

SESIONES PARA HIJOS		
Sesión	Título	Contenidos básicos
1	Opiniones sobre el alcohol y sus efectos	Descripción de diferentes formas de uso y abuso. Sondeo de opiniones. Mitos y realidad. Sugerencia de temas y buzón de dudas.
2	Información objetiva sobre el alcohol: pros y contras.	Crítica de los mitos culturales. Efectos objetivos del alcohol: agradables y desagradables, orgánicos y psicológicos, a corto y largo plazo.
3	El alcoholismo, una enfermedad con tratamiento	La progresión del uso al abuso y la dependencia. El alcoholismo como enfermedad Tratamiento y rehabilitación. El mito de la “no-curación”
4	Alcoholismo y familia: genética y ambiente	¿El alcoholismo se “hereda”? Un factor de riesgo genético: “aguantar bien el alcohol” Factores de riesgo y de protección en la familia. El secreto familiar: “un elefante en el salón” Malestar emocional ante situaciones típicas en el hogar alcohólico (mentiras, olvidos, agresividad, etc.). Vídeo-forum con <i>“El retorno del mago”</i> o <i>“Cuando un hombre ama a una mujer”</i> .
5	¿Por qué beben los jóvenes?: la presión del grupo de amigos y de la publicidad	Entrenamiento en la técnica de toma de decisiones Analizar y afrontar la presión del grupo y de la publicidad
6	¿Por qué beben los jóvenes?: el malestar emocional	Afrontar el estrés, aumentar la autoestima, expresar sentimientos, resolver problemas, planificar el futuro, etc.
7	¿Por qué beben los jóvenes?: la facilitación de las relaciones sociales y la desinhibición.	Entrenamiento en habilidades sociales: comunicación asertiva, ligar y hacer amigos, manejo de conflictos, etc.
8	Los primeros síntomas de problemas con el alcohol en los jóvenes.	Crítica de creencias falsas: “yo aguanté mucho...”, “necesito el puntillo para pasarlo bien y evadirme...”, “todo el mundo bebe...” Los límites entre el uso y el abuso ¿Cómo ayudar a alguien con problemas con el alcohol?
9	Despedida	Resumen de ideas-clave. Últimas dudas. Cuestionarios de evaluación del programa. Merienda conjunta con los padres (si lo desean), exposición de trabajos realizados, intercambio de direcciones y teléfonos, etc.

CONCLUSIONES

Los resultados del estudio epidemiológico del Programa ALFIL han confirmado que, en nuestro país, los hijos de alcohólicos (cuyos padres están en contacto con centros de tratamiento) constituyen un grupo con alto riesgo de psicopatología. Presentan más síntomas de déficit de atención, hiperactividad, trastorno disocial, depresión, ansiedad, enure-

sis, problemas de sueño, etc., que un grupo equiparable pero sin antecedentes familiares de alcoholismo. También presentan menor rendimiento cognitivo y escolar. Además, en sus familias se añaden otros factores de riesgo ambientales como un menor nivel socioeconómico y cultural, y peor ambiente familiar. El 25% de los hijos de alcohólicos estudiados, frente a sólo el 5% de los controles

había necesitado atención psicológica a lo largo de su vida (Díaz et al, 2001, 2008).

Por otro lado, los resultados de la evaluación de la experiencia piloto del programa ALFIL han demostrado que el programa es factible en diferentes ámbitos de atención al alcoholismo y servicios sociales, es bien aceptado por los participantes y

produce cambios en los conocimientos sobre el alcohol y en la dinámica familiar de los participantes (Díaz y Ferri, 2002).

Además, en nuestro entorno continúa la demanda social de atención a los descendientes de alcohólicos, tanto por parte de las propias familias afectadas, como por parte de los profesionales que les atienden. A lo largo de su tratamiento, con frecuencia, los alcohólicos y sus familiares expresan su preocupación sobre las repercusiones que el alcoholismo ha podido tener en sus hijos (en su rendimiento escolar, en su comportamiento agresivo, en su timidez, etc.), sus dudas sobre la posible transmisión familiar de la enfermedad alcohólica y sus dificultades para hablar de estos temas en casa, debido a fuertes sentimientos de culpa y vergüenza. También las asociaciones de alcohólicos rehabilitados se muestran a menudo interesadas en recibir conferencias y formación sobre este tema. Los profesionales de la salud y la educación, por su parte, demandan formación específica para llevar a cabo intervenciones preventivas con grupos de alto riesgo como son los hijos de alcohólicos, desde la escuela o desde centros de salud mental o atención social.

Todos estos factores apuntan hacia la necesidad de continuar con el esfuerzo de evaluación y optimización de las intervenciones preventivas para hijos de alcohólicos en diferentes ámbitos socio-sanitarios y socio-educativos de nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

Díaz, R. et al (2000). *Programa ALFIL: Grupos psicoeducativos para jóvenes con antecedentes familiares de alcoholismo. Manual para educadores y terapeutas*. Ed. Socidrogalcohol - Plan Nacional sobre Drogas. Barcelona. Barcelona. ISBN: 84-607-1138-2



Díaz, R. et al. (2004). *Guía de actuación preventiva para niños y jóvenes de familias con problemas de alcohol*. Ed. Socidrogalcohol - Plan Nacional sobre Drogas. Barcelona. ISBN: 84-609-1132-2.

Díaz, R., Gual, A., Serrano, L., Costa, S., Ferri, M.J., Grau, C. (2001). El programa Alfil: evaluación de marcadores de riesgo e intervención preventiva en hijos de alcohólicos. *Adicciones*, 13 (1), 39-49.

Díaz, R.; Serrano, L. (2001). *¿Alcohol en la familia? Una guía para ayudar a toda la familia a recuperarse del alcoholismo*. Folleto de autoayuda del Programa ALFIL. Barcelona: Socidrogalcohol - Plan Nacional sobre Drogas. Depósito Legal: B-35.702-2001

Díaz, R.; Ferri, M.J. (2002). Intervención en poblaciones de riesgo: los hijos de alcohólicos. In A. Gual (Ed.). Monografía sobre alcohol. *Adicciones*, 14 (Supl. 1), 353-374.

Díaz, R.; Serrano, L. (2003). *¡Siempre eliges tú! Lo que necesitas saber sobre el alcohol para tomar tus propias decisiones*. Folleto informativo para jóvenes del Programa ALFIL. Barcelona: Socidrogalcohol - Plan Nacional sobre Drogas. Depósito Legal: B-15.566-2003 ISBN: 84-933094-0-0

Díaz, R.; Gual, A.; García, M.; Arnau, J.; Pascual, F.; Cañuelo, B.; Rubio, G.; de Dios, Y.; Fernández-Eire, M.C., Valdés, R.; Garbayo, I. (2008). Children of alcoholics in Spain: from risk to pathology. Results from the ALFIL Program. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 43, 1-10. FI: 1.577

Gual, A.; Díaz, R (2002). Hijos de alcohólicos: factores de riesgo y estrategias preventivas. *Adicciones*, 14 (2), 201-208.

Hohman, M.M. (1998). Motivational Interviewing: An intervention tool for child welfare case workers working with substance abusing parents. *Child Welfare*, LXXVII (3), 275-289.

Miller, W.R.; Rollnick, S. (2002) *Motivational Interviewing. Preparing people for change*. New York: The Guilford Press.

Nastasi, B. K. (1998). Groups for prevention and intervention with children of alcoholics. In K. Callan, & T.R. Kratochwill (Eds.) *Handbook of group intervention for children and families*. (pp.193-219). Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Robinson, B.E.; Rhoden, J.L. (1998). *Working with children of alcoholics. The practitioner book*. SAGE Publications, Thousand Oaks - London - New Delhi

Schuckit, M.A.; Smith, T.L. (1997). Assessing the risk for alcoholism among sons of alcoholics. *Journal of Studies on Alcohol*, 58, 141-145.

Sher, K.J. (1991). *Children of alcoholics. A critical appraisal of theory and research*. Chicago: University of Chicago Press.

Typpo, M.H.; Hastings, J.M. (1984). *An elephant in the living room. A leaders guide for helping children of alcoholics*. CompCare Publishers.

Wolin, S.; Wolin, S.J. (1996). *The challenge model. Working with strengths in children of substance-abusing parents*. *Child and adolescent psychiatric clinics of North America*, 5 (1), 243-256.

La Comunicación en la Familia como factor de protección



MARISA ARISTU
Proyecto Hombre Navarra.

“Quiero que mis palabras digan lo que quiero que digan, y que tú las oigas como yo quiero que la oigas”

PABLO NERUDA

En el mundo empresarial, cada vez se le da más importancia a la comunicación. En las grandes empresas “Marketing y comunicación” van de la mano, se forma a los empleados y empleadas en estilos de comunicación eficaces para poder conseguir sus objetivos. Y ya sabemos que cuando en el mundo empresarial algo es importante, es porque tiene la posibilidad de mover mucho dinero. Si la comunicación en la empresa da esta posibilidad, ¿qué posibilidades ofrece dentro de la familia? ¿cuáles son sus beneficios?

Y cuando hablamos de comunicación ¿de qué hablamos? ¿cuáles son sus características y qué tipos hay? Vamos a ir detallando todo esto.

¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

- Podemos definir la comunicación como toda información que damos o recibimos en nuestro entorno, independientemente, del medio utilizado. (Tomado de la “Guía educativa para trabajar con grupos de padres y madres”. Gobierno de Navarra).

- La comunicación es un proceso interpersonal en el que los participantes expresan algo de sí mismos a través de signos verbales y no verbales con la intención de influirse de algún modo (J. Madrid Soriano).
- La comunicación es un proceso básico y consubstancial al ser humano. Es una herramienta imprescindible en nuestra vida y elemento esencial de nuestra realización personal. El ser humano vive en comunicación, nace de la comunicación y en la comunicación. (Tomado de la “Guía educativa para trabajar con grupos de padres y madres”. Gobierno de Navarra).

PROPIEDADES DE LA COMUNICACIÓN

Según WATZLAWIK, existen 5 reglas o propiedades del fenómeno de la comunicación:

1. No existe la no comunicación. La comunicación se produce lo quiera yo o no; es decir, no es posible no comunicar. Toda situación entre personas supone comunicación.
2. Existe en la comunicación un nivel de contenido y un nivel de relación. Comunicamos no sólo conceptos sino emociones, decisiones, convicciones... a través de un lenguaje analógico (fundamentalmente no verbal) y un lenguaje digital (verbal).
3. Las personas hacemos lecturas diferentes del desarrollo de los acontecimientos, según nuestra edad y situación, características personales, costumbres culturales, etc...
4. Nos comunicamos mediante palabras y signos pero también por un lenguaje corporal. La postura, voz, rostro... suelen expresar el nivel relacional. A veces existen contradicciones entre el verbal y no

verbal cuya congruencia sería útil verificar.

5. La comunicación puede establecer una estructura simétrica o complementaria

Simétrica: Relación de competencia por el saber y la autoridad.

Complementaria: Es rígida cuando una de las personas quiere controlar la actividad de la otra persona y ésta actúa como sujeto pasivo. Es recíproca o tiene colaboración activa cuando hay un reconocimiento de competencias y capacidades mutuas.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación puede darse en tres modalidades diferentes:

- La comunicación **INTRAPERSONAL**, o consigo mismo: es un tipo de comunicación que se está produciendo constantemente en nuestro interior. Son los propios pensamientos, sentimientos, emociones o sensaciones corporales.
- La comunicación **NO VERBAL**: es la que no se transmite a través del lenguaje oral o escrito. El mensaje de la comunicación no verbal constituye la manera de decir las cosas, cómo las decimos, más que lo que decimos. Es el tipo de comunicación ideal para expresar sentimientos y emociones.
- La comunicación **VERBAL**: utiliza como soporte el lenguaje tanto oral como escrito y se divide en dos sectores:
 - a) La comunicación expresiva que abarca la palabra y la escritura
 - b) La comunicación receptiva que consiste en escuchar y leer.

Cuando los lenguajes verbal y no verbal entran en contradicción, las personas expertas aconsejan hacer caso al no verbal, porque éste no está bajo el control de la conciencia y por lo tanto es menos manipulable.



ELEMENTOS FUNDAMENTALES EN LA COMUNICACIÓN

EL EMISOR: es quien percibe una situación y la procesa. Desde su manera de ser piensa y siente de una determinada manera sobre dicha situación. En función de todo esto establece unos objetivos y actúa.

EL RECEPTOR: es quien percibe la actuación del emisor. Igualmente, desde su manera de ser, piensa y siente de una determinada manera sobre esta actuación y a su vez responde ante este mensaje.

Para que la comunicación sea eficaz, no sólo se trata de transmitir un mensaje con claridad, sino también que dicho mensaje tenga sentido para quien lo escucha, y pueda dar una respuesta. Por tanto es necesario que el emisor consiga que el receptor:

- Escuche
- Comprenda el mensaje
- Valore su contenido
- Lo acepte y actúe.

Diríamos que el proceso de la comunicación tiene varias fases:

- Elaboración de la idea-mensaje por el emisor
- Codificación del mensaje.
- Transmisión del mensaje.
- Recepción del mensaje por parte del receptor.
- Descodificación (el receptor comprende el mensaje).
- Respuesta del receptor al emisor.

Y es aquí donde, dependiendo del estilo que utilicemos, conseguiremos