



El cannabis, les joves i la salut

Un estudi de l'Agència de Salut Pública de Barcelona destaca que els joves que fumen cànnabis són cada vegada més conscients de patir efectes secundaris negatius com a conseqüència del seu consum. Així ho expressen dos de cada tres adolescents consultats respecte d'això. Entre els efectes negatius destaquen la pèrdua de memòria, dificultats per a concentrar-se en els estudis o el treball, així com tristesa i depressió, encara que molt pocs admeten que els provoquen un augment de l'agressivitat.

La creença que els porros no tenien efectes sobre la salut era general entre els seus consumidors fa tan sols dos o tres anys. Però els estudis mèdics que s'han realitzat respecte d'això han trencat amb aquesta fal·làcia. Hi ha informes que fins i tot vinculen el consum de cànnabis amb el desenvolupament de possibles brots esquizofrènics i altres desordres mentals.

Com que el cànnabis està molt estès en la societat espanyola i la gran tolerància social que hi ha respecte d'això, és important que com a mínim hi haja un consum responsable. El fet que els joves –i els no tan joves– comencen a conèixer i admetre cada vegada més els riscos per a la salut que té fumar porros, al marge que siga un eventual primer pas cap a altres drogues més perilloses, pot ser determinant perquè es modere el seu consum o es renuncie fins i tot a ell.

la borratxera cannàbica

Les alteracions causades pel cànnabis són difuses i de poca intensitat, per la qual cosa hi ha una gran variació en les experiències subjectives i en el comportament dels seus consumidors, depenen en gran part de l'ambient en què la droga es pren, de les creences i expectatives dels usuaris i del paper cultural que s'assigna a l'esmentada experiència. D'aquesta manera, la mateixa droga pot facilitar actituds confraternitzants i pacifistes en certs ambients, o desinhibir impulsos antisocials en altres; provocar una actitud letàrgica d'introspecció mística a l'Índia, o dotar energia per al treball físic a Jamaica. És per un procés d'aprenentatge social, en el contacte amb companys més experimentats, que els usuaris aprenen a desenvolupar les sensacions preferides i a reprimir o ignorar els efectes indesitjables de la droga. Existeix doncs, una cultura cannàbica, de la mateixa manera que hi ha una cultura alcohòlica, i l'individu ha d'aprendre a comportar-se sota els efectes del cànnabis en la forma prescrita pel medi ambient on la use.

Després de fumar un porro de marihuana (10 a 15 mg de THC), la gran majoria experimenta una lleugera intoxicació que dura 2 a 4 hores. Durant aquest temps, la sensació de borratxera pot desaparèixer i aparèixer espontàniament diverses vegades, a causa de l'alliberament intermitent dels cannabinoides actius retinguts en el teixit adipós. Aquesta dosi moderada a penes causa complicacions, sobretot en adults experimentats.

Però a vegades el consum de cànnabis provoca conseqüències més greus. Les més comunes són reaccions de pànic i estats paranoics breus, durant els quals la persona experimenta angoixa, intranquil·litat, temor de tornar-se boja o por a morir. També solen ocórrer símptomes de despersonalització, sensacions que diferents parts del cos se separen del seu lloc, i sentir-se observat o perseguit pels altres. A pesar de la intensitat dels símptomes, aquestes sensacions desapareixen generalment quan acaba l'efecte de la droga. Aquesta borratxera cannàbica sol aparèixer amb més freqüència en consumidors molt joves o inexperts, o quan es consumeix la droga en un ambient que no és l'habitual o entre persones estranyes, o quan es fuma en moments d'instabilitat emocional –períodes de crisi, estats depressius–, o en consumidors amb trastorns psicològics.

Porros al volant

Hi ha un risc importantíssim que molts consumidors de marihuana o haixix ignoren o són incapaços de percebre; es tracta dels efectes d'aquesta droga sobre la capacitat de conduir vehicles.

Encara a dosis baixes, el cànnabis causa errors de visualització de senyals, de càlcul de velocitat, d'orientació en l'espai, d'utilització de frens i d'identificació d'obstacles.

Aquests errors són més notoris quan el fumador consumeix alcohol junt amb el cànnabis i quan la prova es realitza en la foscor de la nit. L'aspecte més inquietant d'aquest problema és que el dèficit en les maniobres psicomotrius persisteix durant algunes hores, després que la persona deixa de sentir els efectes de la droga. És a dir, fins i tot en usuaris responsables, que sincerament es creuen en condicions de conduir un vehicle, corren el risc de causar accidents sense saber-ho.

Zones de **perill** (Luisa Etxenike per a *El País*, 14 de juliol de 2008)



Durant els Sanfermins 2007, un xiquet de deu anys, agafat de la mà de son pare, va córrer un tram de la costa de Santo Domingo davant dels bous. La llei prohibeix que els menors de 16 anys córriguin els correbous i a aquell pare se li va imposar la multa corresponent. Però l'assumpte no va quedar ací, sinó que va ser elevat a la categoria de notícia, supose que perquè els mitjans de comunicació ho van considerar digne d'atenció, preocupació i, fins i tot, indignació social.

Aquesta amplificació mediàtica de l'assumpte em va paréixer i em pareix més preocupant que el fet mateix; un signe més de la tendència del nostre temps a abordar els assumptes més des de l'espectacle que des de la substància; o més des de l'anècdota vistosa que des de l'argument de fons. I així, mentre tots els focus es concentren, per exemple, en la xicoteta zona de perill que aquest xiquet corre davant dels esquellers, extenses zones de perill real per als nostres xiquets i joves romanen a fosques o en penombra o enllumenades amb la insuficiència d'un intermitent: unes vegades sí i moltes altres no.

Està lluny de la meua intenció restar-li importància a l'assumpte dels esquellers, deixar de veure-ho com una imprudència majúscula i a més de poc profit (no em pareix que aprendre a córrer davant d'un bou siga un article educatiu de primera necessitat), però crec que cal situar-ho, comparativament, en la seua justa proporció. Perquè aquest xiquet estava acompanyat de son pare, anava de la seua mà; i quants xiquets i adolescents podem veure diàriament, sense companyia o de la mà de ningú, ocupats en hàbits, pràctiques i actituds que comprometen seriosament, en el curt o en el mitjà termini, la seua vida, la seua salut o el seu futur. Quants que corren sols davant del perill. Que finalment un jutge de Pamplona havia absolt el pare en qüestió d'un delictes contra els deures familiars em vaig assabentar en un autobús urbà mentre llegia el periòdic, prop de dos adolescents amb sobrepès. Eren quasi les dues de la vesprada, es dirigien presumiblement a casa a menjar, la qual cosa no els impedia estar devorant ja sengles paquets de galetes, d'aquelles dobles i amb farcit.

I llavors, unint les dues escenes, em vaig preguntar què és més perillós: córrer al costat de ton pare davant d'un esqueller o adquirir des de la infància hàbits alimentaris demolidors per a l'organisme (i per a qualsevol sistema sanitari)? I la resposta em pareix evident. Tant en la seua dimensió personal com social és moltíssim més costós i perillós deixar que els xiquets i adolescents mengen i beguen qualsevol cosa a qualsevol hora; o es trenquen els timpans a colps de decibel desmesurat; o es formen de qualsevol manera en els codis aberrants i l'estètica esgarrifosa de la teleporqueria.

Veig la insensatesa, però em costa veure l'escàndol en aquell fet de Pamplona. En canvi em resulten clarament escandalosos la temeritat alimentària que suposa la dieta de molts xiquets; i la discòrdia de gènere a què els sotmet tanta publicitat sexista; i els desastres etílics que tristament protagonitzen tants menors d'edat, perquè algú, en algun lloc, els ven alcohol; i la deseducació en valors cívics que molts altres exhibeixen... Aquestes sí que són zones de perill infantil i juvenil, dignes de protagonitzar una alarma mediaticosocial constant i conseqüent.



Iniciatives

Criden a un metge!

Anualment, 55.000 espanyols moren per causes atribuïbles al tabac. Per a tallar el problema del tabaquisme, crear consciència social i que el ciutadà sàpia on acudir si desitja deixar l'hàbit, la farmacèutica Pfizer ha llançat la campanya "Criden a un metge!" per a recordar als pacients que el metge de capçalera és el millor aliat davant d'aquesta addicció. De fet, el paper del facultatiu és clau tant per a suggerir al pacient que abandone el tabac, com per a aconsellar el fumador que acudeix a la consulta a demanar ajuda. El metge pot influir per la seua imatge modèlica en més d'un 80% dels casos. En www.llamenaunmedico.es tota la informació.

(Diario Médico, 03/07/08)

Xofer municipal per a ciutadans ebres

Els habitants de Laredo (Cantàbria) podran eixir de copes tranquil·lament sense preocupar-se de la tornada a casa. El regidor d'Obres i Serveis, **Àngel Vega** (PP), ha anunciat que posarà en marxa aquest estiu un servei de xofer gratuït per a portar els conductors ebres a la porta de sa casa.

(metro, 16/07/08)

Internet, en peu de guerra contra la promoció de la bulímia i l'anorèxia



Les pàgines que promouen la bulímia i l'anorèxia proliferen en Internet. En elles s'informa tant dels suposats avantatges de l'extrema primor, com de les tècniques per a aconseguir-la, a més de servir de fòrum d'intercanvi d'opinions i experiències sobre aquest fenomen. Però sempre en la direcció de captar joves a aquesta sinistra causa.

A pesar d'alguns esforços institucionals, la indiferència en el control d'aquestes pàgines és altíssima perquè, a pesar de tractar-se d'una activitat de caires delictius clars i de fàcil visibilitat en la xarxa (només cal realitzar una recerca en Google), no són combatudes ni denunciades per operadors o prestadors de serveis, en gran part per l'enorme tràfic que generen.

Ara, una campanya sorgida en el si de la *blogosfera* hispana, intenta contrarestar el poder d'Ana i Mía (noms clau d'aquestes malalties entre els seus promotors i seguidors) situant en els buscadors articles que informen amb rigor i alerten dels perills que comporten aquestes pràctiques. "Posiciona contra l'anorèxia" és una iniciativa de Teoriza que ja ha sigut secundada per desenes de blocs hispanos i que es fonamenta en la utilització dels termes més buscats en Internet sobre aquestes malalties per a ocupar els primers llocs en els resultats dels buscadors: "Vam cridar milers de *bloggers*, *webmasters* i usuaris actius que participen en Internet creant continguts, conversacions i serveis. Perquè junts creem milers d'articles en contra de l'anorèxia per a ajudar i donar suport amb els quals inundarem les primeres pàgines de recerques web que inciten a l'anorèxia i bulímia i que actualment estan infestades de pàgines sense escrúpols creades per gent dominada per aquesta malaltia". La campanya, que es va iniciar el passat 29 de maig, ha aconseguit ja revertir la presència de continguts en els resultats de Google en expressions com "ajudar a vomitar", on apareixen en primer lloc articles de conscienciació contra aquestes malalties. Un exemple de les metes que pot aconseguir la campanya.

Més informació sobre aquesta campanya en: www.teoriza.com/posiciona-contra-la-anorexia/

(Canarias7.es, 03/06/08)

la teua salut a examen problemes per a controlar els impulsos

La probabilitat que una persona arribe a patir en el futur una addicció té a veure, entre altres variables, amb la seua habilitat per a controlar amb èxit els seus impulsos. Aquesta falta d'autocontrol (actuar de manera impulsiva sense pensar en les conseqüències) es pot "mesurar" per mitjà d'aquest senzill test. Només cal respondre de manera sincer. Si contestes **AFIRMATIVAMENT A MÉS DE QUATRE** preguntes, és molt probable que pugues tenir problemes en el control dels teus impulsos.

- BUSQUES EXPERIÈNCIES EXCITANTS I ARRISCADES?**
- SUPORTES MALAMENT L'AVORRIMENT I QUE LES COSES NO ISQUEN COM TU DESITGES?**
- EN LA MAJORIA DE LES SITUACIONS ACTUES ABANS DE PENSAR?**
- ERES DESORGANITZAT I QUASI MAI PLANIFIQUES EL QUE FARÀS?**
- ERES OBLIDADÍS I/O ARRIBES VESPRADA ALS LLOCS PER FALTA DE PREVISIÓ?**
- CANVIES D'UNA ACTIVITAT A UNA ALTRA AMB MOLTA FREQUÈNCIA?**
- ET VEUS INCAPACES DE GUARDAR TORN PER A PARLAR QUAN ESTÀS AMB GENT?**
- NECESSITES QUE ALGÚ ESTIGA AMB TU CONTROLANT I AIXÍ EVITAR PROBLEMES?**
- HAS TINGUT PROBLEMES PER ACTUAR DE FORMA PRECIPITADA O INAPROPIADA?**
- ERES MOLT CREATIU, ENCARA QUE MOLTES DE LES TEUES PROPOSTES SIGUEN NOMÉS ESBOSOS?**

(E.D. Copeland i V.L. Love, 1995)



L'impuls de la reflexió

(Consumer, juny 2008)

Ens trobem enmig d'un immens embús amb interminables cues i retards. Des del nostre automòbil observem els altres conductors i veiem que alguns ho afronten amb tranquil·litat. Altres, en canvi, expressen amb escarafalls la seua tensió, maleeixen cridant, toquen el clàxon de forma compulsiva o canvien de carril una i altra vegada en un intent inútil d'eixir del compromís. Què determina que uns esperen i els altres es desesperen? La impulsivitat.

Les persones impulsives pateixen una alta tensió emocional davant de situacions quotidianes com la descrita i el seu llindar de tolerància és menor respecte a la resta de la població. En compte de reflexionar, passen de forma immediata a l'acció, fins i tot quan són capaços de preveure algun perjudici contra si mateixos o contra els altres. Per això es diu que algú es comporta de manera impulsiva quan respon o actua sense reflexió ni prudència, deixant-se portar per la impressió del moment.



Aquest comportament és encara més exagerat quan la situació es viu com una provocació. L'emoció que emergeix llavors és la colera i la persona impulsiva tendeix a actuar amb agressivitat. Encara que pot obtenir beneficis a molt curt termini (un canvi de la situació, certa sensació de control i la disminució de la tensió fisiològica després del rampell), aquesta inadequada expressió de sentiments negatius es materialitza en conseqüències molt danyoses a mitjà i llarg termini: sentiment de culpa pels danys causats, baixa autoestima per no haver sigut capaç d'autocontrolar-se, pèrdua de confiança de l'entorn (amb l'etiqueta d'*agressiu* i *problemàtic* per sempre) i potencials problemes legals.

Segons el psicòleg **Raymond W. Novaco**, hi ha quatre classes essencials de provocació que poden desencadenar la nostra indignació i propiciar una reacció impulsiva. Totes elles es poden il·lustrar amb una infinitat d'exemples:

La frustració Per exemple, després d'obtenir un suspens o després d'un abandó.

Esdeveniments irritants com ara extraviar un document important, no poder dormir a causa del soroll o estar atrapat en una retenció de trànsit.

Sentir-se provocat per un comentari irònic d'un company de treball o per un cotxe que ens avança per la dreta en l'autopista.

La falta de correcció de la parella que relata un aspecte privat de la relació en un sopar d'amics o la suposada injustícia d'una multa.

Molt diferent de la reacció impulsiva de les persones colèriques és la de la majoria de xiquets, adolescents i adults amb **Trastorn per Dèficit d'Atenció amb o sense Hiperactivitat (TDA-H)**. Quan s'enfronten a un problema davant el qual han fracassat abans, la dolorosa emoció que apareix és l'angoixa. Davant de la seua consciència de ser *incapaços* d'abordar el problema amb èxit, intenten reduir el temps d'incertesa i es precipiten en la seua proposta de solució. És la impaciència la que retroalimenta el problema: si no hi ha reflexió, la possibilitat d'errar augmenta i, amb ella, la consciència d'incapacitat que dispara l'angoixa i els porta a respondre de manera impulsiva. Les conseqüències negatives de la seua impulsivitat se centren en la contínua pèrdua d'autoestima i en la injusta imatge social que genera: a pesar de ser persones amb capacitats en general superiors a la mitjana, la seua dificultat per a estructurar la informació, aplicar mètodes de resolució i donar-se temps per a tot això, els porta a parèixer menys capaços que els altres.

Un tercer grup de persones *impulsives* el componen aquelles que manifesten una impulsivitat funcional. La seua característica principal és que només prenen decisions ràpides i no meditades en aquells casos en què fer-ho d'aquesta manera els aporta algun tipus de benefici. És característic en persones creatives (dedicades a l'art, a l'esport o als negocis) i segures de si mateixes, que assumeixen cert nivell de risc i amb un alt nivell d'activitat i d'audàcia.

Finalment, i en l'extrem oposat, estan aquells individus en què la impulsivitat agressiva s'ha convertit en una reacció incontrolable, els factors estressants de la qual no justifiquen la intensitat de la seua violència o dels danys que poden causar a tercers. A aquestes persones, incapaces de distingir les situacions on la impulsivitat és contraproduent, se'ls diagnostica un **Trastorn Explosiu Intermitent**. Enfront de les persones reflexives, les impulsives mostren menys ansietat per cometre errors (perquè no es donen temps per a analitzar i preveure) i totes les seues accions estan orientades cap a l'èxit ràpid més que a evitar el fracàs. És evident que el seu rendiment és baix i mostren menor motivació per tasques que impliquen un aprenentatge.

Menys fums

En els anys seixanta el tabac es va refermar com un hàbit social recolzat per la publicitat i el cine. Els artistes de Hollywood fumaven i açò els dotava d'un glamur especial que els ciutadans del carrer volien imitar coste el que coste. Tot el món fumava si volia ser rellevant, la igualtat entre homes i dones es feia realitat a través d'aquest hàbit saludable, com venia la publicitat de l'època (veure la col·lecció de cartells sobre tabac de lamarde en www.flickr.es).

Els publicitaris basaven els seus missatges en recomanacions dels metges, li atribuïen suposats beneficis com ara efecte relaxant o energitzant i asseguraven que suavitzava la gola i evitava la tos.

Missatges positius per a un producte que la història ha canviat de lloc. Últimament hem pogut assistir de nou a aquest tipus d'escenes en *MadMen*, la sèrie de **Matthew Weiner**, i no podem evitar que ens resulten curioses i una mica estranyes les situacions que ens mostren. Us imagineu a algú llançant un missatge semblant avui en dia? Com en la cinta *El dormilón*, de **Woody Allen**, quan només es desperta de la seua crionització es nega a acceptar un cigarret d'un dels metges que entén al moment que en despertar des del segle XX el protagonista pensava que el tabac era roí, "no com ara, que sabem que és boníssim".

Per sort, en l'actualitat estem molt més conscienciats sobre el tabac i els seus efectes nocius per a la salut, encara que és possible que estiguem caient en la mateixa trampa que en el passat en voler sumar-nos a un corrent ecològic i fer màrqueting verd amb productes que no el suporten.



Avui en dia, la salvació del planeta s'ha convertit en una moda i els elements que utilitzem, els missatges que enviem, són propagandístics, típics dels anys seixanta, encara que amb fins més altruistes. Per descomptat, tots assumim aquest compromís amb un ritme d'adhesió raonable i sempre animats pels missatges publicitaris i de conscienciació de les empreses sense ànim de lucre que van seguides inevitablement per la publicitat de producte. Però no ens equivoquem, només aquelles marques o productes que tinguen una història ecològica que comptar podran guanyar-se la confiança i forjar vincles sòlids amb el consumidor apel·lant sempre allò que és comú, a la realitat i no a la utopia. Cal prendre consciència i educar els consumidors i hi ha marques que legítimament poden fer-ho i altres que no.

I és que, siguem sincers: un filtre no fa que el fum suavitze la gola ni tampoc cuida del medi ambient, encara que s'adapte a la nova normativa de la Unió Europea per a reduir les emissions de CO₂ a 120 gr/km. Això sí, és fàcil caure en la trampa de traslladar un accelerador de compra (el benefici econòmic de canviar el vehicle antic a un adaptat a la normativa) al posicionament emocional "ajuda a salvar el planeta".

A pesar d'això, no podem oblidar que el consumidor no és tan ingenu com era en els seixanta i que en l'actualitat té al seu abast ferramentes per a comparar, deixar-se aconsellar per *influentials*, consultar altres usuaris... i que, per tant, prompte entendrà quins missatges no són encertats i associarà només els vertaders valors ecològics amb aquelles marques que inverteixen en I+D, i fan un esforç real per investigar i oferir automòbils que respecten el medi ambient.

La mostra la veiem en l'informe *Going green* de Yankelovich, que mostra una classificació d'empreses amb major compromís mediambiental; curiosament la número u de la llista és Toyota, una empresa que pertany al sector de l'automoció i que és una de les poques que en realitat està impulsant l'ús de cotxes híbrids.

Siguem respectuosos amb el medi ambient i podrem apropiari-nos del que això suposa. No importa el que sigues. La qüestió important és com ho vengues és un bon lema per a *Mad men* però que al final no deixa de ser un lema del segle passat: a qui se li ocorreria avui dir que el tabac és bo per a la teua salut?



(*Raquel Rivera* en "Reflexions creatives" per a *Anuncios.com*, juliol 2008)

La pasta base de cocaïna no és una droga. És pitjor que això: és el rebuig d'una droga. Sorgeix com residu de les *cuines* o laboratoris en què s'elabora la cocaïna; emergeix com resultat d'una indústria que busca la forma d'introduir en el mercat fins i tot els seus rebutjos.



Encara que es troba més expandit en sectors marginals pel seu baix preu, el *paco* també és consumit per la classe mitjana. Així ho corrobora un estudi de l'associació civil argentina Intercambios, que treballa en la reducció de danys entre usuaris de drogues. En el seu informe, s'arriba a la conclusió que els efectes del consum són més greus entre els més pobres perquè és un sector que es troba amb restriccions per a accedir als serveis de salut i que no compten amb una alimentació adequada.

El *paco* tampoc és un fenomen exclusiu d'Argentina. Tot Amèrica del Sud és el seu àmbit d'influència. Allí on arriba la cocaïna, es troba la pasta base. La hipòtesi més forta és que no hi ha pasta base sense transformació en la indústria de la cocaïna. No és que els usuaris hagen trobat una substància nova; no és que un despietat fera aparèixer la pasta base per a matar joves pobres. El que ocorre és que ha canviat la

macroeconomia de la cocaïna, es produeix més a Argentina i, per tant, circula més el rebuig de la producció. El clorhidrat s'envia als que poden pagar-la a Palerm o Barri Nord i en grans quantitats per a l'exportació. El rebuig es ven ací. Es re-territorialitza la narcoeconomia i es reterritorialitza el consum, segons paraules de **Victoria Ranguini**, una de les autores del treball d'Intercambios.

En la pràctica, el *paco* es fuma en pipes. És molt addictiu perquè els seus efectes són molt intensos, però també molt breus. En fumar-se, els seus resultats apareixen entre 8 i 40 segons, i s'estén durant uns minuts. El consumidor passa de l'eufòria inicial, de la sensació de plaer, de l'èxtasi, a una angoixa i una depressió profundes que el porten a voler consumir novament.

El consum prolongat de pasta base pot causar psicosi o pèrdua del contacte amb la realitat i al·lucinacions. Altres efectes físics són la pèrdua de pes, taquicàrdia, verborrea, insomni, mal de cap i falta de coordinació. Però tots els seus efectes poden tractar-se amb abstinència i un tractament adequat.

[Font: <http://www.proscritosblog.com/2008/05/28/cocaina/>]

Un musical contra la indústria del tabac

L'espot *The Magical Amount* posa al descobert les tàctiques de les tabaqueres

(Silvia Ocaña per a *Anuncios.com*)

The Magical Amount és la quantitat de nicotina necessària per a convertir una persona en addicta al tabac sense fer-la emmalaltir, a més del títol de la nova campanya llançada per American Legacy Foundation (ALF), organisme dedicat a la lluita contra el tabaquisme, per a advertir al públic adolescent sobre els perills d'aquest producte. Es tracta d'un musical que mescla animació generada per ordinador i personatges reals. Tots junts canten una cançó, *The Magical Amount*, de **David Yazbek**, compositor habitual de musicals de Broadway, la lletra de la qual ironitza sobre les tàctiques emprades per les tabaqueres per a enganxar els joves.

L'anunci forma part de la campanya *Truth* i comença amb uns adolescents col·locant trampes d'ós amb paquets de cigarrets com a esquer en un parc de Nova York. Mentrestant, micròfon en mà, informen el públic que el 2006 un jutge federal va dictaminar que, per a mantenir els fumadors enganxats al tabac, les companyies tabaqueres manipulen els nivells de nicotina. Però massa nicotina pot fer que te trobes malament. En aquell moment, els adolescents són interromputs per un unicorn que explica que aquell és el motiu pel qual les tabaqueres necessiten aquesta *quantitat màgica*. Altres criatures fantàstiques s'uneixen a l'unicorn en una cançó que revela com aquestes companyies han esbrinat la fórmula per a convertir en addictes els fumadors.



La campanya *Truth* va ser llançada el 2000 per a donar a conèixer la veritat sobre l'addicció al tabac i les seues conseqüències. El 2005 ALF va publicar els resultats d'un estudi sobre els efectes de la campanya: el 22% dels joves que van abandonar el tabac durant els dos primers anys de campanya (unes 300.000 persones) s'havien vist influïts pel seu missatge. A pesar de tot, la lluita contra les totpoderoses empreses del sector continua sent molt desigual. La indústria tabaquera gasta quasi 36 milions de dòlars al dia per a promocionar els seus productes només als Estats Units. (Veu l'espot complet en www.youtube.com/watch?v=sVf88Wqs6VQ).

La màgia de la **pols blanca** captiva els famosos

(Sandra Remón per a *Vanitatis*, 16 de juny de 2008)



Cantants, actors, artistes, toreros, humoristes, balladors, aristòcrates, presentadors, col·laboradors de televisió... Són molts els famosos espanyols que estan sumits en el món de les drogues, a pesar de l'aparent glamur que els envolta.

Coto Matamoros, Joselito, José 'El Francés', Pocholo o Amparo Muñoz són només alguns dels membres d'una llarga llista que s'incrementa dia a dia i festa rere festa. Fonts pròximes a aquests cercles contenen que "entre els famosos hi ha un pacte de silenci, però en les seues festes, igual et prens una copa que et disparen un tret".

Sempre han d'estar presentables, simpàtics, captivadors... Viure fent màrqueting les 24 hores del dia acaba per empenyar els famosos a l'infern de les drogues i ells no ho amaguen. Fins i tot gallegen de la seua addicció. "Els van intentar que jo anara a rehabilitació i jo deia no... no... no..." és part de la lletra de la cançó *Rehab*, d'Amy Winehouse, premiada amb dos Grammys. La britànica es va endur un altre Grammy per l'àlbum que inclou el tema i dos més com a millor intèrpret i artista revelació, però no va poder anar a recollir-los als Estats Units: estava internada "intentant" superar la seua addicció al cànnabis, a l'èxtasi, a la cocaïna i al *crack*.

En el món de la música abans era tabú parlar de drogues sobre l'escenari. Se sabia que alguns ídols les consumien per a relaxar-se, excitar-se o simplement sentir-se millor. Ara només cal fer una ullada en Internet per trobar vídeos de famosos esnifant la "pólvora blanca". Pete Doherty és una de les estrelles d'aquest tipus de pel·lícules casolanes penjades en la xarxa.

L'ex de Kate (*cocaine*) Moss li pega a la *farlopa*, a l'heroïna i al *crack*, substància que porta de cap al cantant de *The Others*, Dominic Masters.

Justin Timberlake o la vocalista de *Black Eyed Peas*, Fergie, tampoc oculten els seus vicis. En una entrevista a *Observer Music Month*, Timberlake va confessar que ha inhalat i s'ha injectat de tot. "Puc assegurar que l'heroïna és menys addictiva que el tabac", va dir. Fergie, d'altra banda, va assegurar a l'entrevistador que "si et dic que no he sigut drogoaddicta, t'estaria mentint". Va ser consumidora habitual de *crystal meth*, una espècie d'amfetamina molt addictiva que té un efecte molt fort sobre el sistema nerviós central.

Vanity Fair també va aconseguir les declaracions d'una altra drogoaddicta: Lindsay Lohan. "La vida que vaig portar en la meua adolescència, la pressió i l'estrés de Hollywood em van arrossegar a la bulímia i al consum d'estupefaents". George Michael també va caure en les xarxes de la droga. I què podem dir de Britney Spears?

El consum excessiu i continuat de les drogues ha portat a molts famosos a la tomba. Entre els anys 60 i 70 es va donar a conèixer el "Clan dels 27", integrat fatídicament pel guitarrista de *The Rolling Stones*, Brian Jones, els cantants Janis Joplin, Jimi Hendrix i Jim Morrison. La marihuana, el LSD i altres substàncies al·lucinògenes junt amb l'alcohol, el *rock*, el sexe i la fama, van marcar aquests quatre personatges que es van acomiadar del món als 27 anys. El fundador de *Pink Floyd*, Syd Barret, també va entregar la seua vida a les drogues, com Kurt Cobain i altres.



el debat permís per a emborratjar-se abans dels 18

Quan un menor d'edat és sorprès per agents de la policia en els carrers de Vila-real fent-se un porro o passant-se'l amb els seus amics, actuen d'acord amb la legislació vigent imposant-li una multa que sol ser de 300 euros, de la qual òbviament es fan càrrec els seus pares. Des de fa més d'un any, la Unitat de Prevenció Comunitària (UPC) de la Regidoria de Benestar Social aprofita aquest incident i envia una carta personalitzada a ambdós pares oferint-los una orientació professional per a intervenir de manera precoç, adequada a la situació i atenent a les peculiaritats de cada família. La immensa majoria dels pares es posen en contacte amb la UPC en rebre la carta i discuteixen amb el tècnic en prevenció com abordar l'assumpte amb el fill.

En la nostra ciutat, als pares els preocupa que el seu fill fume cànnabis, encara que la majoria no ho demostren fins que multen el seu xiquet. Siga com siga, no aproven ni encoratgen aquesta conducta.

Ara bé, ocorreria el mateix si estiguérem parlant de consumir alcohol? A Vitòria, l'ajuntament empra el mateix procediment que la UPC a Vila-real, però respecte al consum d'alcohol dels menors d'edat i sense denúncia. El 2007, la policia vitoriana va identificar en el carrer i en certs bars a 79 menors consumint begudes que tenen prohibides per llei. En cada un dels casos, l'ajuntament va enviar una carta als progenitors en què els informava de les aventures del xiquet i els oferia una ajuda professional per a prevenir mals majors. Només quatre famílies es van interessar pel succés i van contactar amb les autoritats, i va ser per a reclamar més control policial o el tancament de l'establiment que ha venut alcohol als seus fills.

En general, els pares es mostren preocupats quan s'assabenten que els seus fills fumen marihuana o haixix, però fan la vista grossa amb l'alcohol.

L'estudi sobre comunicació i conflictes entre pares i fills que va dirigir Javier Elzo per a la Fundació d'Ajuda contra la Drogoaddicció (FAD) el 2002 aportava un dada interessant: avui en dia no hi ha grans diferències entre pares i fills en els nivells de justificació de comportaments –molts d'ells juvenils–, encara que és veritat que amb l'edat, les persones es fan menys permissives o tolerants. En 8 dels 15 comportaments considerats en aquest estudi, les diferències percentuals eren menors al 10% (un d'ells, "conduir sota els efectes de l'alcohol"), i només en tres les xifres se saldaven amb una diferència superior al 20%: "fer trampes en exàmens o oposicions", "canviar continuament de parella sexual" i "fumar marihuana o haixix en llocs públics".

Qualsevol d'aquests comportaments que siga protagonitzat per un xiquet que encara no té els 18 anys (fumar porros o beure alcohol) estan legalment prohibits. Els joves els justifiquen, encara que un poc menys la conducta de fumar marihuana, però no deixa de tractar-se d'un comportament juvenil. No obstant això, sorprèn l'actitud d'un bon nombre de pares que estan d'acord amb els seus fills amb la justificació de beure alcohol abans de complir la majoria d'edat.



Al marge del que és o no legalment acceptable, l'alcohol és una droga tan dura per a un cervell en procés de desenvolupament com ho és la marihuana. I el sistema nerviós d'un ésser humà no aconsegueix la seua maduresa fins als 20-21 anys d'edat.

Fa 50 anys, era costum mullar el xumet en anís per a calmar el bebé; es donava quina als xiquets inapetents, i es mesclava llet calenta amb algun licor per a alleujar els refredats dels més xicotets de la casa. Afortunadament aquelles pràctiques han caigut en desús, però avui la població espanyola encara és massa permissiva en què els menors d'edat s'emborratxen alguna vegada.

Així ho constata el Baròmetre Sanitari 2007, elaborat pel Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS), en el qual el 40% dels espanyols amb fills menors d'edat veu bé que un adolescent de 17 anys prenga una copa "de tant en tant", i el 30% dels pares de la Comunitat Valenciana estan a favor que els menors s'emborratxen alguna vegada. I es justifiquen al·legant que "tots consumim massa alcohol" i que, per tant, els menors consumeixen alcohol "perquè ho veuen a casa", quelcom que considera el 28% dels enquestats pel CIS.

[ABC, 14/07/08; Luis López per a *El Correo*, 08/06/08; E. Megias (coord.) *Hijos y padres: comunicació y conflictes*. FAD, 2002; i UPC]