



## *Legislatura de la Provincia de Río Negro*

### FUNDAMENTOS

La campaña oficial alertando acerca del problema de la drogadependencia, lanzada por la Secretaría para la Prevención de la Drogadicción, que encabeza Julio César Aráoz, incluye cinco spots de poco más de un minuto de duración cada uno. En tres de ellos aparece el subsecretario de Prevención y Asistencia, Alfredo Miroli, conversando con dibujos animados de dos adolescentes: Varón y mujer. Miroli se refiere a los efectos que producen en el organismo la marihuana, la cocaína y el éxtasis, lo cual genera en los adolescentes una reacción de miedo, visible a los ojos del espectador.

En el cuarto spot de la campaña, se ve el subsecretario de Prevención y Asistencia, dando una charla a un grupo de jóvenes y entre ellos puede observarse la presencia de Fleco y Mele, los dibujos animados que representan a los adolescentes con quien la campaña inició su mensaje. En esta ocasión el doctor Miroli expresa: "Las drogas destruyen tu sistema nervioso, tu corazón, tu sexualidad, tu libertad, tus proyectos, tu futuro. No dependas. De vos depende".

En el último de los spots, los adolescentes llegan al despacho de Aráoz para plantearle la preocupación por un compañero que se droga, preguntando si es tan serio el asunto. Aráoz responde: "Desde el momento que se droga ya perdió la voluntad y la libertad. Tenemos que plantearnos hacer entre todos una sociedad libre de drogas y no con libertad para drogarse porque lo primero que se pierde es la libertad".

Del análisis de los mensajes explícitos de la campaña lanzada por la Secretaría de Prevención de la Drogadicción, surgen a nuestro entender, diversos aspectos que creemos necesarios remarcar, teniendo en cuenta que el impacto de los medios de comunicación a nivel de la población, contribuye a la generación de opiniones y consecuentemente al aprendizaje de actitudes.

En primer lugar, cabe destacar que la campaña hace hincapié en los efectos que provocan en el organismo y a nivel psíquico el consumo de drogas. Nada se dice acerca de las causas que motivan a una persona y en particular, a los adolescentes, a iniciarse en el consumo de drogas.

Como bien señalaba un especialista hace ya bastante tiempo, el paradigma de la droga es que siendo un objeto prohibido es a la vez el objeto más promocionado toda vez que se habla de la droga desde un mensaje de miedo, como un flagelo o como un vicio y no se buscan las causas del consumo.

Por otra parte, el mensaje de la prevención del fenómeno no debe quedar únicamente en manos de especialistas, sino que las organizaciones de la comunidad y los jóvenes debieran contar con espacios para la reflexión de este problema y desde estos mismos espacios convocar al trabajo conjunto de los medios de comunicación, para encontrar alternativas de solución a las causas que lo generan.

El médico toxicólogo Alejandro Carrá del Hospital Ramos Mejía, explicó en una entrevista concedida al Diario "Página 12" que: "La juventud necesita otro tipo de mensaje,



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

no sólo la explicación de cómo daña la droga el organismo. En los spots no se ve la perspectiva del drogadicto; todos los pacientes que atiendo saben que las drogas complican su salud, pero igual se drogan por otros motivos. No creo que el que se droga deje de hacerlo con esta campaña".

Por su parte, Daniel Campagna, presidente de la Asociación de Comunidades Terapéuticas Argentina (ACTA) advirtió que: "En una campaña televisiva es fundamental que se incluya un teléfono al cual se pueda recurrir". Al mismo tiempo, Camilo Verruno, representante argentino del proyecto Cono Sur para reducción del consumo de drogas en América Latina opinó que: "Deberían diseñarse programas preventivos, de concientización e información a largo plazo".

Creemos que las sugerencias de profesionales que trabajan en la temática de las adicciones son oportunas, en tanto lo que se propone es prevenir desde un modelo que no acentúe el protagonismo de la droga, sino básicamente indagar en las causales que provocan la dependencia a una sustancia.

Asimismo, la campaña debe contemplar la posibilidad de incluir un número telefónico o dirección en caso de aquellas personas que requieran ayuda.

Por ello:

AUTOR: Ricardo Sarandría

FIRMANTE: Nidia Marsero



*Legislatura de la Provincia  
de Río Negro*

## **LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO COMUNICA**

Artículo 1°.- A la Secretaría de Prevención de la Drogadicción de la Nación, considere en la emisión de futuros mensajes relacionados a la prevención de la drogadependencia, el abordaje de la causas que motivan el consumo de sustancias tóxicas, dando especial atención a la significación que en la etapa de la adolescencia presupone dicha conducta. Atento a ello, se debiera contemplar que los mensajes no estén relacionados a prevenir desde el temor, sino a educar desde la participación y el compromiso.

Asimismo, se sugiere que en los spots, las futuras campañas incluyan teléfonos y direcciones a donde las personas puedan solicitar ayuda.

Artículo 2°.- De forma.