Comunicar para la prevención de adicciones en el ámbito laboral

La salud en el trabajo es uno de los desafíos más grandes y complejos de las organizaciones en la posmodernidad. En el caso de las adicciones es una de las enfermedades que más preocupan, por ser una dependencia o necesidad -física y emocional- hacia una sustancia, actividad o relación causada principalmente por la "satisfacción" que esta causa a la persona. Por tal motivo es importante conocer por qué la comunicación es una herramienta para la prevención de adicciones en el trabajo.

Definición de adicciones

Considerando que el estado de Salud es una "categoría biológica y social que está en unidad dialéctica con la enfermedad y expresa el nivel de desarrollo físico, mental y social del individuo y la colectividad en cada momento histórico del desarrollo de la sociedad". Dentro de esta concepción de la salud, definimos el problema de las adicciones como un problema de naturaleza multicausal que interfiere y distorsiona las condiciones necesarias para el mantenimiento y desarrollo de la salud. Por lo tanto es necesario aproximarnos al problema del uso inadecuado de alcohol y otras drogas con una mirada global capaz de entrar en las causas aplicando una política preventiva y compaginarlas con la defensa de los derechos que asisten a la persona afectada tanto de tratamiento como de normalización social y laboral.

En este sentido, comunicar e implementar estrategias preventivas es una perspectiva que aplica con el abordaje integrador de las adicciones desde la "multicausalidad". Es decir, no sólo dar respuesta a las personas que están en una situación de adicción, consumo y/o dependencia de sustancias y/o actividades; sino también prevenir a las personas que pueden ser vulnerables a estas situaciones

Estrategias preventivas

El término prevención significa “anticipar”, o sea que se trata de estrategias que apuntan, según los distintos niveles de prevención, a objetivos como: eliminar las adicciones; disminuir el consumo de drogas y reducir los daños asociados a esos consumos. Los programas preventivos deben ser establecidos según cada situación particular, teniendo en cuenta qué tipo de programa llevaremos a cabo (específico, inespecífico), a qué población van dirigidos (adolescentes, población general, etc.), en qué contexto de aplicación se va a realizar (escolar, familiar, comunitario) y en qué nivel de intervención según el riesgo (universales, selectivos o indicativos). No es conveniente imitar modelos preventivos de otros lugares, sino más bien debemos ser creativos y elaborar una estrategia propia a la medida de las necesidades particulares.

A través de estudios se comprobó que para producir cambios en el consumo, era necesario, promover en la persona una carga emocional y afectiva sobre las creencias para que estas puedan reestablecerse y modificar sus hábitos y conductas. Por lo tanto fomentaban los grupos de discusión, donde se buscaba un mayor involucramiento de las personas. Otras líneas de análisis, apuntaban al desarrollo de habilidades y comportamientos en los adolescentes con el fin de disminuir la vulnerabilidad en ellos. Aunque ninguna estrategia por sí sola garantiza un cambio deseado, vale pensar varias estrategias en un mismo programa, así como con cada uno de los actores involucrados.

La comunicación como herramienta preventiva

Las prácticas comunicativas son procesos invisibles de una complejidad que habitualmente no se suele registrar. Para sensibilizar y generar consciencia sobre las adicciones, es necesario adoptar conocimientos para gestionar la comunicación a través de campañas creativas que muestren la temática desde su atractivo. El foco debe estar en “cómo comunicar” el mensaje, y eso apunta a la creatividad necesaria para lograr entrar en las mentes y los corazones de las personas.

Aunque la creatividad se desprende de un proceso que logra las estrategias de comunicación; vale considerar algunos atributos que es importante transmitan los mensajes:
• Lograr llamar la atención;

• Ser adecuadamente entendido, y por tanto decodificado por los receptores;

• Resaltar lo que es importante y no lo que es obvio; • Contener una sola idea en mente y que sea clara usando palabras breves y frases cortas.

Conclusiones

A través de estudios y experiencias, se han sido identificado factores que diferencian a los que personas que padecen adicciones y las que no padecen. Los factores asociados con un potencial mayor para las adicciones y el consumo de drogas se llaman factores “riesgo”, mientras que los asociados con una reducción en la probabilidad de las adicciones y el uso de drogas se llaman factores de “protección”. Es el desafío, brindar conocimientos y herramientas para controlar los factores de riegos y potenciar el desarrollo de los factores de protección.
De esto modo, conociendo cada caso y aplicando las herramientas pertinentes es posible combatir las adicciones en el ámbito laboral, desde acciones y estrategias qua aborden nuevos paradigmas para la cultura preventiva.

Fuentes

- *FISO Kit LIBERTAD* - Ing. Mauricio Cattaneo
- *Manual de formación de formadores en prevención laboral en drogodependencia* - OIT