



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O IMAGINÁRIO DA DROGADIÇÃO UMA ANÁLISE DAS CAMPANHAS ANTIDROGAS¹

Ana Marusia P. Lima MENEGUIN

Professora de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Brasília,
UniCeub

RESUMO - *O uso indevido de drogas comparece como grande desafio deste tempo, ultrapassando o indivíduo para localizar-se nas relações que este estabelece com a sociedade. Os esforços contrários, em especial a propaganda, insistem em associar a drogadição a ilegalidade ou reduzi-la a perversão. Contudo, enquanto não se aprofundarem nos aspectos simbólicos do fenômeno, presentes no imaginário da cidade, da religião, da família, da juventude, da mídia, tendem a reforçar ainda mais justamente o que pretendem combater.*

Como objeto, foram escolhidos oito filmes publicitários assinados pela ONG Associação Parceria contra as Drogas, veiculados entre 1996 e 2002.

Palavras-chave: drogadição; propaganda; imaginário.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



1. Introdução

A drogadição (uso indevido de drogas) é um problema complexo de ser abordado, porque confronta aspectos como: repressão, relações de poder e educação; a possibilidade de auto-realização do indivíduo, seu livre-arbítrio, sua liberdade e as normas de convivência social; a discrepância entre o discurso oficial e a realidade do homem das cidades. O fenômeno envolve as esferas sociais, econômicas e políticas, e tem significações distintas para o indivíduo e para a sociedade. Para o indivíduo, “é o domínio de uma dialética universal entre liberdade e dependência. Para a sociedade, é o domínio dos limites e riscos contidos nas relações com os objetos que esta sociedade produz no âmbito do bem-estar e do prazer” (MOREL, 1989, in Relatório Preliminar do I Fórum Nacional Antidrogas- SENAD).

Nenhum esforço contrário estaria sendo empregado pela sociedade se a drogadição não representasse uma ameaça. Cabe saber que critérios de abordagem foram escolhidos, para alcançar o objetivo final, o de eliminar ou amenizar essa ameaça.

Este estudo focaliza, dentro de todo o universo de estratégias antidrogas, os filmes publicitários assinados pela Associação Parceria Contra as Drogas, uma organização não governamental, sem fins lucrativos, constituída por empresários de vários setores da iniciativa privada. As campanhas tiveram início em novembro de 1996. Desde então, grandes agências de propaganda têm se alternado na criação voluntária de peças, veiculadas gratuitamente pela mídia, contando atualmente com 29 filmes. Selecionaram-se oito deles (aqui nomeados *peixe*, *marionete*, *batata*, *descarga*, *Marília Gabriela*, *Carlinhos Moreno* e *Eliana*) como bases para categorização dos imaginários presentes na drogadição: Cidades; Religião; Família; Jovens; Mídia. Ao mesmo tempo, os VTs fornecem abordagens diferentes, de acordo com o ângulo de visão acerca do problema: Morte; Dependência (ou falta de liberdade); Ilegalidade, Repressão, Marginalização e Exclusão; Responsabilidade e Apoio.

Os VTs são analisados em dois aspectos, o ideológico – indicando as estratégias do discurso vigente - e o arquetípico – localizando os elementos universais e atemporais do discurso, figurados na Mitologia Grega. À interpretação, segue a descrição do



contexto histórico e psicológico de cada imaginário, desenhando o cenário que justifica a sua adoção pela sociedade atual. As análises se atêm ao explícito, não procurando inferir nada que já não esteja presente no discurso. Não pretendem “desmascarar”, mas evidenciar ainda mais a superfície, recuperando do que se tornou óbvio a capacidade de fomentar a discussão.

Para arcabouço teórico, foram trabalhados vários conceitos sobre imaginário, imaginação, imagem, símbolo, arquétipo, ideologia e utopia. Também são vislumbradas algumas possibilidades para se lidar com o problema do uso indevido de drogas na sociedade contemporânea, utilizando a mídia como apoio.

2. O imaginário dos homens das cidades tecnocratas

VT Peixe

a) Descrição: Fundo preto, aquário em primeiro plano. Um peixe dourado salta, cada vez mais freneticamente, para fora do aquário, até que cai no chão e morre. O locutor compara essa atitude à de um drogadito, que quer dar saltos cada vez maiores para sair da realidade, até que não a encontra mais.

b) Análise ideológica: repreende-se o peixe, ou o drogadito, querendo-se demonstrar que sua atitude é ilógica e incompreensível. Por que insistir em um comportamento que acabará levando à morte? Os aspectos formais do VT podem revelar outra faceta. O peixe está sozinho, em um aquário mínimo, sem nenhuma recriação de seu habitat. Saltar fora do aquário é, inclusive, um comportamento normal, justificado pelos criadores como recusa à mudança de ambiente, à prisão forçada. O peixe quer fugir de uma realidade que não pediu e não suporta. Como ao drogadito, também foi imposta uma realidade opressora externa e anterior ao seu ato. Além disso, o drogadito é marginalizado ao ser comparado ao peixe, um ser irracional que não percebe as consequências de seu ato.

c) Análise arquetípica: o peixe é como Ícaro. Conta a Mitologia Grega que Ícaro e seu pai, Dédalo, foram presos no Labirinto de Creta. Para fugir, Dédalo fez dois pares de

asas, um para si e um para o filho. Em seguida, alertou-o: não descer muito para que as

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



asas não ficassem úmidas e pesadas; não subir muito, para que as asas não derretessem ao sol. Fascinado com as alturas, Ícaro subiu demais e acabou caindo e morrendo. O próprio pai forneceu ao filho a causa de sua morte, com a intenção de libertá-lo, mas com riscos graves para um jovem que se encontrava preso e queria fugir o mais rápido possível. Ressalte-se que Dédalo construiu não só as asas, mas também o labirinto.

d) Contextualização: O labirinto de Dédalo é a cidade. Para Fernando Cesarman (in KALINA, 1999, 141-146), com base no trabalho de Kalina e Kovadloff, o homem constrói a cidade buscando o ideal de um paraíso, capaz de saciar todos os impulsos de imediato; proporcionar prazer; colocar à disposição todas as paisagens inimagináveis; acumular toda a história e cultura do mundo em meios perenes. Mas, apesar de todo seu domínio tecnológico, fracassou nesse objetivo, ao tentar resolver os problemas da sua sobrevivência com hedonismo a qualquer preço, ignorando a essência da gratificação humana: sexo, afeto, contato, comunicação. A própria tecnologia parece usar o homem, exigindo que ele mergulhe em um processo industrial interminável, sem oferecer gratificação, alienando-o.

O homem cria um novo ambiente, oposto ao natural, e até mesmo inconciliável com este. Mas não consegue encontrar-se consigo próprio nesse meio, é um estranho, sente-se só na multidão, e sua depressão reflete-se em agressividade, cada vez mais fora de controle.

O mundo pós-moderno, em sua ânsia de satisfazer todos os desejos, imprime uma velocidade vertiginosa às mudanças sociais. Força a obsolescência prematura dos objetos e compensa a perda de outros com a criação de mais e mais objetos. Produz-se um vazio insaciável, levando à adição (inclinação ou apego a alguma coisa) que, por sua vez, corrobora ainda mais para que o vazio retorne (opus cit., 151).

O próprio homem é também um objeto. Cesarman distingue cinco protótipos para ele (opus cit., 149-152): o homem que haverá de realizar-se, *adito* ao progresso; o homem obsoleto; o homem substituível, descartável; o homem auto-suficiente, adito ao trabalho; o homem independente, que se rebela contra o sistema mas luta usando as



mesmas armas do inimigo, ao tentar criar seu próprio sistema. Aos cinco protótipos, acrescenta-se o homem dessacralizado, definido por Jung e Eliade.

3. O Imaginário do ambiente dessacralizado – o lado negro de Narciso

Eliade esclarece que o homem primitivo agia segundo um tempo original. Suas atitudes e atividades remetiam àquelas que foram realizadas pelos deuses quando da criação do mundo. Ao repeti-las, revivia esse tempo e sentia-se criador de um tempo novo. Na vivência das iniciações de passagem, da infância para a juventude, da juventude para o matrimônio, o homem entendia que, para nascer o novo, era preciso morrer o antigo. Sentia-se parte do mundo e, tal qual o dia sucede a noite, nutria em si a esperança de renascimento constante e imortalidade.

No fim do século XX, sequer Deus existe. Quando a ciência do século XVIII aparece para “libertar o homem” com as “verdades racionais e lógicas”, abandona-se o imaginário, descarta-se a bagagem “primitiva” da humanidade, desmitificam-se e dessacralizam-se os dogmas da fé para fundamentá-los em fatos históricos positivos. Cria-se um “vazio existencial produzido pela evaporação das visões de mundo numa ordem social inteiramente perpassada pela ciência. (...) O mundo desencantado (Weber, 1965) e sem Deus (Heidegger, 1962), marcado pela absoluta racionalidade científica, produziu formas inéditas de desamparo quando foram silenciadas as utopias do Iluminismo e da Modernidade” (INEM & ASCEHAD, 1993, 66). Sem Deus, perde-se a noção de limite: tudo é permitido.

Freud fala sobre o “mal-estar da civilização”, presente no ceticismo das últimas décadas do Século XX, quando se descobre que o capitalismo não foi capaz de concretizar o ideal de felicidade iluminista. Na definição de Joel Birman, o mal-estar revela a oposição entre as exigências constantes em assimetria às possibilidades



psíquicas de satisfação, reguladas pela ordem simbólica. Instala-se a angústia, revelando permanentemente ao sujeito sua condição estrutural de desamparo (opus cit., 64).

Yaríá (1995, 71 e 114) apresenta, então, mais três protótipos do sujeito pós-moderno: o suicida - não pode perguntar-se pela morte, e nem vivenciá-la ritualisticamente em seus momentos de passagem; então procura alucinadamente por ela nos tóxicos ou estilos de vida patológicos; o adito – a não discussão de temas-chave da existência o encapsula dentro dos modelos sociais, dos modismos, da cosmética, as diferentes próteses que o aliviam da angústia da passagem do tempo; o narcisista – a mesma sociedade de massas que ordena os desejos dos grupos humanos “mostra-lhes que o individualismo é a única saída possível. É uma massificação e diversificação de condutas. Uma solidão narcisista dentro do conjunto”.

Com efeito, o arquétipo predominante na drogadição é o de Narciso, com enfoque em seu lado negro. Conta o mito que Narciso, um mortal, era mais belo que os imortais, orgulhoso com relação àqueles que o amavam. Narciso apaixonou-se por sua própria imagem refletida no lago. Tentou beijá-la e morreu afogado, indo para as profundezas do inferno de Hades. Até hoje, tenta ver-se nas águas negras do Rio Estige. Seu nome deu origem a “narcisismo”, o mal do imaginário pós-moderno, o individualismo exacerbado, o amor incestuoso e patológico à própria imagem, à própria sombra, o apego à irrealidade. No lago onde Narciso se afogou, nasceu uma flor amarela, o narciso, de perfume embriagante. Daí a palavra “narcótico”. (BRANDÃO, 1988)

Perdido nesse mundo e nesse tempo caleidoscópicos, o homem narcisista tenta suprir seu vazio com cada vez maior quantidade de adições, como as drogas. Birman demonstra que a droga é fascinante porque é uma promessa de que o sujeito não se confrontará com o desamparo.

O arquétipo de Narciso encontra terreno, principalmente, entre crianças e jovens, o “subproduto” dessa sociedade, o “depósito” onde é possível encontrar, com mais exatidão, os efeitos perversos do sistema. A cidade tecnocrata extingue a intimidade e a renúncia, indispensáveis para que os filhos cresçam independentes (KALINA, 1999, 146-147). Sentindo-se incapazes de agir diante dos impulsos, mergulham no narcisismo.



Se os pais repelem o narcisismo dos filhos, os impulsos são recalçados; se os pais são coniventes, os efeitos se mantêm. Volta-se ao drama de Dédalo e Ícaro, o pai como construtor do labirinto e, ao mesmo tempo, o que dá as asas, marcando a presença da família no cenário da drogadição, ainda que de forma sutil. Outro VT assinala essa presença mais explicitamente: o VT Batata.

4. O imaginário da família

VT Batata

a) Descrição: uma pessoa tenta segurar uma batata quente. Transfere-a de uma mão para outra até passar para outra pessoa, que repete o ato passando-a para uma terceira, e assim por diante, até que o último joga a batata em um recipiente, que não se sabe uma panela ou uma lata de lixo. O recipiente é então tampado.

b) Análise ideológica: O VT mostra o drogadito como uma “batata quente” na mão da família, ou seja, como o pivô de uma situação insustentável. Ninguém quer assumir o problema, nem se responsabilizar por ele. A família desestruturada faz um “pacto criminoso”. O equilíbrio, ou a “harmonia que um dia houve”, só podem ser readquiridos com o sacrifício de um “eleito”, o filho. As circunstâncias empurram-no para a drogadição, explicitando sua condição de “ovelha negra”. Quando a situação fica insuportável, o jovem vê a droga e a si mesmo como impotentes, o vazio retorna mais poderoso, e a morte, o suicídio, mostra-se como a última instância de prazer e paz. O drogadito acaba preferindo “aceitar sua irrecuperabilidade como destino trágico” (KALINA,1999, 45) – a panela ou a lata de lixo.

c) Análise arquetípica: A batata quente remete à história de Faetonte, que pediu emprestado o carro do Pai, o Sol, para provar a linhagem aos amigos. Despreparado, o jovem perde o controle dos cavalos e acaba por incendiar a Terra, que pede clemência ao Deus dos Deuses. Zeus atende à prece fulminando o rapaz com um raio. A Mitologia Grega não é econômica no que diz respeito ao sacrifício daquele que ultrapassa o equilíbrio e a harmonia. Com Faetonte, não foi diferente. Nota-se a presença do pai na tragédia, atendendo aos desejos do filho mesmo não concordando com eles.



d) Contextualização: A família tem papel crucial no problema das drogas. Como a sociedade, é também responsável pela drogadição do jovem quando não lhe oferece o apoio necessário.

Para Inem e Ascehad (1993, 17), “as mães dão um empurrãozinho para o destino trágico do drogadito de amanhã”, com a chupeta, a mamadeira, uma “gotinha mágica para sarar”. Isso compromete duplamente a criança: “a) não dá tempo para que ela elabore suas sutis inquiuições, isto é, ela não consegue experienciar o sofrimento e é logo socorrida; b) logo aprende que a medicação é a única via para tratar os males” (SANTOS, 1997, 111). Kalina (1999, 187) identifica esse processo como a “síndrome de Popeye”, sendo a droga o “espinafre”, o “combustível” para vencer a infelicidade.

A família não pode, entretanto, ser a única crucificada por toda essa problemática, porque talvez seja mais vítima que culpada. Todas as instituições passam por uma crise de legitimidade e não há, a curto e médio prazo, a possibilidade de se estabilizar o desequilíbrio. Os pais ora pecam por repressão, ora por omissão ou por superproteção. Em uma sociedade mais complexa que a tradicional, a adolescência mostra-se muito mais conflituosa, para a qual não há receita ou aplicação de conhecimentos anteriores, porque os pais dos pais (avós) não se confrontaram com situações dessa natureza.

5. O imaginário da juventude pós-moderna

VT Marionete

a) Descrição: Fundo preto. Um ator está vestido de marionete, com camisas de força, coberto de pó branco, preso ao teto por fios. Não é possível ver quem o está manipulando. O locutor dá uma série de ordens ao boneco: “fuma, cheira, ninguém tem nada a ver com isso, a vida é sua”. O boneco cai morto e o locutor (que então personifica o manipulador da marionete) ordena que venha o “próximo”.

b) Análise ideológica: o jovem é mostrado como um brinquedo, totalmente irresponsável, manipulado pelo “tráfico” e incapaz de tomar qualquer decisão sozinho. Incapaz, inclusive, de mudar sua situação. É dado a entender que a recuperação é impossível e que a morte é necessária para libertação.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



c) Análise arquetípica: os fios representam o destino, impessoal, inflexível, a projeção de uma lei que nem mesmo os deuses podem transgredir sem colocar em risco a ordem universal, definido pelas três Moiras da Mitologia Grega: Cloto fiava o fio da vida; Laquesis sorteava e enrolava o fio de quem ia morrer; e Átropos cortava-o. Trata-se de uma visão comodista, de uma sociedade que não quer se comprometer, que não considera a liberdade ou o livre-arbítrio, que joga a responsabilidade no destino inexorável: quem erra deve morrer.

d) Contextualização: Para Kalina (1999, 176-179), esta é uma época desumanizada. A destruição do meio ambiente, a guerra, a exclusão, as teorias apocalípticas, a maquinização, o mercantilismo, a ideologia que critica a utopia de um mundo melhor, que produz a violência exacerbada, a drogadição, a perversão, o suicídio, tudo diz: A VIDA NÃO VALE NADA.

Criam-se os paraísos artificiais, mas para os jovens, que necessitam de ilusões e têm toda a vida pela frente, “o niilismo dos adultos é insuportável”. Para sobreviver nesse contexto, precisam de “combustíveis especiais”, legais (álcool, fumo, psicofármacos) ou não (maconha, cocaína), ainda que essa sobrevivência signifique a morte. Tornam-se “mutantes”, “bodes expiatórios” desse processo cultural.

Segundo Kalina, o jovem, como um dos que formam “a inteligência do mundo”, ao se posicionar contra toda essa debilidade, torna-se perigoso para a manutenção do sistema. Deve, portanto, ser “sedado”. Não se trata de complô que premedita contra o ser humano. “A situação surge como produto de uma interação de experiências que se deram através da história. A conquista da China se fez com o ópio, a do oeste com o álcool”, a do movimento hippie e dos movimentos estudantis com a arma da droga, nos anos 60, quando tudo apontava para uma mudança vertiginosa, de entusiasmo incomparável.

O adolescente é mais vulnerável não só pelo desenlace da infância, mas porque atravessa uma fase repleta de crises, instâncias como a diferenciação de gerações e sexos, a busca da identidade social, profissional e vocacional, o encontro com uma civilização, sua cultura, seus valores, sua ética. (YARÍA, 1995, 53). Para Winnicott (in



YARÍA,1995, 52) “a adolescência tem um único remédio: o tempo. Tempo para separar-se, crescer, ser.” Mas o tempo foi reduzido em sua dimensão pelo imediatismo e pela coisificação pós-moderna. O resultado foi uma juventude doente.

O jovem não é incapaz, indefeso, pelo contrário. Precisa enfrentar os conflitos e perdas, necessários para crescer. Ao ser reprimido ou superprotegido, passa a procurar soluções fáceis. O paternalismo transforma o adolescente em um ser de estrutura frágil, dependente do controle institucional, de orientações e proteção: um jovem narcisista, um ser que precisa ser protegido. É usuário de drogas, mas não participa do processo. Como um produto de supermercado, a droga não tem histórico nem origem, simplesmente chega às suas mãos. O próprio contato com traficantes só é estabelecido posteriormente, em estágio mais avançado. A primeira experiência geralmente está relacionada a grupos de amigos, ou seja, “o traficante não aborda desconhecidos” (SANTOS, 1997, 71). A família não vê o adolescente como parte integrante do sistema; assim, subestima seu envolvimento com as drogas e demoniza os traficantes. Esquece que o narcotráfico existe em função de uma demanda, perigosa quando não há consciência de se estar colaborando para o engrandecimento de uma máfia que se alastra mundialmente.

6. O Imaginário na Mídia

Campanhas que deveriam mostrar soluções, prevenir, conscientizar, podem acabar surtindo efeito contrário? Não se sabe se são tentativas bem intencionadas que falham por lidarem com um tema pouco explorado; obra de lobos vestidos de cordeiro; fruto de manipulação ingênua; forma de “lavar as mãos”; ou reflexo de um imaginário social, que necessita da marginalização e demonização de certos grupos para obter sua identidade.

6.1. Abordagens Combativas

Não há consenso sobre o que deve ou não ser abordado em campanhas antidrogas, mas pelo menos quatro tipos de enfoque podem ser destacados: amedrontamento,

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



cientificismo, moralismo e apoio, sendo as três primeiras abordagens combativas e a última, uma abordagem positiva.

6.1.1. Amedrontamento: Os VTs *peixe*, *batata* e *marionete* contêm a idéia de morte. Fazem parte de uma categoria que explora somente o lado negativo das drogas. Não funcionam porque, em geral, os jovens sentem-se atraídos pelo perigo e pelo desafio. Além disso, quem já usou drogas, conhece e controla seus efeitos e não se tornou dependente contesta o presumido mal que elas fazem. Assim, a campanha fica desmoralizada. (INEM & ASCEHAD, 1993, 260)

6.1.2. Cientificismo: Este modelo propõe neutralidade e imparcialidade científica. É importante mas não é eficaz, porque informação, somente, não muda comportamentos arraigados. Ao mesmo tempo, os que não usam drogas por temerem as conseqüências passam a usá-las depois de devidamente informados.

Kalina (1999, 44) critica estatísticas duvidosas, com números crescentes de usuários. Para ele, insinua “que todas as pessoas podem drogar-se, porque tal conduta já é a norma. (...) Tais campanhas não passam de hábil propaganda (indutora) a serviço de mafiosos.”

6.1.3. Moralismo

VT Descarga

a) Descrição: close no rosto de um adolescente abobalhado que masca seu chiclete enquanto vagueia o olhar. O locutor pergunta: “Sabe o que uma pessoa que usa drogas tem na cabeça?” Uma mão surge, em primeiro plano, e puxa para baixo o brinco que pende da orelha do jovem. O som é de uma válvula de descarga sanitária.

b) Análise Ideológica e Contextualização: O combate às “drogas”, ao “grande flagelo” tem argumentos mais emotivos e alarmistas que serenos e objetivos; mais

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



sensacionalistas que científicos; e todo um moralismo ideológico, repressor e preconceituoso que impede a adoção de juízos de valor. Não pretendem informar, mas convencer. O receptor “deixa de elaborar uma concepção própria e se dispõe a assimilar o discurso do consenso” (INEM & ASCEHAD, 1993, 36), autoritário, mostrado como saber único e exclusivo.

Segundo Yará (1995, 71), “quando não existe a ordem que permite um vínculo com a sociedade, norma essencial para a personalização do indivíduo, ocorre a marginalização.” De acordo com Ricoeur (1983, 70), a marginalização é natural dentro de qualquer grupo. “Todo grupo apresenta intolerância à marginalidade, à ortodoxia.” Para ele, a sociedade pluralista, permissiva, onde todos são aceitos, é impossível. “A intolerância começa quando a novidade ameaça a possibilidade de o grupo reconhecer-se, reencontrar-se”.

A marginalização é exacerbada nas campanhas antidroga. O discurso oficial tradicional é baseado na intolerância diante da diferença; essa intolerância é reforçada, intensificada, deformada, amedrontando as pessoas “para garantir e reforçar a submissão pela rejeição total ao consumo. Expressão de um modelo dito racional e tido como único verdadeiro, o discurso elimina a possibilidade de diferenças, nega a multiplicidade, a diversidade, a oposição, constantes na vida. Ainda que nem sempre consiga seu intuito, (...) a discriminação é amplamente absorvida pelo inconsciente coletivo”, considera Acsehad (1993, 20). Ou seja, esse discurso pretende massificar e controlar os indivíduos. Ao encontrar grupos à parte dessa “sociedade de bem”, da mesma forma os iguala em um só grupo marginal, que tem que ser eliminado. Como todo criminoso um dia já foi um excluído, o indivíduo posto à margem torna-se cada vez mais violento. Para Ricoeur, é um impulso cego, que quer destruir tudo sem que ao menos se saiba o que pôr no lugar. E, no lado oposto, os “cidadãos de bem” são tomados por um medo crescente.

Richard Bucher (in INEM & ASCEHAD, 1993, 40) acredita que esse modelo repressivo, além de ineficaz, impõe um sistema de intervenção injusto, dissociado da dimensão humana do problema. As drogas são mostradas como um mal externo à



sociedade, ou causado por alguns segmentos: a família, os “mercadores da morte”, a “juventude transviada”. Essa lógica simplista esconde a verdadeira dimensão do problema e isenta de responsabilidade o principal agente para a mudança: a própria sociedade. (opus cit., 19)

Bucher defende que, “numa área tão controversa e polêmica como a do uso de drogas, não existem intervenções ‘neutras’: toda atividade preventiva é ideologicamente orientada. (...) Essa ética, quando decorrente de propósitos ideológicos inconfessos - como manipulação da população ou de certas camadas, discursos oportunistas, impregnados de cunho econômico, interesses diversos vinculados a ‘lobbies’ ou a hegemonias de poder - torna-se perversa, marcada pela discrepância entre objetivos declarados e aqueles realmente almejados” (opus cit., 31-32).

6.2. Massificação na transmissão da mensagem

Baczko (s/d, 313-314) salienta que a informação individualista atual é fragmentada e atomizada. O que hoje é foco, amanhã é esquecido. Como os indivíduos não são capazes de dominar a massa fragmentada e dispersa de informações, têm a necessidade de representações prontas, globais e unificadoras. A mensagem vem pronta e a população fica “satisfeita”, por achar que “alguém” está tomando providências. E deixa de agir. Quem produz ou financia a campanha crê que está fazendo algo, e que ninguém pode reclamar que não foi alertado. Da mesma forma, lava as mãos. Parte-se do pressuposto que todos já têm consciência, que as informações são suficientes para que se tomem as decisões certas. Mas não é o que ocorre.

Ao partir para o indivíduo adotando-se a postura, prevista em lei, de separar o usuário do marginal (traficante), aparece outra faceta nefasta do problema:

“neste contexto de banalização dos conflitos humanos, a droga é mais um objeto de consumo. Na ética mercantilista, que desqualifica qualquer quadro objetivo de valores, *a droga, se é exigida, deve ser oferecida*. Essa mesma ética favorece a criação da necessidade de drogas na população, especialmente juvenil, por meio de diversos mecanismos publicitários. A publicidade, a criação de um mercado de consumidores e a oferta livre (...) parecem ser três elementos vinculados entre si.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Em nenhuma dessas idéias a saúde aparece como valor, nem a ética social de uma comunidade, nem o reforço da qualidade, nem o estilo de vida e, tampouco, a proteção da família como eixo de qualquer projeto de desenvolvimento humano” (YARÍA, 1995, 12).

Como solução, Bucher aponta a importância de se estudar o público-alvo demográfica e psicologicamente, antes de se anunciarem os “objetivos gerais”. (in INEM & ACSEHAD, 1993, 32-33)

6.3. Quem assina

Outro aspecto fundamental é o da credibilidade, sobretudo para o público jovem, “particularmente sensível à questão da veracidade dos conteúdos transmitidos e cética quanto às mensagens emanadas das chamadas ‘autoridades competentes’, (...) que com frequência pouca competência demonstram, além das tergiversações, promoções pessoais e outras formas de politicagem” (opus cit.). No entender do jovem, todas as instituições são poder e repressão, todas as autoridades são *establishment*, dos bancos às igrejas. É o que Ricoeur (1983, 151) denomina estratégia de confronto, em que a palavra, por estar “cativa do poder, não é mais ouvida.”

6.4. A “concorrência”

Além de todos esses aspectos levantados, é necessário lembrar que fica muito difícil concorrer com todo um universo econômico-político, sócio-cultural, espiritual, pós-moderno que, a todo tempo, desafia qualquer tentativa de prevenção - e neutralizá-lo. Esperar que iniciativas isoladas pretendam solapar toda a gama de informações contrárias, em prol do das drogas lícitas, do álcool e do fumo (catalisadores para aceitação social), dos psicofármacos (considerados benignos), de todo tipo de adição para o prazer sem limites, é superestimar a força da propaganda de combate ao uso indevido de drogas.

Há ainda o discurso legalista. Ao eleger “bodes expiatórios”, rotulá-los como seres incompletos, jovens fracos que sucumbiram às drogas, a linha que separa os grupos de filhos e marginais é rompida. Admitindo o problema como irreversível,

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



aparecem as soluções fáceis: legalização. Essas investidas geralmente são conduzidas por pessoas que não têm nenhum vínculo com a saúde.

Outro argumento dos “legalizadores” de plantão inspira-se no consumo das drogas nas culturas antigas. O que se percebe, contudo, é o total desconhecimento do conceito místico-simbólico, ético e medicinal que rodeava esse consumo. Havia restrição ao uso de drogas, uma “salvaguarda à possibilidade de transbordamento ou de enlouquecimento de populações inteiras” (YARÍA, 1995, 13).

Bucher chama a atenção para o fato de que “não existem sociedades sem drogas. Toda sociedade tem as drogas que merece, em virtude de sua capacidade, ou incapacidade, de elaborar adequadamente as tensões que atravessam seu tecido populacional e que são proporcionais às suas disfunções” (in INEM & ASCEHAD, 1993, 34).

Por último, fazendo de bandeira os países onde há políticas de uso controlado, como a Suíça e a Holanda, os legalizadores desconhecem (ou encobrem) o aumento descomunal de violência nesses lugares, com a presença maciça do narcotráfico e altos índices de morte por envolvimento com drogas. O narcotráfico é uma potência político-econômica, que financia campanhas eleitorais, mantém governos. Para Kalina, talvez por isso não se tenha empregado esforço, energia e sabedoria suficientes para resolver a questão do uso indevido de drogas.

6.5. Avaliação das Abordagens Combativas

Observa-se que essas campanhas de atitude antidrogas falham porque não orientam, só marginalizam e amedrontam. Não oferecem nada em troca. As pessoas não adquirem nada: deixam de fazer algo. Ganham a possibilidade de não perder a vida, mas isso é tão intangível, parece tão improvável... afinal, basta estar vivo para morrer, ainda mais em um mundo de tudo ou nada.

Nesses casos, os publicitários serviram como “antena parabólica” do imaginário social. Essa é uma estratégia eficaz para publicidade comercial e propaganda política, mas não funciona para propaganda de atitude, como a de combate à drogadição. Ser antena parabólica é refletir o imaginário, sem propor mudanças, e sim contribuir para



fixá-lo cada vez mais, insistindo no preconceito, na fatalidade, no narcisismo e em todos os aspectos nefastos apontados no tópico anterior. Também é muito difícil avaliar os resultados de uma campanha dessa natureza, que não se reverte em número de “vendas”, ou “votos”. Não se sabe se o quadro seria mantido caso fosse suspensa e tirada do ar. Não se sabe quantas pessoas foram atingidas e concordaram em seguir as recomendações, ou o impacto obtido. É muito complexo mostrar sua eficácia somente pelos efeitos contrários...

Sidinéia Gomes Freitas demonstra que, “em primeiro lugar, o indivíduo não muda se não quiser. Em segundo lugar, que deuses (da comunicação) são esses que vão mudar comportamentos com fórmulas mágicas? A sociedade é que se transforma ou não” (DINES, NASSAR & KUNSCH, 1999, 57). Entretanto, a mídia continua a ser um veículo imprescindível para entrar em contato com a sociedade. “A mídia é onipresente em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidentalizado” (DURAND, 1998, 33). É o “novo educador”, responsável pelo despertar pedagógico da criança pós-moderna. Sua ideologia molda as escolhas econômicas e profissionais do adolescente, a aparência, o uso, os costumes públicos e privados. Cabe adotá-la com nova postura, evitando o que aqui foi apontado como inócuo ou até prejudicial, encampando um novo espírito. Para isso, é necessário compreender e falar a linguagem do jovem, apreendendo o seu sistema de símbolos, o seu imaginário. Mirabeau compartilha: “Não basta mostrar ao homem a verdade. A questão capital é levá-lo a apaixonar-se por ela” (in BACZKO, 323).

7. O Imaginário

Durand (1998, 6) descreve o imaginário social como o “museu” de todas as imagens, passadas, possíveis, produzidas e a serem produzidas pela sociedade. Essas imagens permitem que se descubra o que há de profundo no pensamento social, que reflete e ao mesmo tempo molda a conduta das pessoas. Identificar e entender os elementos que formam o imaginário é fundamental para entender certos comportamentos. Saber, inclusive, quais as imagens predominantes em determinada época é ter instrumental



para se falar a essa sociedade e fazer-se entender por ela, principalmente quando se detecta uma disfunção.

Pelo imaginário, o homem constitui-se como ser histórico, porque se garante a comunicação: o homem, para se comunicar, precisa de símbolos exteriores aos seus estados mentais individuais, precisa de signos consensuais, concebidos como realidades: um código coletivo. Só é história o que permaneceu, ou seja, o que foi comunicado através das gerações. E os comportamentos sociais, apreendidos pela história, “não se dirigem tanto às coisas em si, mas aos símbolos dessas coisas” (BACZKO, 306).

O estudo do imaginário é essencial para se atingir tanto a sociedade em geral como o indivíduo diretamente, alcançando o mais íntimo de seu ser, conseguindo decifrar a linguagem secreta de seu inconsciente. Partindo-se do pressuposto que o imaginário é bipolar - formado por aspectos fixos (símbolos universais inatos ou arquétipos) e mutáveis (moldagem cultural), e dois pólos que se alternam, um atual e um reprimido - , pode-se identificar um pólo para equilibrar o outro. Se há uma disfunção, e esta se apresentar no plano simbólico, como o uso indevido de drogas, deve ser tratada também por meio dos símbolos. O mesmo imaginário onde se reconhece a disfunção fornece o seu antídoto.

8. As vigas do imaginário e a promessa de mudança

A viagem das representações da sociedade, do inconsciente para o consciente, é o que determina o imaginário coletivo de uma época específica. Ao mesmo tempo, duas “vigas”, as duas polaridades, se superpõem, sem, no entanto, nunca ser congruentes. Uma oficializada, representada pelo poder político. É o imaginário *ideológico*. E outra, em estado latente, o imaginário *utópico*. Há mudança no imaginário porque, ao atingir o nível de ideologia, a imaginação é padronizada, os mitos se atualizam, mas ficam mais fracos. Quanto mais se reprimem os que ficaram à sombra, mais estes se potencializam. Chega-se a uma “saturação limite”, anunciando a manifestação do novo imaginário. (DURAND, 1988, 96)

Segundo Ricoeur (1983, 88-89),



“as ideologias olham para trás; as utopias, para a frente. As ideologias querem justificar e dissimular; as utopias enfrentam a realidade e a fazem explodir. (...) Um grupo social sem ideologia e sem utopia seria sem projeto, sem distância de si mesmo, sem representação de si. Seria uma história fragmentada em acontecimentos inteiramente iguais e, por conseguinte, insignificantes.”

Um grupo justifica sua legitimidade acrescentando relações de sentido às relações de força e poder, utilizando, para isso, os discursos. O domínio e controle do imaginário é tanto mais garantido quando há equilíbrio e fusão entre “verdade e normatividade, informações e valores, que se opera por meio do simbolismo” (in BACZKO, 311). Para lidar com o imaginário social de forma positiva, não basta conhecê-lo para dominá-lo ou simplesmente refleti-lo e confirmá-lo. A chave, para Ricoeur (1983, 171), é a conscientização, sem traumatização, sem domínio, para que se reconheça o inimigo. Reconhecer a sombra não é reprimi-la, porque isso acarreta um aumento de sua força, de forma incontrolável, como já foi demonstrado. É saber como equilibrá-la.

Como diz Durand (1998, 115), cada imaginário já traz em si seu contra-imaginário, como o “verme dentro do fruto”. Bazko (304) completa: “cada classe social é, ao mesmo tempo, produtora e prisioneira de sua ideologia.” Tudo indica que o mundo está passando por uma transformação, que a sociedade está vivendo um momento de saturação, de tomada de consciência, renunciando a chegada de outro imaginário. Como ele será, não é possível prever. “Só a história poderá dizer se uma utopia foi o que pretendia ser” (RICOEUR, 1983, 88).

9. Abordagens Positivas

O arquétipo dominante do imaginário da drogadição é o lado negro de Narciso, o amor egoísta. Seu contra-imaginário é o amor altruísta. A combinação dos dois gera o “ama ao próximo como a ti mesmo”. A retomada da noção do “outro” permite a formação da noção do “grupo”, evocada, de forma equilibrada e sem fundamentalismos ou dogmatismos, na recuperação de alcoólicos pelo AA (Alcoólicos Anônimos), com grande sucesso. O mesmo tem sido aplicado nos grupos NA (Narcóticos Anônimos). O

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



caráter testemunhal das abordagens produz, ao mesmo tempo, um retorno a si próprio (“já vivi isso”) e uma identificação com o grupo (“há outros como eu, não estou sozinho”).

As estratégias que apostam no fortalecimento do indivíduo e sua inserção no grupo são a base das abordagens positivas:

9.1. Educação afetiva: Propõe mudar fatores pessoais, de ordem interna, que predis põem ao uso de drogas. Visa aumentar a auto-estima e aumentar a capacidade de se decidir e se interagir em grupo, resistindo a pressões. Contudo, deve ser combinada a outra abordagem, por ter eficácia a longo prazo, não apresentando reflexos imediatos na diminuição do consumo, principalmente no caso de pessoas muito dependentes quimicamente (SANTOS, 1997).

9.2. Estilo de vida saudável: Não usar drogas seria uma maneira de viver que incluiria, também, os cuidados com a saúde, como a prática de esportes (opus cit.). O esporte, como a droga, é uma maneira de lidar com os limites, de se auto-superar, de criar uma realidade alternativa. Mas um alerta deve ser feito em relação ao apego exagerado, à adição ao esporte, levando ao *dopping*.

9.3. Pressão positiva do grupo: Sendo o grupo a porta de entrada para o consumo de drogas, a idéia é usá-lo de maneira inversa: mobilizar líderes adolescentes para lidar com o problema, engajá-los em atividades livres de drogas, buscando a coesão, a solidariedade e a auto-ajuda. A valorização da vida é uma das grandes vantagens dessa abordagem (opus cit.).

9.4. Apoio da família: Para a publicitária Cristina Carvalho Pinto, da Agência Full Jazz, em sua apresentação no Programa Intervalo, deve-se investir em campanhas contra AS DROGAS e não contra DROGADOS: o drogado deve ser visto não como “um ser abjeto, um marginal, um acabado, um arrebitado, a pior coisa do mundo, mas como um ser mais maravilhoso que a média, porque é tão sensível que não agüenta a barra do dia-a-dia. Tenta fugir, sente-se abandoando, por isso se isola em uma irreabilidade suicida. Ele deve ser amado, abraçado, beijado e nunca desprezado”. Nos VTs criados pela Full Jazz, pessoas-chave como Marília Gabriela, Carlinhos Moreno e Eliana



mostram a importância do diálogo, da relação sadia com a família, dando subsídios para que os pais e os filhos saibam enfrentar o problema, impondo limites. Este é um relevante exemplo de que a campanha contra as drogas parece encontrar um rumo mais certo.

Como afirma Yará (1995, 14):

“mesmo no seu mal-estar mais profundo, uma cultura muito dificilmente se suicida. A própria entropia pode ser vista como um sinal para que outros recursos humanos, técnicos, científicos e espirituais sejam mobilizados para uma mudança positiva. Esta já é uma proposta preventiva.”

10. Bibliografia

- BACZKO, Bronislaw. A Imaginação Social. Enciclopédia Eunadi, Vol. 5
- BRANDÃO, Junito de Souza. Mitologia Grega. (Volumes I, II e III) Petrópolis: Vozes, 1988
- DINES, Alberto, NASSAR, Paulo e KUNSCH, Waldemar (orgs.) Estado, Mercado e Interesse Público: a Comunicação e os Discursos Organizacionais. Brasília: Banco do Brasil, 1999
- DURAND, Gilbert. O Imaginário. Rio de Janeiro: Difel, 1998
- ELIADE, Mircea. Mito e Realidade. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1972
- _____ . O Sagrado e o Profano. São Paulo: Martins Fontes, 1995
- INEM, Clara Lúcia & ACSEHAD, Gilberta (orgs.). Drogas: uma Visão Contemporânea. Rio de Janeiro: Imago, 1993
- JUNG, Carl G. Civilização em Transição. Petrópolis: Vozes, 1993
- _____ . O Homem e seus Símbolos. Rio de Janeiro: Nova Fonteira, 1995
- KALINA, Eduardo. Drogadição Hoje. Porto Alegre: Ed. Artes Médicas Sul Ltda., 1999



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise Arquetípica: a Mídia e a Reprodução do Mito na Sociedade Contemporânea. Brasília: mimeo
- NARDINI, Bruno. Mitologia: Primeiro Encontro. São Paulo: Círculo do Livro, 1990
- RICOEUR, Paul. Interpretação e Ideologias. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1983
- SANTOS, Jorcelino Luiz dos. Drogas: Psicologia e Crime. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1997
- THOMPSON, Jonh B. Ideologia e Cultura Moderna. Petrópolis: Vozes, 1994
- YARÍA, Juan Aberto. A Existência Tóxica. São Paulo: Ed. Loyola, 1995

Outras Fontes

- Associação Parceria Contra as Drogas -
<http://www.uol.com.br/contradrogas/quem.htm>
- Programa Intervalo. Produção: Teletape; Exibição: TV Nacional. 1998 a 2000.
- Relatório Preliminar do I Fórum Nacional Antidrogas . Secretaria Nacional Antidrogas - SENAD - www.senad.gov.br