infonova

> drogodependencia, juventud y educación



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DROGAS

04 ESTÁ PASANDO 06 A FONDO La información sobre drogas en el siglo XXI 11 OBSERVATORIO DIANOVA Periodismo y drogas 13 DIANOVA EN ESPAÑA Dianova obtiene el Certificado de Entidad Familiarmente Responsable 15 LA RED DIANOVA Dianova Italia presenta un manual sobre drogas





sumario

Editorial		03		
04	Está p	pasando		
A fondo: La información sobr	re drogas en el siglo XXI	06		
09	Entrevista a Alejano	Entrevista a Alejandro Perales		
Observatorio Dianova		11		
13	Diano	va España		
Red Dianova		<u> </u>		
16	Ter	rcer sector		
Noticias		17		
18	Reco	mendados		



"Las palabras crean la realidad, si cambiamos nuestras conversaciones, crearemos un mundo distinto."

Humberto Maturana

Los momentos actuales se caracterizan por los cambios, rápidos y vertiginosos, especialmente en materia de comunicación e información social, gracias a los continuos avances tecnológicos. De modo que los medios de comunicación de masas tienen una importante capacidad de influencia en la manera de ver y conocer la realidad, en nuestras actitudes y comportamientos, ejerciendo un papel clave en lo que concierne a los hábitos y consumos de drogas.

En el caso de los menores, uno de los grupos más vulnerables de todo el conjunto social, existen estudios que señalan que los medios de comunicación audiovisuales pueden influir en su educación, tanto o más que la escuela o la familia, ya que no debe olvidarse que en España, por ejemplo, los menores pasan una media de tres horas diarias frente al televisor.

Es indudable el rol educador que los comunicadores y medios sociales ejercen en la sociedad y, muy sensiblemente en los menores y su permeable proceso evolutivo. Por lo que la labor que desarrollan debe hacerse desde la responsabilidad y el compromiso en valores, lo que supone un auténtico desafío social por la fuerza socializadora que posee.

Los medios de comunicación, para contribuir a su responsabilidad socializadora compartida con el resto de actores educativos de la sociedad, deben aumentar sus relaciones con los diversos sectores y agentes sociales, y entre ellos, con el movimiento asociativo ciudadano, es decir, el tercer sector.

Dirección Dianova

estápasando





¿SABÍA USTED QUE...?

- Casi el 20% de los/as europeos/as se encuentra en riesgo de exclusión social. En la Unión Europea, se considera personas en situación o riesgo de pobreza y exclusión social aquéllas que viven con bajos ingresos (con menos del 60% de la mediana del ingreso medio de cada país).
- Según la Red Europea frente a la Pobreza y la Exclusión (EAPN), 10.665.615 de personas en España, un 23.4% de la población, está en situación de pobreza o en riesgo de exclusión social.
- El PIB por persona en moneda constante creció entre 1993 y 2004 en un 28%; en este mismo periodo, el gasto en protección social por persona pasó del 22,8% al 20,8%, siendo España el país de la UE en el que menos ha crecido el gasto en protección social.
- La cifra española (que incluye las pensiones, un 45% del gasto) supone 4.186 euros por persona año, lejos de los 6.926 euros de media de la UE-15, lo que supone ser el país con menor gasto (empatado con Portugal con 4.100 euros).
- Según el Instituto Nacional de Estadística, entre los años 1994 y 2007 España vivió uno de los períodos de mayor crecimiento económico sostenido, con tasas de incremento del Producto Interior Bruto (PIB) anual medio superior al 3%.

- En 2007, el 10% de la población española concentraba el 26.6% del total de la riqueza del país mientras que el 10% de la población más pobre sólo poseía el 2.6% de la misma.
- En 2006 se encontraba en pobreza extrema entre el 2,6% y el 3,9% de los/as españoles/as; en 2010, según la última encuesta FOESSA, el 3,1% de la población.
- El número de hogares con todos los miembros en desempleo es de 1.308.000 y continúa al alza.
- 500.000 personas en España han agotado todos los sistemas de ayuda.
- España es uno de los países UE con más temporalidad en el empleo, un 24,9% en el segundo trimestre de 2010, muy lejos del 13,2% de media en el conjunto de la Unión.
- La proporción de españoles/as con muy poca formación educativa (estudios primarios y secundarios de primera etapa) es del 49%, muy superior al 29% en la OCDE.
- La tasa de pobreza de las personas con educación primaria o inferior es del 29,3% mientras que la de personas en exclusión con educación superior es del 8,2%.
- El porcentaje del PIB invertido en educación representa un 4,25% en España, mientras que la media europea es del 5,3%.

http://fundacionatenea.org/?p=2187

UNAD cree que está en riesgo la actual red asistencial española en el ámbito de las drogas a causa de los recortes presupuestarios y de los retrasos en los pagos

La Unión de Asociaciones y Entidades de Atención al Drogodependiente (UNAD), que agrupa a 255 ONG de todo el Estado, considera que la red asistencial española en el ámbito de las drogas está en serio riesgo de desaparición a causa de los retrasos en los pagos por parte de las administraciones públicas y a causa de los recortes ya efectivos.

UNAD tiene contabilizada una deuda de más de 10 millones de euros por parte de las administraciones públicas. Alrededor de 35.000 personas han dejado ya de ser atendidas en diferentes programas, a la vez que se han perdido 200 puestos de trabajo y se han cerrado más de 60 programas.

El presidente de UNAD hizo un llamamiento a los partidos políticos y a las administraciones públicas para evitar un retroceso de una década en uno de los principales problemas de salud pública del país, recordando que España se incorporó tarde a los programas asistenciales y de prevención, y que eso provocó muchas muertes y mucho sufrimiento evitable.

Después, gracias al esfuerzo conjunto entre las ONG y las administraciones públicas hemos llegado a ser un país de vanguardia en este tema, sin listas de espera en los programas asistenciales, con un amplísimo abanico de programas que dan cobertura a la mayor parte de la población con problemas de adicciones. "Todo eso es lo que ahora está en peligro, y no se trata de una amenaza de futuro, es algo que ya está ocurriendo", según Luciano Poyato.

España está a la cabeza del consumo de drogas en varios apartados, según todas la estadísticas, y los recortes también va a afectar a los fondos para programas preventivos, lo puede suponer un riesgo a medio y largo plazo, en opinión de UNAD.

Javier Martín

Director de Comunicación de UNAD







Begoña del Pueyo

Periodista, responsable del espacio "Padres sin complejos" en el Programa Protagonistas de Punto Radio. Es Cruz al Mérito del Plan Nacional sobre Drogas y ha sido distinguida por su trayectoria informativa por la RIOD y por la Federació de Drogodependències de Catalunya.

La información sobre drogas en el siglo XXI

Las redes sociales están rompiendo el monopolio de la prensa en la gestión de la información, no obstante, sigue siendo muy importante la implicación de los medios "para fomentar actitudes y transmitir conocimientos en materia de drogas", tal como proponía la ONU en 1973. Ante esta responsabilidad, Naciones Unidas también advertía a los periodistas que "una información transmitida inadecuadamente puede llegar a propagar el uso de las drogas".

INFORMAR SIN ALARMAR

Es el mayor reto al que se enfrenta un periodista, pero también los terapeutas, psicólogos, sociólogos y el resto de los profesionales que trabajan en prevención y que, en definitiva, son quienes tienen que suministrar esa información a los medios de comunicación. Por eso, en estos mensajes conviene tener en cuenta que:

- Cuanto más se demoniza un comportamiento menos oportunidades existen de reconocerlo en uno mismo.
- No todos los chicos y chicas consumen. La FAD en su documento "Problemas de drogas aquí y ahora" 1 advierte que crear un estado de opinión sobre un elevado consumo de sustancias convierte el uso de drogas prácticamente en una profecía autocumplida. Si estamos convencidos de que todos los jóvenes consumen, éstos harán suya la idea y tomarán drogas para sentirse integrados en el grupo.



- Ya no podemos hablar de consumo cero, porque las drogas han venido para instalarse y debemos aprender a convivir con ellas. El gran reto a transmitir es que eso no significa aceptar que nuestros jóvenes se sirvan de las drogas como recurso para el ocio.
- De los consumos experimentales que hacen los jóvenes, entre un 10-15% desarrollan una adicción. El resto cuenta con mecanismos de protección que lo evitan. Si podemos explicarles a padres y educadores, que ellos pueden intervenir para evitar la dependencia, más efectiva será la tarea de prevención. Evitaremos la resignación de algunos padres que, ante la evidencia de que las drogas están en todas partes, proyectan su responsabilidad en los organismos públicos y en los profesionales.
- · Se ha eludido muchas veces la relación entre los consumos, el narcotráfico y el medio ambiente. No criminalizar al adicto no está reñido con el planteamiento integral de esta compleja realidad. Por poner un ejemplo, en 2009 por primera vez, la secretaria de estado norteamericana, Hillary Clinton, pidió públicamente perdón en México al reconocer que la elevada criminalidad en ese país no sería posible sin la demanda de cocaína en las calles de Nueva York.
- Esa misma raya que, limpiamente, se hace un joven en una discoteca de cualquiera de nuestras ciudades tiene un coste medioambiental irreversible. Por cada hectárea de hoja de coca cultivada se vierten más de 2.500 litros de sustancias químicas letales en los ríos y las especies animales y vegetales.

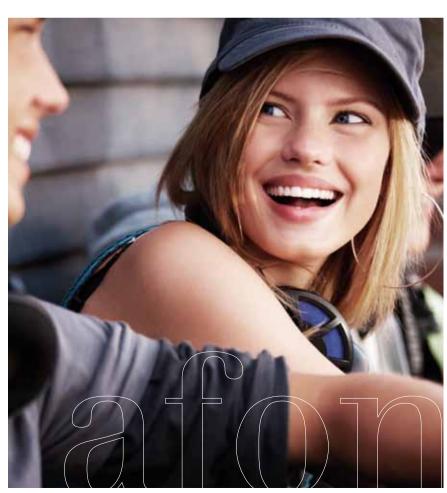
HABLAMOS DE JÓVENES SIN LOS JÓVENES

Abundan los estudios y las opiniones profesionales sobre los jóvenes en los medios de comunicación, pero su presencia es residual. Así lo revela un estudio del Consell de l'Audiovisual de Catalunya: Apenas representan el 3,9% del tiempo de palabra. En la mayoría de las informaciones aparecen en los informativos como problema o víctima y el paternalismo con el que se tratan estas noticias refuerza el estereotipo sobre los jóvenes.

"Lo que no aparece en los medios, es como si no existiera"

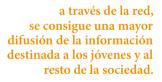






¹ en: Resumen del documento "La visión de la FAD. Problemas de drogas, aquí y ahora".







LAS REDES SOCIALES SON UNA AMENAZA Y UNA OPORTUNIDAD

Internet puede convertirse en un paraíso de las drogas, si tenemos en cuenta que hay más de 170 páginas webs relacionadas con la venta de sustancias ilegales o amparadas en la alegalidad, como denunciaba recientemente la organización Energy Control².

Pero también a través de la red, se consigue una mayor difusión de la información destinada a los jóvenes y al resto de la sociedad. Sobre todo, no podemos perder la oportunidad de servirnos de redes sociales como Facebook o Twitter para conocer el modo de pensar y actuar de nuestros jóvenes, ya que en la red se expresan espontáneamente.

Los guionistas de teleseries saben que no pueden desestimar ese potencial y están atentos a sus comentarios después de cada emisión. Un fenómeno que puede influir en los roles que a partir de ahora puedan jugar los jóvenes en la ficción.

INFORMAR SIEMPRE VALE LA PENA

Visibilizar, concienciar, pero también denunciar situaciones injustas cuando las administraciones no cumplen su función, son pilarse de la información sobre drogas. En la medida en que se formen periodistas especializados habrá una mayor garantía de veracidad, aunque siendo realistas, la actual situación de crisis no es la más propicia para la especialización.

Por eso hay que valorar el esfuerzo que hacen las organizaciones que mejor conocen la problemática de las drogas al colaborar con la prensa con materiales como el que recientemente ha editado la ONG Proyecto Hombre³.

En definitiva, cuanto más estrecha sea la colaboración entre los profesionales que trabajan en drogodependencias y los periodistas encargados de transmitir esas informaciones, mayor garantía tendremos de que este fenómeno no se convierta en uno de tantos problemas invisibles para la sociedad.

 $^{^2} http://energy control.org/noticias/445-informe-legal-highs-espana.html.\\$

³¿Cómo mejorar la información sobre drogas y otras adicciones?" http://www.proyectohombre.es/images/guia-estilo-ph.pdf





No hay que renunciar a la potencialidad de las redes sociales"

Alejandro Perales es presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), Director General de la empresa Impacto, Análisis de Imagen y Comunicación y profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación I de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Dedicado a la investigación en el campo de la comunicación, lleva más de treinta años estudiando el tratamiento que los medios dan al problema de la drogadicción. Entre sus trabajos pueden mencionarse "La imagen de la Droga en la Prensa española", "Noche, Jóvenes y alcohol", "Seguimiento de la publicidad de bebidas alcohólicas y de su tratamiento legal", "El consumo de drogas en las series juveniles de televisión" o el libro "¿Y si mi Hijo se droga?", escrito en colaboración con Begoña del Pueyo.

09/ infonova



La horizontalidad del discurso en las RRSS le confiere una gran credibilidad y complicidad en las comunidades en las que circulan los mensajes, y es muy difícil penetrar en esos espacios con discursos oficialistas o impostados, porque son rápidamente identificados y rechazados por los jóvenes.

¿Cómo valora la situación actual de la información sobre drogas en nuestro país?

Yo creo que básicamente los aspectos jurídico-punitivos siguen suponiendo el mayor volumen de información. El narcotráfico acapara muchos titulares, junto con todos sus efectos colaterales (violencia, corrupción, relaciones con el terrorismo, actuaciones policiales en la incautación de alijos). En ocasiones estas informaciones se ven ampliadas con el debate sobre la legalización de las drogas.

Un segundo aspecto que despierta el interés mediático son los problemas legales de las celebrities de EEUU por posesión de drogas. En estos casos las informaciones inciden en los problemas familiares, ofreciendo así una dimensión "humana" que no se centra tanto en "la droga" como en el "drogadicto".

En las informaciones sobre la cultura juvenil, que suelen tener reportajes periódicos sobre nuevos fenómenos o nuevas sustancias, no hay muchas diferencias en cuanto al tratamiento con lo publicado sobre el botellón, la "ruta del bacalao", etc.

En términos generales, la información sobre drogas (como discurso vertical) hace especial hincapié en sus aspectos anómicos, frente al carácter más normalizador con el que se trata en los discursos aparentemente horizontales (en la ficción televisiva, en el cine y en las redes sociales)

¿La publicidad, en estos momentos está suficientemente reglamentada con respecto al consumo de alcohol?

El principal problema de la legislación en materia de publicidad de alcohol es que no contamos en España con una norma de carácter estatal que regule la promoción, venta o suministro de alcohol, más allá de las prohibiciones recogidas en la Ley General de Publicidad (LGP) y en la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).

La aplicación de las normas y los propios criterios normativos, cambian, pues, dependiendo de la Comunidad Autónoma. A pesar de que la LGP prohíbe la publicidad en aquellos lugares en los que está prohibida la venta y el consumo, y hay sentencias que lo ratifican, es común ver vallas publicitando bebidas alcohólicas en Madrid o Barcelona.

En las reuniones con guionistas se comprometen a fomentar valores en sus películas o series. ¿En la práctica resulta complicado buscar ejemplos de jóvenes en positivo?

Creo que la principal consecuencia de la ficción desde el punto de vista de sus efectos es la normalización de hábitos, valores y estilos de vida. En ocasiones, los debates con guionistas o realizadores se convierten en diálogos imposibles, porque unos piden contenidos políticamente correctos y los otros apelan al realismo y a la libertad de expresión.

Creo que la clave muchas veces no está en lo que se muestra, sino en lo que no se muestra: en su afán por mostrar lo interesante, lo impactante, lo más denso desde el punto de vista emocional o vital, las series o las películas acaban ofreciendo una visión no falsa, pero sí distorsionada de la realidad, que no se ve compensada con otros modelos, otras actitudes que no sólo son positivas, sino también mayoritarias.

¿Qué papel están cumpliendo las redes sociales en la transmisión de valores (positivos y negativos) entre los jóvenes?

Un papel fundamental, y efectivamente, tanto positivo como negativo. La horizontalidad del discurso en las RRSS le confiere una gran credibilidad y complicidad en las comunidades en las que circulan los mensajes, y es muy difícil penetrar en esos espacios con discursos oficialistas o impostados, porque son rápidamente identificados y rechazados por los jóvenes.

Pero no puede renunciarse a la potencialidad, la interactividad, la viralidad y la eficacia de las redes sociales a la hora de ofrecer un discurso de autocuidado en el ámbito de la drogadicción, que es al final el más deseable. Hacen falta campañas, pero sobre todo hacen falta community managers que lo hagan realidad.

Periodismo y drogas

Después de una intensa y exhaustiva investigación en internet, hemos seleccionado cuatro ejemplos de manuales, guías y códigos de buenas prácticas publicados en los últimos años, por una organización periodística como es la BBC, una ONG como es el caso de Proyecto Hombre y dos órganos del gobierno: el Plan Nacional sobre Drogas y la Junta de Castilla-León.

En los párrafos seleccionados de cada una de estas publicaciones encontraréis, además del link, una idea del estilo y de las prioridades que se plantean, porque están dirigidas sobre todo a periodistas, a productores de noticias y a reporteros. Todas tienen diferencias en cuanto a los temas que cubren y a cómo los estructuran, lo que hace que las cuatro sean muy valiosas e interesantes.

"La precisión, la imparcialidad y la transparencia son las bases de todo el periodismo de la BBC, independientemente del medio que utilicemos para llegar a nuestro público." Nigel Chapman, director del Servicio Mundial de la BBC.

La BBC prohíbe expresamente a sus periodistas y productores hacer apología de cualquier actividad delictiva; sin embargo, la actitud hacia el uso de drogas ilegales varía mucho de país a país y de sociedad a sociedad.

En ese marco, como medio informativo internacional de radio, televisión e internet, la BBC recomienda que se tenga en cuenta la protección de los menores de edad involucrados, el anonimato de los usuarios y la forma en la que se muestra el mundo de la droga. Al tratar el tema, probablemente sea necesario explicar el contexto legal y social específico para que el público pueda tener una comprensión total a lo largo de la cobertura.

Al igual que con todos los temas periodísticos, con las drogas también hay que informar de manera que el público no sólo obtenga los detalles de los acontecimientos, sino que comprenda el debate en torno al tema para que se puedan formar su propio punto de vista al respecto. Los periodistas y productores de la BBC deben tener presente que presenciar actos de consumo o venta de drogas ilegales los convierte en testigos –e incluso cómplices- de un delito. Esta situación puede plantear dudas sobre la relación del profesional de los medios y la delincuencia, por lo cual debe consultarse primero con el jefe de

información correspondiente y con los abogados de la organización.

En estos casos, el periodista no debe "encargar", agravar o alentar un delito; si presencia una actividad ilegal, no debe participar de ella; si ofrece confidencialidad a sus fuentes, debe protegerla; y su labor no debe obstruir a la justicia. Además, en casos de crímenes graves debe cooperar con las autoridades, aunque no está legalmente obligado a hacerlo; y debe consultar con los abogados de la BBC sobre el uso de todo material periodístico que pueda afectar el resultado de un proceso penal.



http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/journalism/



observatoriodianova



¿CÓMO MEJORAR LA INFORMACIÓN SOBRE DROGAS Y OTRAS ADICCIONES?

Esta guía ha sido publicada por Proyecto Hombre, una ONG española con veinticinco años de experiencia en la prevención, tratamiento y rehabilitación de las drogas y otras adicciones.

"Proyecto Hombre presenta esta Guía de Estilo con la finalidad de que los profesionales se informen adecuadamente y tomen conciencia del problema de adicciones, de la importancia que tiene transmitir a la ciudadanía una correcta visión sobre el mismo, sus circunstancias, evolución y factores que los provocan, tratando de corregir conceptos incorrectos, promoviendo la utilización de la terminología adecuada y estudiando los mensajes subliminales que frecuentemente se emiten a través de la información."

Al final, hay un listado de uso de términos, de imágenes y de contacto con personas afectadas por adicciones. http://www.proyectohombre.es/images/guia-estilo-ph.pdf

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL TRATAMIENTO INFORMATIVO EN MATERIA DE DROGODEPENDENCIAS -JUNTA DE CASTILLA LEÓN - 2009

Los profesionales de los medios de comunicación necesitan disponer de un conjunto de recomendaciones que, respetando la neutralidad, imparcialidad y libertad de expresión y opinión, les permita dotarse de un código de buenas prácticas que sirva para autorregular su ejercicio profesional para abordar un tema tan complejo como el de las drogodependencias. Para descargar la Guía: http://www.unad.org/upload/46/59/Codigo_2_





ACTUAR ES POSIBLE. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DROGODEPENDENCIAS

Este manual publicado en el año 2000 por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas fue elaborado por varios especialistas como Isabel M. Martínez Higueras, psicóloga del Centro de Estudios sobre Promoción de la Salud, Begoña del Pueyo, periodista coordinadora del espacio "Todos contra la Droga" del programa PROTAGONISTAS en Onda Rambla, y Miguel Angel Nieto González, periodista de la Agencia EFE.

"No pretendemos enseñar nada a nadie, sino facilitar la labor de los periodistas en su labor diaria, en un tema tan complejo y en aspectos tan diferentes como los estereotipos, ideas preconcebidas, marcos legales, evolución de programas, rehabilitación de drogodependientes, etc." Gonzalo Robles Orozco - Delegado del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas. http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/medios.pdf

Dianova obtiene el Certificado de Entidad Familiarmente Responsable



La certificación efr, concedida por la Fundación +Familia, reconoce el compromiso de **Dianova** con la conciliación, la igualdad de oportunidades y la gestión de la diversidad, así como su apuesta por la mejora continua en estos aspectos.

Dianova es la primera ONG que obtiene el certificado efr, lo que significa que ha logrado crear un entorno laboral gratificante basado en la eficiencia y la dedicación, potenciando el compromiso de todas las personas para ser un elemento de valor dentro de la organización.

La Fundación +Familia otorga esta certificación después de realizar una auditoría interna y una auditoría externa –llevada a cabo por DNV– sobre la política y los procesos de Recursos Humanos de acuerdo con los criterios que establece su normativa modelo efr 1000-1. También se valoran las políticas e iniciativas encaminadas al apoyo profesional a los empleados, la familia, la calidad en el trabajo, la flexibilidad laboral y la ayuda a la integración e igualdad de oportunidades.

Según Rosario Jiménez Parras, Directora de Personas, "Para los próximos tres años, **Dianova** se ha

fijado unos objetivos a cumplir a través del desarrollo de acciones que se centran en la formación del personal directivo, en la implantación de nuevas medidas y en la mejora de la comunicación de las medidas de conciliación existentes".

Con el certificado efr **Dianova** renueva su compromiso a largo plazo con la política de conciliación e igualdad de oportunidades y asegura un proceso de mejora continua, ya que la acreditación tiene una vigencia de tres años, al final de los cuales será necesario realizar una nueva auditoría para su renovación.

Según la Fundación +Familia, la organización que posee la marca efr "es un buen empleador, un excelente sitio para trabajar, una organización equilibrada, flexible y respetuosa con la vida privada de sus colaboradores, una empresa familiarmente responsable".

La Fundación +Familia es una entidad privada, sin ánimo de lucro, aconfesional e independiente del poder político, que trata de promocionar, defender y proteger las familias, en especial a aquellas que tienen personas dependientes.



Dianova es la primera ONG que obtiene el certificado efr







Servicio de Orientación, Atención y Mediación para Adolescentes, Jóvenes y Familias (Inicia)







BBK ha donado 10.000€ para subvencionar este programa que se desarrolla actualmente en la ciudad de Madrid.

En este proyecto se contempla una intervención, que, además de atender las situaciones complicadas a las que se enfrentan jóvenes y familias de manera personalizada, desarrolla acciones pedagógicas formales e informales, en el campo de la educación emocional y social.

La intervención se refleja en las siguientes acciones:

- Servicio de acogida y orientación individual y familiar y para otros agentes educativos
- Servicio de mediación y terapia individual, familiar y grupal

- Acciones formativas destinadas a usuarios del proyecto y profesionales relacionados con el objeto de intervención
- Servicio de acciones grupales de desarrollo personal (educación experiencial)
- Gestión y difusión del conocimiento

El objetivo del programa INICIA es facilitar el acceso al bienestar emocional y relacional de adolescentes, jóvenes y familias, así como participar en la creación e implantación de herramientas de educación emocional y relacional para la población en general, entendiendo que la mejora de las condiciones de vida de las personas (en su aspecto emocional y relacional) es un potente instrumento de transformación social y un verdadero motor de cambio de la realidad.

Dianova Italia presenta un manual sobre drogas

Este manual publicado por Dianova Italia con el título "No traspasemos la línea amarilla" sobre el tema de las drogas, quiere ser un instrumento de prevención y de información, porque el conocimiento es imprescindible para que, tanto los adolescentes y los jóvenes como los adultos, comprendan mejor el fenómeno complejo y siempre cambiante de las adicciones.

Se fundamenta en los años de experiencia de la asociación, así como en la en la de los profesionales que se dedican a la prevención y al tratamiento de las dependencias de drogas naturales y sintéticas, y también de sustancias lícitas como el alcohol y las drogas psicoactivas.

Estructurado en varias secciones, la primera parte es una descripción sobre las drogas y sobre otras sustancias que pueden causar adicción y daños al organismo, así como las consecuencias médicas y legales del uso de sustancias ilícitas. La segunda contiene las historias y los testimonios de quienes han sufrido el problema de la adicción, así como el de sus familiares, que los han sostenido en el camino de la rehabilitación, hasta lograr la autonomía. En la tercera parte, encontramos los conceptos educativos básicos que debe conocer y tener en cuenta quien participe en la formación y el desarrollo de la juventud. Por último, en un apéndice se da una visión general de los servicios sociales y de salud a

El libro está disponible en la página web de Dianova Italia a un precio de 15 € (tasas postales de 6 €), y su venta ayuda a financiar los proyectos y las actividades de la asociación.

tratamiento.

"

"Este manual quiere ser un instrumento de prevención y de información"



http://www.dianova.it/11.php?Sez=11&SotSez=0&Doc=790







El 'vídeo curriculum' de un joven con discapacidad logra 100.000 visitas en cuatro días en Youtube

Se trata de un viral que forma parte de la última campaña de sensibilización de Fundación ONCE y FSC Inserta, su entidad de inserción laboral, y que ha sido cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

En primer plano aparece un joven con síndrome de down, quien dirigiéndose al espectador con un tono franco y directo, dice:

"Hola, mi nombre es Luis Castro Martín y estoy buscando trabajo. Señor empresario, sé que la responsabilidad social o hacer un mundo mejor son algunas de las razones por las que puedes contratarme, pero en realidad tú y yo sabemos cuál es la principal razón: Por una subvención de 3.900 euros y una deducción de 6.000 euros en el impuesto de sociedades y una bonificación de 5.000 euros en la seguridad social".

Luis continua su monólogo señalando que a pesar de estos motivos, a él no le importa porque quiere un trabajo: "si me contratas voy a tener la oportunidad de demostrarte que voy a hacer el trabajo igual que cualquier otra persona, que voy a tener más ganas que nadie y que le voy a dar un aire nuevo a tu empresa. Si más empresarios hacen lo que tú, entre todos vamos a hacer un mundo mejor".

Un muy buen spot que da una vuelta de tuerca al tema de la contratación de las personas con discapacidad, porque las razones, tanto del trabajador como del empresario, incluyen y superan el tema económico, gracias a la intención final: hacer solidariamente un mundo mejor.

Un ejemplo reciente de periodismo responsable

Hemos escogido el programa La locura de las drogas que se emitió por RTVE en "http://www.rtve.es/documentostv" **Documentos** TV el domingo 22 de enero de 2012 a las 22:00.

El consumo de drogas en las últimas décadas ha dejado tras de sí verdaderos estragos en materia de salud mental. A día de hoy, seis de cada diez drogodependientes atendidos en la red de toxicomanías españolas padecen además, un trastorno mental. Miles de personas en España sufren una enfermedad que los especialistas han dado en llamar patología dual. Y éste es sólo el lado visible del problema, porque la mayoría de los pacientes que la sufren no están diagnosticados.



Guillermo, uno de los protagonistas cuya historia se relata en el documental. http://www.rtve.es/television/components/noticia/popup/3/2/2/0/foto490223 1296642.shtml

Pacientes 'de puerta giratoria'

La locura de las drogas ha entrado en tres centros donde se trata la patología dual, para mostrar la cara más oculta y dramática de estos enfermos. Hablan en primera persona de su lucha desesperada por no recaer, de su soledad, de sus intentos de suicidio, en definitiva de cómo entender lo que les pasa y ordenar sus vidas.

Son enfermos crónicos que entran y salen de los hospitales y de los centros de drogodependientes, sin encontrar muy bien su espacio; pacientes 'de puerta giratoria', tal y como los califican algunos especialistas.

Adolescencia y consumo de drogas



En el documental los expertos muestran su preocupación por descenso en la edad de inicio del consumo de sustancias tóxicas, que en España se establece en trece años. Las consecuencias que el cannabis, el alcohol y la cocaína traen consigo en plena adolescencia dañan el cerebro y el comportamiento humano, lo que derivará en un futuro no lejano en una enfermedad mental grave, como la esquizofrenia, un trastorno bipolar o una tendencia creciente al suicidio.

Cada vez hay más drogas y más consumidores

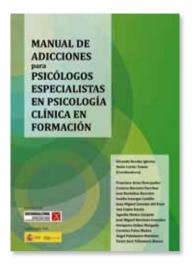


Los pacientes de patología dual son enfermos crónicos que entran y salen de los hospitales y de los centros de drogodependientes sin encontrar muy bien su espacio. En la imagen, Manolo, otro de los protagonistas de "La locura de las drogas" TVE http://www.rtve.es/television/components/noticia/popup/3/2/2/0/foto490223_1296641.shtml

http://www.rtve.es/television/20120117/documentos-locura-las-drogas/490223.shtml

A pesar de saber a ciencia cierta, que las posibilidades de padecer un trastorno mental si se consume droga son elevadísimas, cada vez hay más drogas y más consumidores. Doscientos cincuenta millones en todo el mundo, según un informe de Naciones Unidas.

recomendados



Manual de adicciones para psicólogos especialistas en psicología clínica en formación

El Manual de adicciones para psicólogos especialistas en psicología clínica en formación es una obra práctica y didáctica, basada en la realidad clínica cotidiana en adicciones, que apreciarán especialmente los psicólogos clínicos en formación y otros profesionales de la salud mental y de las adicciones interesados por estos temas.

Ha sido financiado por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad) y editado por Socidrogalcohol.

 $http://www.pnsd.mspsi.es/Categoria2/publica/pdf/ManualAdiccionesPires.pdf\\www.socidrogalcohol.org$

Hábitos de ocio y consumo en población universitaria menor de 30 años

La investigación **Hábitos de ocio y consumo en población universitaria menor de 30 años**, realizada por la Fundación Atenea con la financiación de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas demuestra la necesidad de desarrollar programas de prevención e información sobre el consumo de sustancias específicos en el ámbito universitario. http://fundacionatenea.org/http://fundacionatenea.org/wp-content/uploads/2011/04/H%C3%A1bitos-de-ocio-y-consumo-en-poblaci%C3%B3n-universitaria-menor-de-30-a%C3%B1os.pdf



Prevención del consumo de alcohol en el lugar de trabajo (2011)

La Unión General de Trabajadores edita esta publicación esperando que sirva a los trabajadores y trabajadoras, para informar, prevenir y, cuando sea el caso, consensuar en las empresas las medidas necesarias para afrontar una solución a los consumos de alcohol en los lugares de trabajo. http://www.pnsd.mspsi.es/Categoria2/publica/pdf/PrevConsAlcohol_laboral.pdf

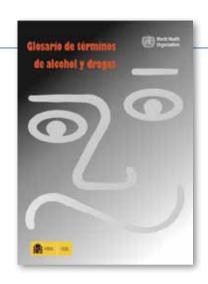


Glosario de términos de alcohol y drogas

El propósito de este glosario es ofrecer un conjunto de definiciones de términos sobre alcohol, tabaco y otras drogas que puedan ser útiles para clínicos, administradores, investigadores y otras personas interesadas en este campo.

Se definen las principales categorías diagnósticas y los conceptos claves en el uso habitual o científico y se tratan tanto los aspectos sociales como los de salud, relacionados con el uso de las drogas y los problemas asociados.

http://www.msc.es/alcoholJovenes/docs/terminosAlcohol2.pdf"http://www.msc.es/alcoholJovenes/docs/terminosAlcohol2.pdf





En la web

El objetivo de esta web es facilitar a las personas con discapacidad y a sus familias información sobre los diferentes recursos (servicios, centros, prestaciones y ayudas) disponibles en los diversos ámbitos de la vida.

Las distintas opciones de búsqueda permiten identificarlos, consultar sus contenidos, conocer los requisitos de acceso y obtener orientación sobre los procedimientos y trámites necesarios para beneficiarse de cada uno de estos recursos. "http://guiadis.discapnet.es/"

Edita:

Comunicación Corporativa Dianova

Consejo de Redacción:

Santos Cavero, Carmen Santos, Toni Tort, Myriam Gómez, Domingo Comas, Jesús Lacoste, Begoña del Pueyo, Pedro Roncal, Amando Vega,

Redacción:

Susana Lastra

Email:

comunicacion@dianova.es

Dirección de Arte:

ardidpermanyer.com



La crisis económica está afectando a todo el mundo de manera preocupante. La noticia positiva es que esta crisis sólo es económica y financiera. Y no ha afectado ni un gramo al espíritu solidario de la gente.

Muchas personas siguen colaborando con lo poco que pueden a los que luchan por tener una vida digna. Y eso merece un reconocimiento enorme. Por ello **Dianova** agradece a todos los que nos dan su apoyo y les alienta a seguir ayudándonos en nuestros proyectos y programas educativos, terapéuticos y de reinserción. Esta crisis está dejando clara la falta de medios. Pero también, y eso es lo mejor, está demostrándonos que muchas personas tienen fuertes principios.

	X	
/		

Sí, quiero hacerme socio de **Dianova** y contribuir con los proyectos que desarrolla a favor de personas con problemas de adicciones y adolescentes en riesgo de exclusión social

y adole:	scentes en rie	esgo de exclusi	ón social					
10 €	15€	20 €	€	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual	Única
DATOS PERSONALES MÉTODO DE PAGO								
Nombre y ape	ellidos			1) DOMIC	ILIACIÓN BANCA	ARIA		
	sólo para empr	resas)		2) TAD IE	TA DE ODÉDITO			
NIF/CIF (sólo	para empresas)		2) TARJE	TA DE CRÉDITO	Visa	Mastercard	AMEX
Dirección			C.P.	Nº de tarje	ta			
Población / P	rovincia			Fecha cadu	cidad	Mes	Año	
Teléfono fijo /	Móvil			Titular de la	cuenta o la tarje	eta	NIF	
Correo electro	ónico				,			
FAX				Firma			Fecha	
			rán a un fichero automatizado de Dianova Es ara uso administrativo, estadístico, envío de					
ación sobre las iniciativas	s de la asociación (inclus	sive promocional y comercia	al) así como para recabar fondos para los pr		JE BANCARIO AD	JUNTO		

macion sobre las inicialvas e la asociación inclusive promocional y comerciau así como para recadar iondos para los programas que desarrolla Dianova. Puedes ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición:

- Escribiendo una carta a Dianova España, C/Estrella Naos, 5, 28045 Madrid

- Llamando por teléfono al 902.11.22.34. Al cumplimentar y remitirnos este formulario, manifiestas tu consentimiento expreso
e inequívoco para que Dianova trate y comunique tus datos de la manera aquí descrita.

- Enviando un email a dianova@dianova.es

Al cumplimentar y remitirnos este formulario, manifiestas tu consentimiento expreso para que **Dianova** España trate y comunique tus datos a la manera aquí descrita.

No olvides rellenar tus datos bancarios