

Este apartado forma parte del libro:

Programa de intervención por consumo de metanfetamina tipo cristal (PIMEC)

*Kalina Isela Martínez Martínez
Marielena Eudave Patiño
Yancarlo Lizandro Ojeda Aguilar
Lorenia Robles Villarreal
Raúl Martín del Campo
(Coordinadores)*



editorial.uaa.mx



libros.uaa.mx



revistas.uaa.mx



libreriavirtual.uaa.mx

Número de edición: Primera edición electrónica

Editorial(es):

- Universidad Autónoma de Aguascalientes

País: México

Año: 2025

Páginas: 209 pp.

Formato: PDF

ISBN: 978-607-2638-88-4

DOI:

<https://doi.org/10.33064/UAA/978-607-2638-88-4>

Licencia CC:



Disponible en:

<https://libros.uaa.mx/uaa/catalog/book/370>

ROMPIENDO EL ESTIGMA

4

Kalina Isela Martínez Martínez
Lorenia Robles Villarreal

Introducción

Había veces que me quedaba enfrente de las casas, como que me quedaba afuera, y me decían: “No, pues, que vete para allá; no, pos, que aquí no te quiero”, y así. También andaba todo sucio, ¿vedá?

Tratar el estigma en los programas de intervención es crucial, ya que hablamos de uno de los mayores obstáculos que enfrentan las personas usuarias de sustancias: la percepción negativa y la discriminación social. Goffman, en su obra *Estigma: La identidad deteriorada* (2006), define el estigma como un atributo profundamente desacreditador que reduce al individuo que lo posee de una persona completa y normal a una marcada, devaluada y rechazada por la sociedad. Este proceso de estigmatización implica la categorización de los individuos como diferentes y, por lo tanto, inferiores, basándose en características específicas que la sociedad considera inaceptables (Goffman, 2006). Livingston *et al.* (2012) señalan que el estigma asociado con el consumo de sustancias puede impactar negativamente en la salud mental de las personas, llevándolas a internalizar actitudes negativas, lo que resulta en vergüenza, culpa y baja autoestima. Las personas estigmatizadas a menudo experimentan una “identidad deteriorada”, como lo describe Goffman (2006), lo que puede conducir a problemas graves de salud mental, como la depresión y la ansiedad.

Nuestra investigación ha demostrado que una de las barreras en la búsqueda de tratamiento en las personas usuarias de cristal es el temor a ser juzgadas o discriminadas (Martínez *et al.*, 2024), lo que es particularmente problemático en el contexto del consumo de cristal, donde la necesidad de tratamiento y apoyo es vital. El estigma puede crear barreras significativas para acceder a servicios de salud y rehabilitación, perpetuando el consumo y dificultando la recuperación (Ahern *et al.*, 2007). Cabe mencionar que las personas usuarias de cristal pueden enfrentar discriminación en múltiples áreas de su vida, incluido el empleo, la vivienda y las relaciones personales, creando una división entre nosotros y ellos, exacerbando la exclusión social y limitando las oportunidades para la reintegración y la recuperación (Goffman, 2006). Esta separación

social no sólo afecta la autoestima y el bienestar de los individuos, sino que también perpetúa los ciclos de exclusión y marginalización (Goffman, 2006).

Con base en lo anterior, este componente cuenta con una sesión que tratará el estigma estructural, social y personal (autoestigma) sobre el consumo, con el objetivo de identificar formas de reducir su impacto y evitar que esto sea una barrera para la búsqueda y mantenimiento en su tratamiento.

Objetivo general

Proporcionar información acerca de qué es el estigma estructural, el estigma social y el autoestigma, así como ejemplificar con herramientas útiles para entenderlo, con el fin de evitar que se convierta en una barrera para el acceso y mantenimiento en el tratamiento por el consumo de cristal.

Sesión 5

Introducción a la sesión

El estigma asociado al consumo de cristal no solamente impacta la autoestima y la salud mental de las personas, sino que también crea barreras significativas para el acceso a servicios de salud y rehabilitación, perpetuando el ciclo de consumo y dificultando la recuperación (Ahern *et al.*, 2007). Estas barreras pueden incluir el miedo al rechazo, la discriminación en instituciones de salud y la falta de apoyo en la comunidad.

Durante esta sesión, se explorará qué es el estigma, los tipos de estigma y cómo afectan a las personas que consumen cristal y las oportunidades para acceder a un tratamiento. Reflexionaremos acerca de cómo el estigma, a través de los demás y de nosotros mismos, puede influir en nuestras decisiones y en nuestro bienestar general. También se desarrollarán estrategias prácticas para contrarrestar el estigma, esto incluye aprender a identificar y desafiar los estereotipos negativos, así como fomentar la autoaceptación y la autocompasión.

Objetivo de la sesión

Crear un espacio seguro para que las personas usuarias puedan compartir sus experiencias, reconocer el estigma (estructural, social y el autoestigma) asociado al consumo de cristal, además de desarrollar herramientas para enfrentarlo de manera efectiva, con el propósito de reducir el impacto en las personas usuarias.

Duración:

45 a 60 minutos.

Material:

- Actividades planteadas en la sesión.
- Lápiz y goma.

Procedimiento

1. Rapport

La sesión comienza dando la bienvenida a la persona usuaria, creando un ambiente cómodo y seguro para compartir. A continuación, se recordarán los temas y actividades realizadas en la sesión anterior, en la cual se analizó el consumo por medio del ejercicio del balance decisional. Posteriormente, se revisará el autorregistro de deseo por el cristal, observando cualquier patrón de cambio que haya notado. Finalmente, continuaremos con las actividades diseñadas para esta sesión.

2. Actividades

1. Revisión del autorregistro.
2. Identificando y rompiendo el estigma.

3. Cierre de sesión

Para concluir la sesión, recapitularemos los temas discutidos y enfatizaremos en la importancia de desarrollar estrategias prácticas para contrarrestar el estigma. Además, se comentará como un adelanto de la próxima sesión la importancia del autocuidado en su vida diaria.

Material de la sesión 5

Había veces que me quedaba enfrente de las casas, como que me quedaba afuera, y me decían: “No, pues, que vete para allá; no, pos, que aquí no te quiero”, y así. También andaba todo sucio, ¿vedá?

Revisión del autorregistro

Instrucciones

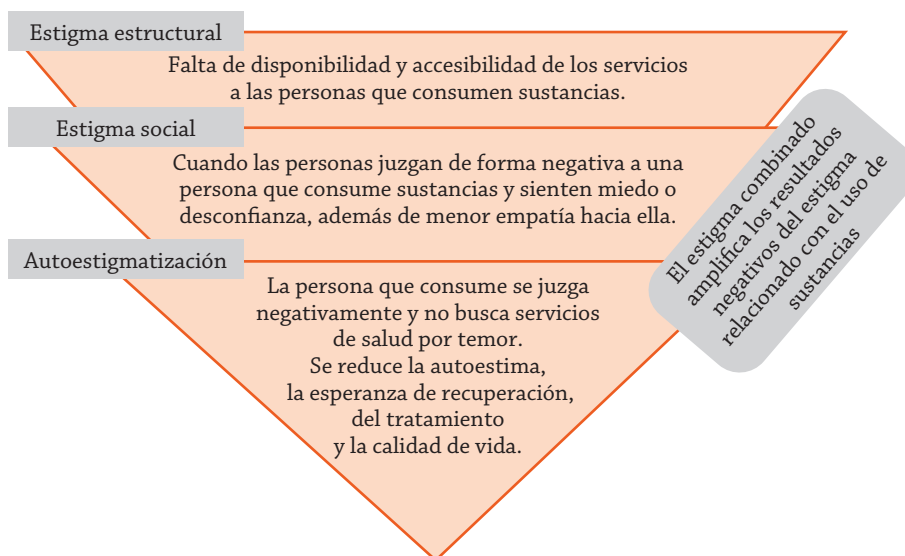
Ahora vamos a comenzar revisando cómo te fue en la semana con tu registro del deseo por el cristal. Es importante que veamos si en la semana pasada tuviste algún deseo por el cristal y en qué situación se presentó. Al finalizar el llenado del autorregistro, verificaremos si durante la semana pusiste en práctica alguna estrategia aprendida en las sesiones anteriores y describirás cómo la utilizaste.

Identificando y rompiendo el estigma

Cuando alguien consume alguna sustancia, la familia, los amigos o la sociedad pueden poner etiquetas que hacen sentir culpa, tristeza o enojo. Recuerda: esas etiquetas no siempre son verdad y no te definen como persona. A continuación, conocerás qué es el estigma, los tipos que existen y cómo pueden afectar tu vida cotidiana.

¿Qué es el estigma o la estigmatización?

El estigma es el conjunto de las actitudes y creencias desfavorables que “desacreditan o rechazan” a una persona o a un grupo por considerarles diferentes. El estigma tiene importantes consecuencias sobre el modo en que los individuos se perciben a sí mismos, lo que genera una devaluación de las personas. Una persona que consume sustancias puede vivir los siguientes tres tipos de estigma (ver Figura 2):



Nota: descripción de los tipos de estigma que puede experimentar una persona que consume cristal. Obtenido de: OEA CICAD (2022).

Figura 2. Tipos de estigma

Instrucciones

A continuación, leerás algunas situaciones que han experimentado Sol y Memo. Después de cada una, elige el tipo de estigma que está presente: estructural, social o autoestigma.

• Ejemplos:

Sol piensa que ella es muy mala porque no puede dejar de consumir cristal, aunque muchas veces se lo ha prometido a sus hijos.

¿Qué tipo de estigma es?

a) Estigma estructural

b) Estigma social

c) Autoestigma

Sol se siente señalada cuando camina por las calles de su colonia y las personas le dicen “drogadicta”.

¿Qué tipo de estigma es?

a) Estigma estructural

b) Estigma social

c) Autoestigma

Memo no quiere ir a un centro de salud cuando se siente enfermo porque percibe que lo miran “feo” y a menudo lo regañan por su consumo y no lo atienden.

- ¿Qué tipo de estigma es?
- a) Estigma estructural
 - b) Estigma social
 - c) Autoestigma

Memo se ha sentido rechazado porque su familia prefiere no invitarlo a las reuniones desde que consume cristal.

- ¿Qué tipo de estigma es?
- a) Estigma estructural
 - b) Estigma social
 - c) Autoestigma

¡Ahora es tu turno!

- Marca una palomita en el tipo de estigma que has vivido y escribe un ejemplo:

Tipo de estigma	Marca con X o una palomita el que has experimentado	Ejemplo
Estructural (instituciones): situación donde sentí rechazo en una institución.		
Social (personas): situación donde sentí rechazo en mi círculo social.		
Autoestigma (yo mismo): situación donde me rechacé a mí mismo.		

Para evitar el estigma, es importante reconocer la existencia de ideas o creencias falsas que hacen sentir culpa a las personas que consumen sustancias. Muchas veces se les acusa de “viciosos”, cuando en realidad es una enfermedad.

- Identifica si las siguientes frases son falsas o verdaderas:

Las personas que consumen sustancias son culpables de su adicción.

- a) Verdadero b) Falso

El consumo problemático de cristal es una enfermedad como la diabetes.

- a) Verdadero b) Falso

Las personas que consumen sustancias son peligrosas y siempre mienten.

- a) Verdadero b) Falso

Herramientas para evitar la estigmatización

1. Utilizar un lenguaje centrado en la persona

Personas que consumen sustancias ✓	Adicto, yonqui y drogadicto ✗
Personas que alguna vez consumieron sustancias ✓	Exadicto ✗
Consumo problemático de sustancias ✓	Adicción ✗

Nota: ejemplo del lenguaje que debe ser utilizado para evitar el estigma con personas usuarias de cristal. Obtenido de: OEA CICAD (2022).

Figura 3. Palabras que ayudan a no estigmatizar

2. Cambiando mis estereotipos o creencias falsas

Para cambiar los estereotipos o creencias falsas que tienes sobre ti mismo, primero tienes que preguntarte: ¿Lo que dicen sobre mí o piensan sobre mí es totalmente cierto? Lee el ejemplo de Sol para que sea más fácil realizar el ejercicio.

• Ejemplo de Sol:

Estereotipo o creencia falsa que he escuchado:	¿Lo que dicen sobre mí o piensan sobre mí es totalmente cierto?
Mi mamá me decía que era mala persona por el hecho de consumir cristal.	No soy una mala persona. Actúo diferente cuando consumo, a veces de manera violenta y haciendo daño a otros. Y es una de las razones por las que quiero dejar de consumir.

¡Ahora es tu turno!

**Estereotipo o creencia
falsa que he escuchado:**

¿Lo que dicen sobre mí o piensan sobre mí es totalmente cierto?

Ahora escribe una frase corta que te recuerde que esos estereotipos o comentarios no te definen. Lee primero el ejemplo de Sol para que te ayude como ejemplo. Sol escribió la siguiente frase: “Mi consumo no me hace una mala persona, por lo que nadie tiene derecho a maltratarme por esa razón”.

¡Ahora es tu turno!

