

Comunicar para prevenir: el papel del CEDOA en la Estrategia Nacional sobre Adicciones

La democracia moderna ya no es concebible sin un efectivo vínculo de comunicación entre las instituciones públicas y los ciudadanos. Manuel Castells, 2006.

La Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (DGPNSD), en su trayectoria histórica, siempre ha considerado la comunicación un aspecto clave de su actividad, ya que, junto con los contextos sociales y familiares, desempeña un papel fundamental en la construcción de representaciones sociales de la realidad.

Así, en el año 2000, como fruto del trabajo de un grupo de expertos, la DGPNSD publicó *Actuar es Posible: Medios de comunicación y drogodependencias*¹. En el año 2006, en el marco del Foro Sociedad ante las Drogas, se constituyó el grupo de trabajo *Los medios de comunicación social ante a las drogas, que elaboró la Guía de buenas prácticas para medios de comunicación y profesionales de la información*² como herramienta (decálogo) para ayudar a estos medios y profesionales a cumplir con su papel de mediadores ante la ciudadanía.

En 2009, la Estrategia Nacional sobre Drogas 2009-2016 consideró como un objetivo general promover una conciencia social sobre la importancia de los problemas, los daños y los costes personales y sociales relacionados con las drogas; sobre la posibilidad real de evitar-

los, y sobre la importancia de que la sociedad en su conjunto sea parte activa en su solución. Para ello, el Plan de Acción sobre Drogas 2013-2016, estableció en su acción número 3 la elaboración de un Plan de Comunicación del Plan Nacional sobre Drogas³.

En 2024, la Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024 establece, por primera vez, la comunicación como un área transversal⁴. Para ello, se establecen acciones de refuerzo en comunicación y gestión del conocimiento, dirigidas a potenciar el papel de la DGPNSD como centro de referencia con respecto a las adicciones.

Ciertamente, el estudio de las representaciones sociales es fundamental para afrontar estrategias adecuadas de abordaje del fenómeno de las adicciones, en la medida en que

¹ <http://www.pnsd.msc.es/Categoria2/publica/pdf/medios.pdf>

² <http://www.pnsd.msc.es/prensa/BuenasPracticas.htm>

³ Plan de Acción 2013-2016. Acción 3: Plan de Comunicación del PNSD: "Se elaborará un documento de consenso que proponga las prioridades en los mensajes, poblaciones diana y canales comunicativos para aumentar la percepción del riesgo relacionada con el consumo de drogas. Se diseñará y pondrá en marcha un plan de comunicación de las diferentes acciones del presente Plan de Acción para promover su visibilidad".

⁴ Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2018). La Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024



dichas representaciones forman parte constituyente del propio fenómeno. Pero, al igual que en el imaginario social, los valores culturales están instalados en políticas públicas, y las prevalen-

cias de consumo en gran parte dependen de la percepción social sobre el mismo. Así, ha quedado de manifiesto, por ejemplo, en las políticas desarrolladas contra la epidemia del tabaquismo. De hecho, las distintas configuraciones sociales que se van generando traen consigo modificaciones en las formas de consumo de drogas y de otras conductas de abuso.

Este hecho obliga a preguntarse no sólo por la realidad de las adicciones, sino también por la percepción social que existe sobre esta realidad, dado que toda iniciativa de persuasión pretende modificar percepciones sociales. En este sentido, los medios de comunicación influyen en la concepción social del problema, ya que forman parte del contexto social **que condiciona la existencia de las adicciones. Existe asimismo evidencia científica sobre cómo las personas, aun siendo conscientes de los riesgos asociados a las adicciones, priman en ocasiones otro tipo de expectativas cuya configuración guarda relación en buen parte con los procesos de comunicación⁵.**

“Sin confianza no existe comunicación, y la comunicación para instituciones como la Delegación del Gobierno del Plan Nacional sobre Drogas es, retomando lo señalado al inicio de este artículo, una herramienta fundamental para la creación de valor público que ayude a mejorar la salud de la ciudadanía”

Bajo estas premisas, la *Estrategia Nacional sobre Adicciones (ENA) 2017-2024* contempla como una de las principales metas conseguir una sociedad más saludable e informada. Para ello, resultan necesarias herramientas de vigilancia epidemiológica acompañadas de canales de comunicación e información que sean innovadores, oportunos y específicos.

La comunicación desempeña un papel clave en la ENA 2017-2024, que la considera como un eje transversal y esencial para alcanzar los objetivos de prevención, concienciación y minimización de daños asociados al consumo de sustancias. De hecho, uno de los objetivos clave de la ENA para la prevención del consumo de drogas es contrarrestar la desinformación basándose en la evidencia científica.

⁵ Richard H. Thaler, Premio Nobel de Economía, ha demostrado que las decisiones no siempre obedecen a criterios racionales, sino que también entran en juego variables psicológicas que las desvían de esos criterios.

Además, la Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024 considera la coordinación y el empoderamiento de actores clave como un eje fundamental. En este sentido, hay que destacar el papel del Consejo Español de Drogodependencias y Otras Adicciones (CEDOA) como órgano de participación de estos actores en el diseño, implementación y evaluación de políticas sobre adicciones, ya que un reto a largo plazo supone construir entre todas y todos una arquitectura de la excelencia, de la calidad y de la buena gobernanza en prevención.

EL CEDOA, ya en su reunión plenaria del 14 de septiembre de 2018, acordó la creación de un Grupo de Trabajo sobre publicidad y comunicación para responder a este reto ante la difusión de mensajes favorables a las prácticas adictivas. En la página web de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas se pueden ver todos los aspectos normativos desarrollados por el Consejo⁶.

Un total de seis grupos especializados en adicciones colaboran en el despliegue del actual Plan de Acción, dos de ellos transversales a todas las acciones del Plan: el Grupo de Género (la perspectiva de género recorre toda la estrategia) y el Grupo de Comunicación, respondiendo a los principios señalados en la ENA.

El Grupo de Comunicación del CEDOA reflexiona sobre los discursos en torno al consumo de drogas y propone estrategias comunicativas efectivas para incidir en la prevención, reducción de daños y mejora de la salud pública con un enfoque ético, cultural y participativo. El grupo incluye representación de administraciones públicas, expertos y organizaciones del tercer sector.

Los trabajos realizados por el mismo hay que encuadrarlos desde la perspectiva de la consolidación de las redes sociales (RRSS) como un medio de comunicación más en la sociedad, lo cual implica la necesidad de una presencia de las administraciones públicas en esas redes.

En consecuencia, el Grupo de Comunicación se centró inicialmente en el análisis del discurso pro-cannabis en el entorno digital, lo que dio lugar a un dossier⁷ y a una ponencia en el congreso de Socidrogalcohol⁸.

Para el periodo 2024-2025, el CEDOA se planteó analizar la práctica denominada “chemsex” y las estrategias de comunicación que podrían plantearse a la hora de informar y advertir sobre sus riesgos.

El término “chemsex” hace referencia al uso planificado de sustancias psicoactivas para facilitar, potenciar o maximizar la actividad sexual, tanto en intensidad como en duración. Se asocia sobre todo con la ingesta de sustancias sintéticas⁹, como metanfetaminas (speed), MDMA (éxtasis), mefedrona, ketamina, ácido gamma-hidroxibutírico (GHB), cocaína, pero también inhalantes (Popper). Menos común es la administración por vía parenteral, una forma de chemsex denominada “slamming”, cuya práctica se estima que afecta a un 5% de los participantes.

“En un entorno de volatilidad, incertidumbre y complejidad que plantea nuevos problemas relacionados con la desinformación y la posverdad, la comunicación clara y veraz supone una herramienta estratégica e indispensable para la implementación efectiva de las políticas públicas en materia de adicciones en España”

En las últimas décadas, esta práctica ha ido ganando presencia, especialmente en el caso de relaciones homosexuales masculinas, aunque algunos expertos alertan sobre su extensión a otros ámbitos. El auge del chemsex preocupa a las autoridades de salud pública, dada su asociación con un mayor riesgo de enfermedades¹⁰, como las ITS y el VIH, pero también cansancio físico y mental, ideaciones suicidas, psicosis, comportamientos agresivos o sobredosis por la pérdida de control sobre las sustancias, además de los que se derivan del consumo de las mismas. Además, la práctica en sí puede generar adicción y problemas para mantener relaciones sexuales “sobrias”.

Se observa también una necesidad de ma-

⁶ <http://www.pnsd.mscbs.gob.es/delegacionGobiernoPNSD/organigrama/funciones/consejo.htm>

⁷ Cannabis: preguntas, respuestas y dudas. https://pnsd.sanidad.gob.es/ciudadanos/dosieresinformacion/pdf/20240111_Dossier_Cannabis_preguntas_respuestas_dudas.pdf

⁸ Rodríguez, GS (2024). Relatando historias de salud: el cannabis y sus incertidumbres. En Abordaje integrado del consumo de cannabis: investigación, prevención y tratamiento (págs. 81-96). Dykinson.

⁹ Guillaume Drevin, Léa-Hélène Rossi, Séverine Férec, Marie Briet, Chadi Abbata Chemsex/slamsex-related intoxications: A case report involving gamma-hydroxybutyrate (GHB) and 3-methylmethcathinone (3-MMC) and a review of the literature Forensic Science International Volume 321, April 2021, 110743

¹⁰ Benjamín Gaya-Sancho, Borja Romero Bilbao, Daniel Sanjuán Sánchez, Drogas, sexo y desinhibición: ¿qué es el ‘chemsex’ y qué riesgos comporta? The Conversation 15 enero 2025

por conocimiento sobre los diferentes riesgos que acarrea dicha práctica. Los expertos hacen hincapié en la educación y la concienciación; en las acciones de reducción de daños; en la importancia de los grupos de apoyo y las terapias grupales; y en la realización de investigaciones más amplias.

En las sesiones desarrolladas por el Grupo de trabajo en el marco del CEDOA se ha puesto de relieve la dimensión no sólo sanitaria, social o psicológica del chemsex, sino también cultural, incidiéndose en una realidad múltiple (subculturas) asociada a prácticas y riesgos diferenciados.

A partir de la información aportada por los expertos participantes en esas sesiones, las propuestas del Grupo del CEDOA en materia de comunicación se han orientado a proponer el desarrollo de una estrategia de comunicación en educación para la salud empleando el lenguaje de las redes y sus estrategias de difusión. Se trataría de comunicar mejor para prevenir, reducir daños y evitar estigmas, con responsabilidad, empatía y eficacia.

Esa estrategia de comunicación debería de ser segmentada, dirigida a diferentes grupos de destinatarios (población objetivo). Con mensajes dirigidos a población general, informativos y preventivos enmarcados en la educación sexual genérica, no circunscrita al colectivo LGBTI ni al chemsex en concreto; mensajes dirigidos a usuarios iniciados, con el objetivo de sensibilizar sobre los riesgos que conlleva esta práctica, haciendo hincapié en la reducción de daños y promoción de salud; y mensajes dirigidos a practicantes de modalidades más extremas como el slam (uso de drogas inyectadas), con intervenciones más específicas desde una lógica de acompañamiento e intervención profesional. Entre las actividades pendientes, el Grupo ha propuesto la posibilidad de contar con una

guía para comunicadores y periodistas sobre cómo tratar el chemsex sin estigmatizar.

Finalmente, como propuesta de trabajo para el próximo curso, se ha planteado el estudio de las redes sociales y la pornografía sobre los afectos, la conducta sexual y el consumo de drogas en población juvenil, en correspondencia con las acciones 1.3 y 1.4 del Plan de Acción sobre Adicciones.

En definitiva, en un entorno de volatilidad, incertidumbre y complejidad que plantea nuevos problemas relacionados con la desinformación y la posverdad, la comunicación clara y veraz supone una herramienta estratégica e indispensable para la implementación efectiva de las políticas públicas en materia de adicciones en España.

De hecho, instituciones como la Comisión Europea (2018)¹¹, el barómetro Edelman (2019)¹² y distintos expertos¹³ coinciden en señalar que la sociedad padece un problema de desconfianza en las instituciones, la cual se extiende también a los propios medios de comunicación masivos y sociales.

Resulta, pues, necesario proyectar legitimidad. Sin confianza no existe comunicación, y la comunicación para instituciones como la Delegación del Gobierno del Plan Nacional sobre Drogas es, retomando lo señalado al inicio de este artículo, una herramienta fundamental para la creación de valor público que ayude a mejorar la salud de la ciudadanía.

Agradecimientos. Este trabajo se enmarca dentro las reflexiones del grupo de comunicación del Consejo Español de Drogodependencias y otras Adicciones (CEDOA): Ignacio Calderón¹⁴.

Daniel Catalán¹⁵, J. Ignacio Criado¹⁶, Ubaldo Cuesta¹⁷, Amalia López¹⁸, Alejandro Perales¹⁹, Rubén Sánchez²⁰, Graciela Silvosa²¹, José Luis Terrón²² y Joan Villalbi²³.

¹¹ Informe de Eurofound (2018) : *Cambio social y confianza en las instituciones*. <https://eurofound.link/ef18036>

¹² Edelman (2019a). Trust Barometer. The battle for truth. <https://www.edelman.com/trust/2019-trust-barometer>.

¹³ Camps, V. (2025, septiembre). La sociedad de la desconfianza: Cómo recuperar la confianza en un mundo sin dimensión moral de la política y la vida cotidiana. Arpa.

¹⁴ Vicepresidente de la FAD

¹⁵ Catedrático Departamento de Comunicación. Universidad Carlos III

¹⁶ Profesor Titular de Ciencia Política y de la Administración. Departamento de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Director, Lab Innovación, Tecnología y Gestión Pública (ITGesPub) Grupo de Investigación. Universidad Autónoma de Madrid

¹⁷ Vicerrector Comunicación Facultad de ciencias de la información UCM

¹⁸ Amalia López Acero Periodista del Ayuntamiento de Calpe

¹⁹ Alejandro Perales Presidente Asociación de usuarios de la comunicación

²⁰ Rubén Sánchez Medero profesor de ciencia política Universidad Carlos III

²¹ Consejera Técnica DGPNSD

²² José Luis Terrón Comunicación audiovisual y publicidad. Universidad Autónoma de Barcelona

²³ Joan Villalbi ex Delegado del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas