ROSARIO: ¿ES SOLO EL NARCOTRÁFICO?

Posted on mayo 11, 2024 by Juan Alberto Yaria



Category: Default Humanístico

Default humanístico

- POR JUAN ALBERTO YARÍA
- 17.03.2024



Miles de fuerzas federales se abaten sobre Rosario. Me pregunto ¿nada más que eso hace falta? Me pregunto porque no soy un experto en narcotráfico y observo los cientos de puestos de venta en ciudades importantes. Distintos centros de CABA, el conurbano como oferta inclaudicable de estupefacientes, Córdoba y sus múltiples centros de venta, etc.; y fundamentalmente sobre el problema de las fronteras y los puestos por donde entran, así como las rutas, ríos y carreteras.
Pero el máximo olvido es la falta de generación de un **programa nacional de preveción** que tome todas las familias, los medios de comunicación, escuelas para padres, formación de líderes juveniles. **Intervención temprana y detección precoz son claves en esta pandemia que vivimos, máxime cuando nuestro país junto a Uruguay son los que lideran el consumo de marihuana y cocaina en América latina.** Argentina es uno de los primeros países del mundo en consumo puberal de alcohol.
Preguntémonos por qué puede haber un programa de prevención del cáncer de mama, de la gripe, de la covid, del cáncer de próstata, del dengue, etc, y no así del consumo de drogas y alcohol. No es casual esto.
Rosario durante más de treinta años canceló todo programa preventivo estructurado, se

limitaron la apertura de centros asistenciales, se publicitó un uso controlado de drogas especialmente en adolescentes. O sea, se estimuló la oferta; de ahí también la multitud de ofertantes.

NUESTRA TORRE DE BABEL

La Argentina es una verdadera torre de Babel por la confusión de lenguas existentes eludiendo tratar los temas centrales en un verdadero enredo "onanista" de palabras sin sentido y esto fomenta la confusión. El gran Dante Alighieri nos enseñaba que "la confusión es el principio del mal de las ciudades".

Nuestro país se encuentra rodeado de países productores e incluso algún país caribeño ha decidido, en lugar de sacar petróleo de sus selvas, producir y exportar cocaína y también se lamentan que los Estados Unidos esté prefiriendo el fentanilo y haya bajado ahí el consumo de cocaína.

La industria de la venta y producción de drogas no solo utiliza manos de obra, corrompe, sino que se ha transformado en un supra Estado mundial que opera sobre la "marioneta" de los Estados nacionales bajo el imperativo de los "dólares o el plomo".

El dinero que mueven está entre los primeros del mundo: petróleo, armas, drogas, juego. La implantación necesita de un mercado publicitario; el narcomarketing que día a día naturaliza el consumo por distintas vías: ídolos, streaming, programas tecnológicos, "redes negras" de internet, etc. Incluso programas municipales que invitan a consumir a jóvenes con cuidado (verdadera hipoteca de los más desvalidos por su inmadurez cerebral y la consolidación de la identidad en marcha).

No importa lo que muestren los estudios mundiales del daño de las drogas, no importa la multitud de "zombies" que vemos por las calles, no importa el dolor de familiares que ven a sus hijos psicotizarse o dementizarse.

Una verdadera torre de Babel nos rodea por la confusión existente. Las palabras pierden su originalidad más profunda. Las drogas como tóxico quedan suplantadas por las drogas como otra "ortopedia" más y por supuesto prestigiada que proporciona esta sociedad del vacío.

Hemos olvidado, entre otras cosas, producto del narco-marketing y de la naturalización del consumo, el daño que está en juego a través del consumo que se evidencia en la clínica.

Tóxico deriva de la palabra "toxon" que quiere decir arco, refiriéndose al uso de flechas envenenadas. Lo tóxico es un veneno y así nos encontramos en esta sociedad de la técnica y del espectáculo, el "veneno" se convierte en un consumo prestigiado. Es casi una costumbre social, un uso recreacional compartido. **Lo farandulesco se une a lo trivial y resulta difícil cuestionar esto.**

Uruguay es el triste espectáculo de un país que los poderes globales aplaudieron por la apertura de farmacias y los clubes cannábicos y hoy asiste a un aumento de la venta ilegal de cannabis (más potente que la que se vende en farmacias). La marihuana abrió puertas de la cocaína y otras drogas.

La confusión se une a la frialdad. Fríamente se propone una salida tóxica para los problemas humanos y así entramos de lleno a una salida tóxica para los problemas humanos.

Dentro de ese contexto de banalización y frivolización de los problemas humanos, la droga es un

objeto de consumo más. **En la ética mercantilista que descalifica cualquier marco objetivo de valores, la droga si es demandada debe ser ofrecida como cualquier objeto más sin tener en cuenta la salud.**
A su vez esta misma ética favorece la creación de la necesidad de drogas en la población, especialmente juvenil, a través de mecanismo publicitarios diversos el narco-marketing.
Precisamente este narco-marketing fomenta la creación de un mercado de consumidores y la oferta libre (como si fuera igual vender agua mineral o jugo de naranjas); todo esto parece estar interconectado.
La existencia tóxica se da dentro de un contexto social y espiritual que la promueve como forma de olvidar los fundamentos: los afectos, la organización familiar y la ética y finalidad de los grupos humanos.
El uso de drogas en la antigüedad era restringido, y siempre unido a una cosmovisión mágica o religiosa de la vida. También con fines médicos a través de chamanes o sacerdotes de cultos precristianos (especialmente americanos) aunque de una manera aislada y en parte ligado al escaso desarrollo de la tecnología médica o a deficiencias en el concepto del fenómeno religioso. Para el aborigen era una forma de conectarse, dentro de su peculiar cosmovisión con los dioses funcionando como un intermediario. Era la forma posible de mediación sagrada entre el hombre y lo sobrenatural.

LAS DROGAS COMO TÓXICO
Las drogas como tóxico y la alienación (alienus: extranjero de sí mismo) van de la mano; o sea no poder hacerse cargo de sí mismo. Esta alienación es masiva y al ser masiva es pandémica (o sea, toma a gran parte de la población) tanto a jóvenes como adultos que también consumen o que asisten perplejos y confusos a esta realidad.
Las palabras en su uso reiterado pierden su sentido originario. Su raíz conceptual cae y se oculta frente a la manipulación interesada de la vida cotidiana. Esto sucede con la palabra droga y drogadicción, ya que la conducta tóxica queda silenciada y el deterioro que generan también.
El mercado de consumo moderno asocia el estudio de deseos humanos y el control de estos a través de una oferta que responde a una publicidad que para ser efectiva debe estar asociada a un cierto prestigio.
El mercado de consumo, estudio de los deseos, control de estos y cultura publicitaria van unidos. Son así estrategias modernas de poder para imponer conductas al servicio del consumo.
Pero hay una diferencia entre consumir fibras y consumir drogas.
Los circuitos de imposición de la droga y el alcohol utilizan una cultura publicitaria (en el límite de la percepción) y una red de venta marginal.
La cultura publicitaria subliminal se vale de modelos sociales, ídolos deportivos y musicales, intelectuales disconformes. La enfermedad del consumo se transforma en liberación transgresora.
La marginalidad ética, en propuesta revolucionaria y la decadencia moral del alcohólico y del drogadicto, en sus fases terminales en el grito del oprimido.

El adolescente asiste a esta torre de Babel y de no existir un plan nacional de prevención y asistencia, poco podremos hacer ante Estados supranacionales con "armas" publicitarias sofisticadas.

Asistimos inermes mientras atacamos bunkers; aunque también están las fronteras, los puertos y fundamentalmente la protección y cuidado de la vida de nuestros jóvenes, las familias y los adultos responsables.

Solo la cultura salva como decía el gran Ortega y Gasset: **"... En el mar bravío de la vida el salvavidas es la cultura"** (las palabras, los valores, los cuidados).

* Director general de Gradiva - Rehabilitación en adicciones

There are no comments yet.