo





Música: Composición, hip hop, trovas...

Street art: graffiti, esténcil, carteles



Audiovisuales: fotografía, animación, cortos, películas, novelas, programas de radio

4. Validación

Este es un ejercicio de revisión de las piezas tanto a nivel gráfico o estético, como en el lenguaje o la forma como se comunica el mensaje. Los grupos focales son la herramienta más común para este ejercicio, teniendo en cuenta que deben estar conformados por personas con un perfil homogéneo, es decir con características similares al grupo destinatario pero que no hayan participado en el desarrollo de las piezas. Una vez se tengan las observaciones y aportes, se realizan los ajustes pertinentes a la pieza comunicativa.

5. Producción y plan de distribución

Según las piezas comunicativas que se haya decidido desarrollar, se planea estratégicamente los lugares de distribución o socialización, el número de ejemplares que se van a distribuir, los momentos para hacerlo y los canales de distribución, entre otros factores.

6. Evaluación

Al conocer la percepción de los destinatarios finales de las piezas podemos identificar logros, buenas prácticas y dificultades que serán valiosos para una próxima ocasión. La evaluación puede hacerse a través de formatos sencillos para otorgar un valor o grado de satisfacción del destinatario, o a través de entrevistas y grupos focales.

PÓNGALE MENTE

Contrario a lo que algunos creen, una estrategia de comunicaciones no es tan sólo hacer unos materiales, unos impresos, un programa de radio... **Conlleva definir unos conceptos y criterios para comunicar**, establecer metas y medir sus resultados, aplicar una política de comunicaciones, mantener una actitud de comunicación constante, sistemática y oportuna.

*¡Recuerde! los compañeros, amigos y demás jóvenes que vinculemos a esta estrategia de prevención deben comprender que la realización de comunicaciones **es sólo una de las estrategias de prevención que se pueden utilizar.** Como la estrategia también se propone promover acciones de mitigación, es importante analizar y decidir dónde introducir ese tema.*

Aspectos a tener en cuenta al realizar piezas comunicativas

La producción de piezas de comunicación es la fase 3 de una estrategia de comunicaciones. Dada su importancia, en este apartado precisamos los aspectos claves para su realización, de manera que resulten adecuadas, oportunas y efectivas, en función de los objetivos de la estrategia.

¡Lenguaje clave!

El lenguaje que se utilice debe llegarle a la población en la que se quiere incidir. Debe ser un lenguaje sencillo y cotidiano para el contexto a intervenir.

¡Incluir y participar!

La estrategia debe ser participativa y no debe ser individual, por el contrario se recomienda que haya grupos que interactúen en el mismo contexto con diferentes perspectivas.

¡Antecedentes!

Es clave tener en cuenta lo que ya existe, apoyarse en otros grupos e instituciones que tengan trabajo adelantado en el tema que nos interesa.

¿Actividad o resultado?

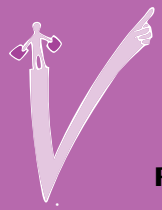
Recuerden: las actividades son aquello que yo debo hacer para poder obtener los resultados. Ejemplo, si hago unos volantes, el número de estos es el resultado y la investigación, diseño, redacción, impresión para elaborarlos es lo que se consideran las actividades.

¡Paso por paso!

Una vez definida la metodología de diagnóstico y definida la población y situación de riesgo que se va a intervenir mediante una estrategia de comunicaciones, se trabaja en grupos un proyecto de intervención. Cada grupo debe presentar un proyecto en donde se defina:

Objetivos: lo que se busca y se quiere lograr con la estrategia y las piezas.

Población beneficiaria: a quién y dónde se va a intervenir, a quiénes van a llegar las piezas comunicativas.



Justificación del proyecto: por qué se decide trabajar sobre esa población y esa situación. Descripción del problema.

Resultados esperados: qué eventos se van a realizar, piezas que se van a producir, etc. Es recomendable también indicar la cantidad de cada uno.

Presupuesto: es importante tener claro cuánto puede costar aproximadamente la estrategia en su totalidad. Este presupuesto se hace definiendo valores de, por un lado, los recursos físicos necesarios para llevarlo a cabo (impresiones, infraestructura, transporte, fotocopias, llamadas, etc.) como también los recursos humanos (diseños, redacciones, coordinación, etc.).

PÓNGALE MENTE

Es mejor y más efectivo unir voluntades y fortalecer lo existente. Para conseguir los objetivos de la estrategia es muy importante el papel de los **socios estratégicos**, para esto se debe hacer un listado de posibles actores, aliados, públicos y privados, que puedan estar interesados en el proyecto.

La contra partida para ellos puede ser, por ejemplo, publicidad en los eventos o en las piezas y **el aporte** de los socios puede darse en: especie, dinero, recursos físicos o humanos, como personas que apoyen el trabajo o infraestructura para los eventos, entre otros.

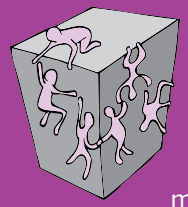
En las siguientes páginas encontraremos qué otros aspectos y herramientas, además de las estrategias de comunicación, se pueden utilizar para realizar una estrategia de intervención adecuada y eficaz.

Otras estrategias

En todos y cada uno de los espacios donde se interviene debe existir por lo menos un encargado institucional ya sea del territorio, la población, la situación, etc. Por esa razón es importante indagar sobre qué institución pública o privada trabaja el tema en esta comunidad o está obligada a hacerlo y con cuáles estrategias. Esto permite: tener respaldo, no duplicar recursos y empezar a tener reconocimiento.

Centros de escucha

Son lugares fijos o itinerantes dotados de la infraestructura básica para recibir y escuchar las inquietudes, los problemas y las expectativas de las personas sobre el tema de las SPA. Muchas veces estos lugares pueden ser el primer contacto con una intención de abordar el consumo como problema, por eso hay que saber cómo guiar a las personas.



Juegos didácticos

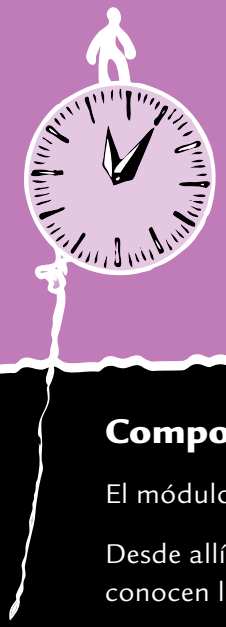
Una estrategia muy utilizada es la elaboración de juegos a partir de la información que se tiene para hacer prevención, por ejemplo los juegos de cartas, los juegos de mesa con dados (tipo Tío Rico), los juegos de campo (Golombiao) y otros.

Charlas, conferencias, foros, talleres, debates

Frente a estas formas tradicionales de prevención los adolescentes y jóvenes muchas veces argumentan monotonía, parsimonia y falta de dinamismo, por lo que resultan más adecuadas para públicos adultos. Para implementarlas con jóvenes es necesario innovar, usar recursos que las hagan atractivas y participativas. Algunos recursos son: videos cortos con videobeam o televisor, fotografía, tarjetas, dibujos, dramatizaciones...

Quien escuche, dialogue y aconseje debe ser una persona experta o asesorada por un experto (no necesariamente profesional) que cuente con habilidades especiales para esto: empatía, confianza, manejo de crisis, respeto, discreción, conocimiento, etc.

En el caso de los denominados Centros de Escucha es importante reconocer si en el territorio existen desarrollos de dispositivos comunitarios con las Zonas de Orientación Escolar, ZOE, o las Zonas de Orientación Universitaria ZOU, puesto que podrían ser de gran ayuda en el trabajo que se realice.



Ocupación del tiempo libre

La ocupación del tiempo libre ha sido una de las más tradicionales estrategias para la prevención, pero ha fracasado porque al tratar mantener ocupada a la población objetivo para que no tenga contacto con la situación de riesgo, les esconden la realidad y les niegan el problema. Los nuevos enfoques incluyen no sólo el distanciamiento de la situación de riesgo sino también la **construcción de subjetividad y criterio para la toma de decisiones**, así como la información general sobre los riesgos asociados al consumo.

Componente virtual

El módulo tiene un componente virtual que se dinamiza desde el sitio web: www.spacio.gov.co

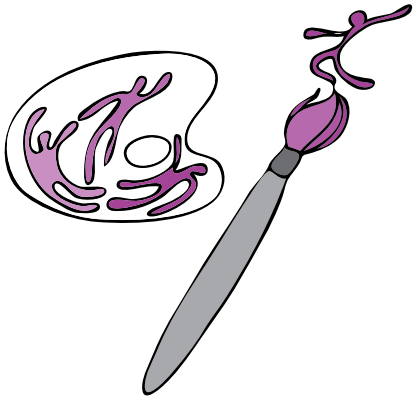
Desde allí se está actualizando constantemente la información, se intercambian experiencias, se conocen las redes y todo tipo de información.

Otros sitios que pueden ser de mucha utilidad son:

www.unaopcionenlinea.gov.co; www.descentralizadrogas.gov.co

www.onsm.gov.co

www.minsalud.gov.co



Actividades culturales y recreativas

Si ocasionalmente las estrategias de intervenciones se realizan en lugares culturales de concentración masiva para dar información de prevención y mitigación, es mucho más eficaz, práctico e innovador cuando se realiza la actividad sin indicar explícitamente que se está haciendo prevención. En este caso se recomiendan actividades alternativas, contemporáneas, novedosas, cercanas a los gustos de los jóvenes, como: festivales de deportes extremos, festivales de música electrónica y artes afines, presentaciones de teatro, festivales de Street Art (grafiti, esténcil, carteles), festivales de arte, desfiles de moda, mercado de pulgas, fiestas, rumbas, etc.

PÓNGALE MENTE

No se trata de ocupar el tiempo libre porque sí, o para evitar que haya tiempo de consumir; es ocuparlo para **descubrir nuevas opciones de vida** y formarse para enfrentar la realidad que se manifiesta en el entorno.

Es muy importante que podamos reflexionar sobre nuestras propias prácticas e intervenciones. Así mismo, un trabajo de formación, sea el que sea, debe intentar siempre tener mecanismos de evaluación que permitan ***medir si los y las formados/as se han apropiado de los conceptos, competencias, metodologías y saber-hacer.*** *Crear una cultura de la evaluación permite no sólo generar mecanismos de medición de impacto, sino que los actores e instituciones que participan vayan afinando instrumentos y mecanismos de intervención.*

Herramientas de evaluación y seguimiento

Sistemas de monitoreo y evaluación

Justificación

En el contexto especifico de este módulo de formación en prevención y mitigación de jóvenes líderes, la evaluación y monitoreo dependerá entonces del impacto que quiera medirse. Pueden crearse dos tipos de indicadores que darán como resultado una evaluación más o menos detallada: cuantitativos y cualitativos. Así mismo la evaluación de resultados y objetivos puede llevarse a cabo de dos maneras que dependen directamente de los recursos que se puedan asignar a la misma, así como del tamaño de la implementación del módulo, así:

METODOLOGÍAS:

- **Clásica:** a partir de indicadores y criterios definidos que se crucen con los resultados.
- **Participativa:** con los directamente implicados, logrando que el proceso mismo de evaluar haga parte integral del proceso de formación.

PERMITEN:

- **Detectar problemas** de implementación.
- **Afinar y mejorar las herramientas** de prevención adaptándolas a cada vez más a contextos específicos.
- **Asegurar la apropiación de los contenidos**, competencias y metodologías.
- **Re-direccionar acciones** y definir estrategias futuras.

TIPOS DE INDICADORES:

- **Cuantitativo:** define indicadores de mayor cobertura, menos específicos y de corte cuantitativo (cantidad), se recomienda para módulos de amplia implementación.
- **Cualitativo:** incluye criterios más subjetivos que indican la calidad de los productos, así como las percepciones de los y las jóvenes formados/as y las evoluciones puntuales en sus hábitos y comportamientos.

Apropiación del módulo

En esta fase del aprendizaje es el momento para que los jóvenes se apropien del módulo, apliquen todas las herramientas y el material aprendido, diseñen e implementen propuestas y actividades que involucren a la comunidad y le apuesten a la re-significación de las SPA, con un enfoque nuevo y efectivo. Los elementos necesarios para lograrlo son:

- Productos entregados en el transcurso del módulo.
- Documentos pedagógicos producidos por los jóvenes para implementar el módulo que sigan la hoja de ruta construida en las herramientas pedagógicas.
- Asesoría necesaria para producir el resultado necesario como parte de la evaluación del módulo.
- Asesoría necesaria con las herramientas pedagógicas utilizadas para que las utilicen para crear ellos mismos dispositivos de formación.
- Socialización de los trabajos.
- Herramientas pedagógicas aplicadas creadas por jóvenes formadores/as.
- Productos de jóvenes formados/as por sus pares.
- Herramientas de seguimiento creadas por los y las jóvenes formadores.

Implementación del módulo

Una vez se tengan claro de qué estamos hablando (conceptos claves, cómo se prepara una estrategia de prevención y mitigación, recursos metodológicos) se puede proceder a indagar sobre cómo se hace la prevención y la mitigación, es decir, diseñar e implementar las actividades de prevención. Estas actividades deben ser contextualizadas y acordes a las necesidades de la población en la que se pretende incidir, no solamente hay que pensar en los jóvenes, sino también la familia, la comunidad, las instituciones educativas, y generar contextos que apuesten a la resignificación de las SPA, a los jóvenes en riesgos y los jóvenes consumidores, para brindarles mayores oportunidades de enfrentar este fenómeno de manera racional.

Es importante tener en cuenta los tipos de intervención y enfatizar en estos a la hora de diseñar e implementar una estrategia de intervención

A modo de resumen

Claves para realizar la estrategia

PREVENCIÓN

MITIGACIÓN

Concepto

Si consideramos la prevención como la capacidad de evitar o retardar al máximo el contacto con SPA legales, ilegales y legales de uso indebido, podemos indicar que es de carácter universal, especialmente enfocado en niños, niñas, adolescentes, padres de familia y comunidad.

Si consideramos que la mitigación es reducir los riesgos, los daños y los impactos negativos asociados al consumo de SPA legales, ilegales y legales de uso indebido, suponemos que ya se presenta un consumo o existe un alto riesgo de consumo en esta población.

Mensaje:

Los mensajes se pueden relacionar a la toma de decisiones, a la construcción de criterio, a la cohesión social, al dialogo familiar, a la moratoria social, la presión de grupo, el proyecto de vida etc. Fundamentado en la educación y mensajes globales, los medios de comunicación masivos y públicos pueden ser de gran utilidad.

Los mensajes se deben dar con asesoría directa y pueden estar relacionados con autocuidado, autorregulación, información, responsabilidad, reflexión, composición, efectos y consecuencias de las sustancias, situaciones de crisis, niveles de consumo, protocolos de atención y redes de apoyo.

Población:

Se presta más para trabajar en espacios formales como escuelas, colegios, universidades, juntas de acción comunal o con los mismos padres de familia.

Se presta más para trabajar con poblaciones focalizadas y en espacios informales como “parches”, fiestas, conciertos, rumbas, sitios de ocio, encuentro y tránsito.

Matriz para trabajo grupal

Este ejercicio puede realizarse con los integrantes de nuestra organización o como una actividad pedagógica con jóvenes, familias o la comunidad en general para conocer la percepción de riesgo acerca de las sustancias, las representaciones sociales asociadas a éstas, factores de riesgo, factores que favorezcan el consumo de SPA y factores protectores que ayuden a prevenirlo.

Sustancia	Contextos de consumo	Riesgos de consumo	Qué hábitos y/o acciones favorecen el consumo del SPA	Qué hábitos y/o acciones previenen el consumo del SPA	Propuestas, estrategias, mensajes
Alcohol					
Tabaco					
Marihuana					
Cocaína					
Basuco					
Inhalantes (pegante, popper, dick)					
Otras					

EN ÚLTIMAS

Al realizar una estrategia de prevención y mitigación del consumo de SPA es primordial tener en cuenta a la comunidad sobre la cual se desea incidir y mantener una buena relación con ésta. Así la estrategia podrá **responder a las necesidades específicas de la comunidad** y las actividades elegidas serán más apropiadas y útiles. Para ello existen varias herramientas como las estrategias de comunicación, la ocupación del tiempo libre y las redes de apoyo.

BÓTELE CORRIENTE

Para un concepto como el riesgo, la prevención y la mitigación, es ilustrativo mostrar a los asistentes que **otras actividades que se realizan de manera cotidiana conllevan riesgos y son susceptibles de prevención y/o mitigación** como las relaciones sexuales o manejar un automóvil. Es importante señalar que hay unas de esas actividades que se llevan a cabo por necesidad: el automóvil lo conduzco porque tengo que desplazarme; hay otras que se llevan a cabo por placer como las relaciones sexuales, el juego, el consumo, etc. Pero **en ambos casos se pueden reducir riesgos y tomar decisiones responsables** que no implican necesariamente no hacer las actividades. Esto ayuda a des-estigmatizar el tema del consumo de SPA.

UNIDAD 4 ¿Cómo compartir esta experiencia?

Uno de los retos para ustedes como líderes formadores de pares para la prevención y mitigación del consumo de SPA, es lograr pasar de la fase en que comprenden los conceptos a la fase en la que aprenden a enseñar y más adelante a multiplicar. Es de vital importancia que ustedes reflexionen sobre sus propias prácticas e intervenciones y que generen una cultura de la evaluación que les permita medir el impacto de las acciones, redireccionarlas y definir estrategias futuras.

Batería de herramientas pedagógicas

Herramientas pedagógicas

Para la comprensión conceptual del tema de prevención y mitigación y la multiplicación de ese conocimiento a otros jóvenes.

Justificación

Estas herramientas permiten no sólo enseñar sino hacer un seguimiento de los contenidos para establecer si existe apropiación de ellos.

Pasos para enseñar y poner ejercicios

Comprenden: Indagación de preconceptos, socialización, asociación de conceptos, reflexión de la asociación de conceptos y cruce con definiciones teóricas.

¡Podemos pensar otros enfoques!

Esta publicación invita a explorar nuevas alternativas, acciones creativas originadas en los mismos jóvenes, para la prevención y mitigación del consumo de SPA.

*En las siguiente páginas encontraremos las herramientas pedagógicas necesarias para la formación de pares, **permitiendo generar ese paso de la comprensión conceptual de un tema a la facultad de poder enseñar a otros y multiplicar el conocimiento** utilizando metodologías de enseñanza propias. Es importante que tengamos en cuenta que si partimos de ejemplos cotidianos lograremos una mejor comprensión por parte de la comunidad y unos resultados fieles a las necesidades reales del contexto en el que apliquemos estas herramientas.*

Herramientas pedagógicas

BÓTELE CORRIENTE

Recuerden tener en cuenta que: poner muchos ejemplos de la vida cotidiana, explicar cada palabra varias veces, insistir en las diferencias que hay entre **prevención** y **mitigación** y **reducción de riesgos** y **reducción de daños** permitirá una mejor comprensión y acercamiento al tema.

Justificación

Las herramientas pedagógicas para formar a otros jóvenes deben ir acompañadas de una batería o serie de herramientas y guías que permitan no sólo comprender el tema, sino poderlo enseñar. Es un paso esencial en la metodología de formación de pares, porque el proceso de apropiación del conocimiento y las competencias se dan en distintos niveles:

NIVEL 1

Proceso de compresión de las temáticas a enseñar.

NIVEL 2

Apropiación de **maneras de enseñar** a través de descripciones detalladas y ejercicios pedagógicos con objetivos claros.

NIVEL 3

¡Enseñar! El aprendiz adquiere una serie de herramientas pedagógicas que le permiten enseñar contenidos.

Este tipo de herramientas permiten hacer un seguimiento de los contenidos enseñados y establecer si existe apropiación de éstos por parte de los y las jóvenes líderes. A partir de las prácticas pedagógicas aplicadas, se puede construir un material de referencia básica para que los y las jóvenes emprendan la construcción de sus propias herramientas pedagógicas que puedan implementar en sus módulos de formación a sus pares.

Pasos para enseñar y poner ejercicios

Indagación de preconceptos: se hace generalmente a través de preguntas a los asistentes con respuesta escrita individual o en grupo.

Objetivo: visibilizar las nociones o pre-conceptos que se tienen de cada concepto a aprender, esto permite sacarlos más fácilmente de concepciones erróneas, des-estigmatizar otras y retomar aquellas que ya son utilizadas por el grupo de asistentes de manera correcta.

Socialización: cada asistente o un representante de cada grupo muestra a los demás las definiciones que le han dado a los conceptos. Esto puede hacerse a través de tarjetas que se pegan en diferentes tableros o solo escribiendo debajo de cada concepto las nociones lo asocian.

Objetivo: Permitir la discusión y la visibilización de la utilización errónea o sacada de contexto de ciertos conceptos.

Asociación de conceptos: se unifican los criterios de las intervenciones de los asistentes para cada concepto a través de un moderador que tome lo que se repite en cada concepto o lo que más se presenta.

Objetivo: Permitir tener una visión global de la utilización "cotidiana" y generalizada de los conceptos.

Reflexión de la asociación de conceptos: a través del moderador se cuestionan las definiciones dadas y se presentan otras alternativas posibles para las mismas: visibilizar lo que está por fuera de los enfoques tradicionales.

Objetivo: cuestionar las nociones y mostrar otras alternativas.

Cruce con definiciones teóricas: Comparación de preconceptos con definiciones teóricas. Presentando definiciones teóricas en Power Point (ppt) o en carteleras grandes. Ir traduciendo las palabras desconocidas incluidas en las definiciones.

Objetivo: Mostrar un paralelo entre lo técnico y lo cotidiano que les permita hacer el tránsito a los nuevos enfoques.

PÓNGALE MENTE

Para ilustrar algunos conceptos pueden pedir a los asistentes, en grupo o de manera individual elaborar una crónica o historia breve, de una semana cotidiana de un/una joven del barrio. Una vez hecho esto se socializan y se visibilizan, a través del tablero o de carteleras, los elementos de esa crónica que puedan ilustrar los conceptos a aprender. Por ejemplo: ocio, uso privado y público, niveles de consumo, prevención, etc.

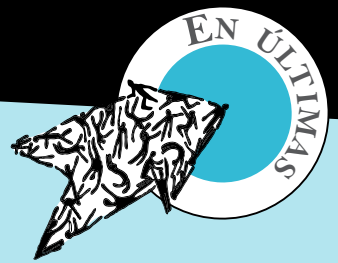
Sabemos que muchas de las estrategias y enfoques usados hasta ahora para prevenir y mitigar el consumo de SPA no han funcionado. Por eso ***estamos proponiendo que ustedes asuman otro enfoque, con nuevas alternativas, acciones creativas*** *y comprendiendo claramente la importancia de manejar de manera distinta los conceptos de mitigación y prevención a la hora de intervenir.*

¡Podemos pensar otros enfoques!

Se busca explorar otras alternativas para transmitir el mensaje preventivo y de mitigación, es decir, superar las charlas académicas, los testimonios de redención, las amenazas penales o sociales, los afiches estigmatizantes, el escarnio público, la negación y la prohibición sin argumentos que han fracasado. Esta información no sólo incluye a población vulnerable adolescente o joven, sino también a padres, familia, comunidad, instituciones públicas y privadas para que entiendan el fenómeno y lo aborden de una manera distinta.

Una característica importante de los nuevos enfoques en prevención es que las acciones se salen de los espacios formales como la escuela, el hospital y la junta de acción comunal, entre otros, donde generalmente la población es cautiva y busca las intervenciones en el lugar donde se encuentran los jóvenes, donde se divierten, donde frecuentan de manera informal. Se busca ajustar los mensajes a estos espacios e intervenir de manera discreta sin alterar drásticamente la cotidianidad.

Todas las actividades que aquí se describen se pueden conjugar y alternar, por ejemplo, realizar eventos culturales y recreativos y a la vez distribuir piezas comunicativas o hacer foros, debates, conferencias o talleres.



El primer paso en el proceso de formación de pares es la comprensión conceptual del tema de interés, el segundo paso es la apropiación del tema y de las formas de enseñarlo y por último adquirir la capacidad de multiplicar este conocimiento a otros que puedan continuar con el proceso. **Es muy importante implementar herramientas de evaluación y seguimiento** ya que estas permitirán detectar dificultades en el proceso y corregirlas, asegurar la apropiación de los contenidos por parte de los formados y definir estrategias futuras.

Bibliografía

- Becoña, Elisandro. Bases teóricas que sustentan los programas de prevención de drogas. Universidad Santiago de Compostela. Plan Nacional sobre Drogas. España, 1999.

- Comisión Nacional de Reducción de la Demanda de Drogas. Plan Nacional de Reducción del Consumo de Drogas 2009 – 2010. Bogotá, 2008

- Energy Control. Bases teóricas y metodológicas. 2006.

- Franey, C. (1998b). Drugs: Definition, Classification and Functional Uses, U1. Imperial College of Science, Technology and Medicine, University of London.

- Ministerio de Protección Social de Colombia. Dirección General de Salud Pública. *Política Nacional para la Reducción del Consumo de SPA y su Impacto*. Bogotá, 2007.

- Ministerio de Protección Social de Colombia. Dirección General de Salud Pública. *Hacia un Modelo de inclusión social para personas consumidoras de sustancias psicoactivas*. Estudio Nacional de Consumo de Sustancias Psicoactivas en Colombia. Bogotá, 2008.

- Observatorio Vasco de Drogodependencia (OVD). *Drogas ilícitas, vida recreativa y gestión de riesgos*. Estudio-diagnóstico de necesidades de intervención en prevención de riesgos en ámbitos lúdico-festivos de la CAPV. 2003.

- Escohotado, Antonio, *Historia general de las drogas*, Editorial Espasa-Calpe. Madrid, 1998.

- Revista Visionarios. Maestría en Cultura y Droga, Universidad de Caldas, 2007

- Polanía, Graciela, *Jóvenes, ocio y consumo de sustancias psicoactivas*. Trabajo de Grado, Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, 2008

- UNODC. *Buenas prácticas de prevención del consumos de sustancias psicoactivas con jóvenes en Suramérica*. "Un camino hacia las experiencias exitosas". UNODC- Fundación Mentor. 2006.

La prevención y la mitigación en manos de los y las jóvenes

Este módulo está orientado a la ejecución de estrategias de prevención y mitigación del uso de SPA por parte de grupos de jóvenes. Su construcción intenta ser una respuesta a las demandas de las nuevas generaciones en el tema, razón por la cual este material contó con la participación de grupos de líderes juveniles del país en su construcción, formulación, validación y producción.

De esta forma los beneficiarios y aliados principales para la ejecución de este módulo han sido los jóvenes líderes de organizaciones juveniles, pues la "formación a través de pares" es el pilar fundamental de esta herramienta pedagógica, aprovechando la proximidad entre quien posee la información y a quien se le va a transmitir, para hacerlo de una manera más eficaz.

Es importante y necesario que la multiplicación de este módulo y la puesta en marcha de la estrategia de prevención y mitigación se trabaje en conjunto con la institucionalidad local. Para mayor información, intercambio de experiencias, solicitudes de asesorías y acompañamientos institucionales se puede visitar el sitio ***www.spacio.gov.co***

Otros sitios que contienen información muy útil son:
www.minsalud.gov.co
www.onsm.gov.co
www.descentralizadrogas.gov.co

Linea Nacional de Atención y Orientación en Drogas y Salud Mental
01 8000 113 113
Chat: www.unaopcionenlinea.gov.co