



Fundação Educacional do Município de Assis  
IMESA - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis

**KELY REGINA DE OLIVEIRA RIBEIRO**

**O PAPEL DA PROPAGANDA NA PREVENÇÃO AO CONSUMO DE  
DROGAS**

**Assis, SP  
2015**

**KELY REGINA DE OLIVEIRA RIBEIRO**

**O PAPEL DA PROPAGANDA NA PREVENÇÃO AO CONSUMO DE  
DROGAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis–IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA.

**Orientanda:** Kely Regina de Oliveira Ribeiro

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Leonice Martins Funari Simões

**Assis, SP**

**2015**

**KELY REGINA DE OLIVEIRA RIBEIRO**

**O PAPEL DA PROPAGANDA NA PREVENÇÃO AO CONSUMO DE DROGAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis, como requisito do Curso de Graduação, analisado pela seguinte comissão examinadora:

Orientador: \_\_\_\_\_

Analizador (1): \_\_\_\_\_

**Assis, SP**

## DEDICATÓRIA

As grandes maravilhas de Deus estão a nosso dispor por toda a vida, basta que acreditemos e lutemos para conquistar o espaço que é nosso no mundo.  
A todos os que participaram desta minha feliz trajetória, quero deixar o meu agradecimento. Vocês fazem parte da minha vitória!

## AGRADECIMENTOS

Palavras de agradecimento nesse momento será apenas uma pequena forma de mostrar gratidão às pessoas, de forma direta ou indiretamente, me ajudaram a construir esse trabalho. Pequeno, pois esse trabalho é para mim, não somente um trabalho de conclusão de curso, mas o resultado de um sonho que estava engavetado e que agora realizou-se...

Em primeiro lugar agradeço a Deus pelo privilégio e a oportunidade, pois se não fosse Ele, nada do que foi feito se faria...

Agradeço aos meus pais, pelo apoio financeiro e carinho, ao meu esposo José Roberto pela paciência e dedicação, aos meus filhos Asafe, Amanda, Abner e minha nora Michele que muito me apoiaram e ajudaram neste trabalho, através do estímulo, paciência e muitas orientações na parte tecnológica...

Ao meu irmão e minha cunhada que me incentivaram a dar início neste curso.

A minha Comunidade Cristo Salva que sempre orou por mim, pois foi nesse momento que eu percebi o valor da minha fé..

.

Aos meus professores que exigiram a dedicação aos estudos e que me ensinaram com tanto carinho...

À minha orientadora Prof. Leonice pelo incentivo, apoio, simpatia e paciência nos momentos de dúvidas e inseguranças, abrindo minha mente para novos horizontes...

Não poderia deixar de agradecer aos meus colegas do curso, principalmente à amiga Dayane que nunca me abandonou nas minhas formatações (rs) e pelo seu incentivo.

A vocês o meu “muito obrigado!”

## **EPIÍGRAFE**

“Envelheço quando me fecho para as novas ideias e me torno radical... quando o novo me assusta e minha mente insiste em não aceitar...quando me torno impaciente, intransigente e não consigo dialogar... quando meu pensamento abandona sua casa e retorna sem nada acrescentar... quando muito me preocupo e depois me culpo por não ter tido motivos para me preocupar... quando penso demasiadamente em mim mesmo e conseqüentemente, dos outros, completamente me esqueço... quando tenho a chance de amar e daí o coração se põe a pensar: “Será que vale a pena correr o risco de me dar? Será que vai compensar?”

Quando permito que o cansaço e o desalento tomem conta de minha alma e ponho a me lamentar... quando penso em ousar e já antevejo o preço que terei que pagar pelo ato, mesmo que os fatos insistam em me contrariar!”

(Autor Desconhecido)

## RESUMO

O Brasil e o mundo vivem hoje um momento de fragilidade e impotência, em que as drogas invadem não apenas as favelas, mas também as escolas, as faculdades, a vida e a família dos adolescentes, sem discriminação de idade, sexo ou classe social. As drogas legalizadas como o tabaco e o álcool abrem caminho e facilitam o acesso para o uso das drogas ilícitas. Os jovens, muitas vezes em busca de diversão, aventuras, curiosidade, por influência de companhias ou por assédio dos traficantes, saem em busca de novas experiências sem ao menos se darem conta do tamanho risco que estão lidando e envolvendo também sua família. Hoje, encontramos adolescentes fumando, bebendo, com inalantes, pílulas e crack por todos os lados, shows, festas, nos semáforos ou mesmo nas portas das escolas e universidades. Praticamente quase todos os jovens presenciam ou estão inseridos neste contexto. O uso de drogas é um sinal alarmante, principalmente quando o assunto é violência e agressividade, sendo difícil dizer que uma não está ligada à outra representando um grave problema que produz alterações de saúde e inúmeros problemas sociais. Ainda assim, acredita-se que a informação (propaganda) pode prevenir o uso e seja capaz de contornar esta situação.

**Palavras Chave:** Prevenção, Jovens, Drogas, Campanhas.

**ABSTRACT**

Brazil and worldwide live currently a moment of weakness and impotence, where the drugs invade not just the shantytowns, as also the teenager' schools, colleges, families and homes, without discriminating age, gender or social class. The legalized drugs, such as alcohol and tobacco make way to illicit drug use. The youngsters, under the influence of companies or even drug dealers, too many times looking for fun, adventures, curiosity, seek out for new experiences without even realize the great risk they are dealing and involving their families. Nowadays, we find teenagers smoking, drinking, and using several illicit drugs everywhere, like concerts, parties, traffic lights or even at the entrances of schools and universities. Almost all youngsters are inserted in this context. The drug usage is an alarming sign, especially when the subject is violence and aggression, being hard to say that one isn't connected to the other, representing a serious problem that produces health changes and several social problems. Even so, it is believed that the information (publicity) can prevent the use and be able to work around this situation.

**Keywords:** Prevention, Youngsters, Drugs, Campaigns.

## Lista de Gráficos

### Gráfico 01.

Uso de cocaína em milhões de pessoas..... 23

### Gráfico 02.

Drogas na escola..... 23

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### Figura 01.

Diga não as Drogas.....28

### Figura 02.

Campanha Contra o Crack.....29

### Figura 03.

Onde há fumaça, há fogo cruzado.....30

### Figura 04.

Prevenção ao Uso de Drogas. Um compromisso de todos.....31

### Figura 05.

O Crack é um problema de todos nós.....32

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2. DEFINIÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE.....</b>	<b>12</b>
2.2. CLASSIFICAÇÃO DOS TIPOS DE PROPAGANDA.....	13
2.2.1. Propaganda Ideológica.....	13
2.2.2. Propaganda Política.....	13
2.2.3. Propaganda Eleitoral.....	14
2.3.4. Propaganda Governamental.....	14
2.3.5. Propaganda Institucional.....	14
2.3.6. Propaganda Corporativa.....	14
2.3.7. Propaganda Legal.....	15
2.3.8. Propaganda Religiosa.....	15
2.3.9. Propaganda Social.....	15
<b>3. SOBRE AS DROGAS.....</b>	<b>18</b>
3.1. O QUE SÃO AS DROGAS?.....	18
3.2. ALGUNS TIPOS DE DROGAS.....	18
3.2.1. Maconha.....	18
3.2.2. Cocaína.....	19
3.2.3. Crack.....	19
3.2.4. Ecstasy.....	19
3.2.5. Heroína.....	19
3.3.DROGAS E SEUS PROBLEMAS, TRAGÉDIAS E CONSEQUÊNCIAS.....	20
3.4. AS DROGAS E SUAS INFLUÊNCIAS NA CRIMINALIDADE.....	22
3.4.1. “Delegado de Polícia fala sobre as drogas em Paraguaçu”.....	22
3.5. AUMENTO DO CONSUMO DE USO DE DROGAS.....	23
3.6. PREVENÇÃO – CONCEITO.....	24
3.7. TRATAMENTOS.....	25
3.8. ALGUNS PROGRAMAS, ONGS E INSTITUIÇÕES DE TRATAMENTO E PREVENÇÃO.....	26

3.8.1. ONG: AMOR EXIGENTE (AE).....	26
3.8.2. Programa Governamental: PROERD.....	26
3.8.3. Coordenação de Políticas sobre Drogas.....	26
3.8.4. Programa “Crack é possível vencer”.....	26
<b>4. O PAPEL DA PROPAGANDA NA PREVENÇÃO.....</b>	<b>29</b>
4.1. Campanha Social de maio de 2014.....	29
4.2. Campanha contra o Crack.....	30
4.3. Campanha contra violência no Rio de Janeiro.....	31
4.4. Campanha de Concurso Nacional.....	32
4.5. Campanha informando sintomas do Crack.....	33
<b>5. PROJETO DE PESQUISA-1.....</b>	<b>34</b>
5.1 Questionário.....	34
5.2 Resultados Obtidos pela pesquisa.....	35
<b>6. PROJETO DE PESQUISA-2.....</b>	<b>40</b>
6.1 Questionário.....	40
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>44</b>

## **INTRODUÇÃO**

O objetivo deste trabalho é mostrar que a Propaganda Social pode ajudar na prevenção ao uso e o consumo de drogas. As Campanhas Sociais têm o propósito de prestar serviços de utilidade pública, orientando e criando um papel imprescindível de prevenção à população. Sabe-se que uma das melhores formas de prevenir o uso de drogas é através da informação para que a população fique ciente sobre o assunto, mostrando as causas, consequências e efeitos. Enfim, quase todos os modelos de prevenções dependem da informação.

Assim, aborda-se no primeiro capítulo a definição de propaganda, bem como sua história e origem, definidas por pessoas do ramo. Ressalta-se sobre os tipos de propaganda com a definição de cada uma delas. Há a apresentação de uma definição de drogas e a citação das mais conhecidas pela população. Também está presente algumas pesquisas que ressaltam a realidade do consumo em nossos dias e que, direta ou indiretamente, quase todos os crimes estão ligados às drogas e ao seu consumo. Por fim mostram-se os tratamentos governamentais e não governamentais que podem ser utilizados pelo usuário e sua família, num processo de recuperação. São analisadas algumas imagens de propagandas sociais e um comentário sobre cada uma delas.

## **2. DEFINIÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE**

É comum que se ouça dizer que propaganda e publicidade são sinônimos, mas há que se saber diferenciar uma da outra. “Publicidade é qualquer forma de propagar algum serviço ou produto, sendo estes veiculados geralmente por um anunciante comercial. Já Propaganda é a forma de difundir ou estender determinada ideia, crença ou princípio”. (SAMPAIO, 1999 p. 05)

Pode-se perceber que existem diferenças entre as respectivas palavras. A publicidade é uma extensão da propaganda que também persuade, mas com fins lucrativos, já a propaganda tem então o papel de propagar ideias com algum objetivo e que não visa fins lucrativos. Segundo Sampaio (1999, p.6)

...na Roma Antiga, a Propaganda tinha um espaço garantido na vida do Império. As paredes das casas, que ficavam de frente para as ruas de maior movimento nas cidades, eram disputadíssimas. Alguma coisa como o intervalo comercial dos programas de maior audiência da televisão, hoje em dia, ou as páginas de uma grande revista. Embora artesanal, na propaganda dessa época já era possível perceber alguma técnica: pintava-se a parede de branco e, sobre esse fundo, a mensagem publicitária. De preferência em vermelho ou preto, cores que chamavam mais a atenção sobre o branco. Mais tarde, na própria Roma, já católica e centro do poder temporal e espiritual do Ocidente, a Igreja criou uma congregação religiosa para “propagar a fé”, origem, alias, da palavra ‘propaganda. (SAMPAIO, 1999, p.6).

De fato, todos os consumidores das sociedades modernas são influenciados pela propaganda. Ela seduz nossos sentidos, cria novas expectativas, fala ao inconsciente e mostra novas experiências. Em resumo pode-se dizer que a Propaganda é ideológica, o que apela para os sentimentos morais do público, enquanto que a publicidade é comercial oferecendo vendas, bem-estar, status e prazer ao consumidor.

A palavra Propaganda, segundo Pinho (1990, p.20)

É gerúndio latino do verbo propagar, que quer dizer: propagar, multiplicar (por reprodução ou por geração), estender difundir. Fazer propaganda é propagar ideias, crenças, princípios e doutrinas. A primeira apropriação do termo propaganda foi feita pela Igreja Católica, no século XVIII, com o estabelecimento pelo papa Gregório XV de uma Comissão Cardinalícia para a Propagação da Fé, tendo por objetivos fundar seminários destinados a formar missionários para difundir livros religiosos e litúrgicos.

## **2.2. CLASSIFICAÇÃO DOS TIPOS DE PROPAGANDA**

### **2.2.1 Propaganda Ideológica**

Como o próprio nome já diz é uma divulgação de uma ideia, um conceito, uma organização ou uma prestação de serviço geralmente ligada à uma utilidade pública. Não tem fins lucrativos e não tem por objetivo divulgar um produto ou serviço.

Trata-se de uma técnica de persuasão desenvolvida de maneira mais global e ampla do que os demais tipos (...). As mensagens apresentam uma versão da realidade a partir da qual se propõe a necessidade de manter a sociedade nas condições em que se encontra ou de transformá-la em sua estrutura econômica, regime político ou sistema cultural. (PINHO, 1990, p. 22)

### **2.2.2 Propaganda Política**

Este tipo de propaganda tem como finalidade difundir ideologias políticas e filosofias partidárias. Difere-se da propaganda eleitoral, tem mais impacto, pois divulga o partido e não os candidatos.

Tem um caráter mais permanente e objetiva difundir ideologias políticas, programas e filosofias partidárias. A propaganda política transformou-se em um dos grandes fenômenos dominantes do século XX e um instrumento poderoso para a implantação do comunismo, do fascismo e do nazismo. (PINHO, 1990, p. 22 e 23)

### **2.2.3 Propaganda Eleitoral**

É sempre utilizada em começo de campanhas eleitorais e oferece a oportunidade aos candidatos para divulgarem suas ideias e propostas de governo, buscando ganhar votos do público.

De utilização esporádica, a propaganda eleitoral visa conquistar votos para determinado postulante a um cargo eletivo. Os principais instrumentos das campanhas eleitorais são: a pichação em muros, paredes, meio-fio e ruas asfaltadas; adesivos para automóveis e vitrines; crachás; braçadeiras; camisetas e bonés; balões cativos; faixas, que constituem um material indispensável em uma campanha eleitoral; mala direta, levando notícias do candidato ao seu eleitorado; e jornal próprio, um dos mais caros instrumentos. (PINHO, 1990, p. 23)

### **2.2.4 Propaganda Governamental**

Devido ao governo se preocupar com que a população está pensando a respeito de seus serviços, esse é o tipo de propaganda que é mais investido no país. Usa-se este tipo de propaganda para construir sua própria imagem.

Tem por objetivo criar, reforçar ou modificar a imagem de um determinado governo, dentro e fora de suas fronteiras. A propaganda governamental-feita pelo próprio governo ou por companhias estatais- representa uma grande parcela do volume total de propaganda veiculada no Brasil, o que demonstra a preocupação do governo (em seus três níveis: federal, estadual e municipal) com a opinião pública. (PINHO, 1990, p. 23)

### **2.2.5 Propaganda Institucional**

Esse tipo de propaganda não é direcionado ao produto em si, mas à empresa ou instituição. Dissemina ideias no objetivo de moldar e influenciar a opinião pública abordando sua importância para a sociedade, sobre os empregos gerados e sua contribuição para o país. “Denominada por alguns autores americanos de propaganda de relações públicas (Public. Relations Adversiting), a propaganda institucional é uma área onde as atividades de Relações Públicas e de Propaganda interagem”. (PINHO, 1990, p. 23)

### **2.2.6 Propaganda Corporativa**

O propósito é a divulgação da política da empresa, e por último mostrar ao público que se pode confiar sempre, uma imagem de que a marca nunca irá traí-lo. Beneficiamento da imagem da empresa e formação da imagem da organização.

A divulgação institucional de uma empresa é classificada de propaganda corporativa pelo Publisher Information Bureau quando ela tem, entre seus propósitos específicos, o objetivo de divulgar e informar ao público as políticas, funções e normas da companhia; de construir uma opinião favorável sobre a companhia; e de criar uma imagem de confiabilidade para os investimentos em ações da companhia ou para desenvolver uma estrutura financeira. (PINHO, 1990, p.23)

### **2.2.7 Propaganda Legal**

É a que obriga a todas as empresas da sociedade que tenha capital, a publicar seus balanços, atas de convocação, etc.

Surgiu a partir da promulgação da Lei nº 6.404, de 1976, que obriga todas as empresas de sociedade anônima, de capital aberto ou não, a publicar seus balanços, atas de convocação e editais no Diário Oficial e em pelo menos mais um jornal de grande circulação. (Pinho 1990, p.23)

### **2.2.8 Propaganda Religiosa**

Esse tipo é feito desde o surgimento da Igreja Católica. Hoje com menos veiculação que antes, podemos ver em épocas religiosamente comemorativas (natal, quaresma e na páscoa).

Durante séculos, a essência da Igreja foi a sua missão de comunicação de uma boa nova que vem de Deus. Para tal tarefa, ela foi criada e continua no seu desempenho até hoje, utilizando os mais diversos meios de comunicação. Inicialmente, na forma de comunicação interpessoal, através do testemunho das pessoas ou na pregação de um cristão perante um grupo de pessoas. A escrita permitiu a ampliação da comunicação verbal, seguida pela música (onde se destaca o canto gregoriano), pelas artes plásticas (desenhos ou pinturas nas paredes das capelas, esculturas e a própria arquitetura dos templos) e pelo teatro. Com a invenção da tipografia por Gutenberg, a primeira obra de vulto impressa foi a Bíblia. (PINHO, 1990, p. 24)

### **2.2.9 Propaganda Social**

Refere-se às causas sociais. E em nosso país hoje o governo utiliza-se muito desse tipo de propaganda, tendo como objetivo a aceitação de uma determinada ideia por certos grupos específicos de pessoas.

Agrupam-se com a denominação de propaganda social todas as campanhas voltadas para as causas sociais: desemprego, adoção do menor, desidratação, tóxicos entre outras. São programas que procuram aumentar a aceitação de uma ideia ou prática social em um grupo- alvo. (PINHO, 1990, p. 24)

Segundo Sampaio (1999), podem se encaixar nesse contexto a propaganda comunitária (em prol de alguma causa social), de fundo cultural (promovendo algum tipo de expressão artística), de utilidade pública (incentivando comportamentos úteis, pessoal e socialmente), de caráter beneficente, de fundo cívico (destacando datas e eventos) e outras de características e objetivos semelhantes.

A propaganda é uma das grandes formadoras do ambiente cultural e social de nossa época. Isso porque trabalha a partir de dados culturais existentes, recombina-os remodelando-os (até mesmo alterando suas relevâncias) e sobre alguns dos instintos mais fortes dos seres humanos: o medo, a vontade de ganhar, a inveja, o desejo de aceitação social, a necessidade de auto realização, a compulsão de experimentar o novo, a angústia de saber mais, a segurança da tradição... A propaganda age sobre os consumidores informando, argumentando, comparando. Tanto de forma lógica e racional como subjetiva e emocional. Age sobre o indivíduo, a família, os grupos sociais, a comunidade, enfim, a sociedade como um todo em um processo de grande sinergia, no qual cada anúncio interfere em muitos outros, através dos meios de comunicação. (SAMPAIO, 1999, pg 37).

A obra “100 anos de Propaganda” (Cadena), publicada pela Editora Abril Cultural aborda a questão da propaganda da seguinte maneira:

A História da Propaganda no Brasil começou em 1808, quando nasceu a Gazeta do Rio de Janeiro, nosso primeiro jornal. Esse periódico publicaria o mais antigo anúncio de que se tem notícia. “quem quiser comprar uma morada de casas de sobrado com frente para Santa Rita, fale com Joaquina da Silva, que mora nas mesmas casas. A partir daí pequenos textos sem ilustração, alguns sem títulos, do tipo “classificados”, começaram a oferecer serviços: professores de línguas, casas à venda ou para alugar, oferta de escravos, recompensas para quem encontrassem algum negro fugido, como um certo Felipe, do Rio Claro, “com estatura menos que regular, cheio de corpo, bunda grande e de cor fula”. Por volta de 1860, começaram a aparecer os primeiros painéis de rua, bulas de remédios e panfletos de propaganda. Quinze anos depois, em 1875, os jornais Mequetrefe e O Mosquito inauguravam os reclames ilustrados. Desenhos, litogravuras e logotipos passaram a ocupar um espaço cada vez maior, sobretudo depois de 1898, quando surgiu O Mercúrio, jornal de propaganda comercial. Impresso em duas cores esse periódico contava com ilustradores como Julião Machado, Bambino e Belmiro de Almeida. Os grandes anunciantes eram então os hotéis, as lojas de confecção e os fabricantes de remédios (1980, p. 3).

De acordo com a mesma obra, a propaganda não era reconhecida como um trabalho profissional. Só a partir de meados de 1930 é que se passou então a reconhecê-la, pois, antes dessa época, a mesma era feita boca a boca. As peças publicitárias mais utilizadas hoje como veículo de informação são: jornais, revistas, filmes publicitários, spots, jingles, cartazes, outdoors, painéis, painéis eletrônicos, letreiros, folders, busdoors, banners, display.

A propaganda social tem um fim em si que é o benefício de um indivíduo e toda uma sociedade, o que se torna um benefício coletivo. Também apresenta a intenção de modificar comportamentos e atitudes do público a que se quer atingir e atender seus interesses e da sociedade, isento de crenças e valores, tem também o objetivo do desenvolvimento social e o aumento da qualidade de vida. A propaganda social tem como finalidade resultados sociais, o que é totalmente independente de ganhos econômicos para o investidor.

Já na bíblia é possível observar a presença da propaganda. Séculos antes de Cristo viveu Habacuque que foi um grande profeta bíblico que viveu em 612 AC. Ele foi o primeiro a construir um outdoor. Deus entregou um briefing bem complicado a ele e uma grande responsabilidade sobre praticamente uma agência inteira de propaganda. Teve ele que trabalhar desde o atendimento até a mídia. Pesquisou o publico-alvo, que eram os babilônios( um povo muito cruel) e teve que transmitir esta informação de uma forma que todos vissem, até mesmos aqueles que pssassem correndo por ali. Foi ali, segundo o relato bíblico que foi construido o primeiro outdoor de que se ouviu falar. “Escreva em tábuas a visão que você vai ter, escreva com clareza o que vou lhe mostrar, para que possa ser lido com facilidade”. (Habacuque 2: 2)

As Campanhas Sociais, como instrumentos de políticas públicas de Saúde, são divulgadas com a finalidade de prevenir, motivar e conseguir que a população se conscientize dos fatos, conseguindo assim com que o indivíduo mude de comportamento. Tem-se como exemplo campanhas sociais contra drogas, consumo de álcool e tabaco, câncer de pele entre outras. Estas campanhas são feitas com objetivo de solucionar problemas pelos quais passa a humanidade. O objetivo básico dessas campanhas é de promover a mudança social.

### **3. SOBRE AS DROGAS**

Atualmente as drogas fazem parte do cotidiano de muitas pessoas e do meio social. O uso abusivo dessas drogas produzem problemas tanto na saúde como sociais. Não escolhe classe social, raça, cor ou crença. As conseqüências, muitas vezes, são a desigualdade social, carência e falta de infraestrutura familiar. Os adolescentes com menores possibilidades para a utilização de drogas são aqueles bem informados, com qualidade de vida satisfatória, boa saúde, integrado na família e na sociedade.

#### **3.1 O que são as drogas?**

Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde) droga é qualquer substância não produzida pelo organismo que tem a propriedade de atuar sobre um ou mais de seus sistemas, causando alterações em seu funcionamento. Existem as drogas lícitas e ilícitas. De acordo com relatos, as mesmas podem produzir sensações de prazer para os indivíduos.

O consumo de drogas é um dos problemas mais angustiantes do século presente. Para prevenir o uso indevido, é importante conhecer os efeitos que estas causam, conhecer também as suas classificações. A informação é uma ferramenta importante na prevenção ao uso de drogas.

As drogas lícitas são aquelas que podem ser vendidas para maiores de dezoito anos e que usada não traz conseqüências judiciais, se abusado o seu uso deixará a pessoa agressiva, embriagada, e se a pessoa vier a dirigir desta forma haverá problemas judiciais. Temos como exemplo algumas drogas lícitas: o tabaco, o álcool, cola, café e outros. Já as drogas ilícitas têm seu consumo e a sua venda proibidas, e seu uso trará problemas na justiça social. As principais e mais usadas drogas são: Maconha, cocaína, crack, ecstasy, heroína, entre outras. Sabemos que seu uso acabará com toda a criatividade do indivíduo, ou seja, deixando o mesmo sem atitudes concretas e sem atitudes de um cidadão comum e civilizado.

#### **3.2. Alguns tipos de drogas**

Segundo o Site Escola Do Governo, as drogas mais utilizadas são:

##### **3.2.1. Maconha**

Por ser barata e de fácil acesso é uma das drogas mais consumida no Brasil. A inalação da maconha passa rapidamente do pulmão para o sangue. O usuário passa a perder a coordenação motora, a frequência cardíaca aumenta, a memória se torna

fraca, e passa a perceber as coisas distorcidamente. O uso frequente dessa droga pode ter efeito como as grandes “drogas pesadas”, que vão desde sonolência, euforia e até sentimento de felicidade. O indivíduo muitas vezes sente-se deprimido, e há declínios nas suas atividades racionais, sociais e trabalho.

### **3.2.2. Cocaína**

Essa droga é extraída da folha seca da coca. Seu uso por muito tempo causam grandes danos cerebrais e outros grandes problemas de saúde. Trazem alguns sintomas biológicos como palpitações, aumento ou diminuição dos batimentos cardíacos, dilatação das pupilas, náuseas, vômitos e perda de peso. Por essa droga proporcionar sentimentos de euforia, a pessoa volta a usá-la para sentir-se com “poder”, no entanto, seu efeito dura muito pouco tempo.

### **3.2.3. Crack**

É uma mistura de pasta de cocaína com bicarbonato de sódio, tem o formato de pedras e é mais potente que a cocaína. Existe um grande número de jovens que é usuário desse tipo de droga, por ser de fácil aquisição e barata. É inalada pelos pulmões. Por ter o tempo de efeito muito curto o usuário está sempre consumindo novas doses. Seu efeito causa euforia, sendo que o indivíduo pode ter necessidade de inalar sempre para sair de seu estado depressivo. O Crack provoca perda de peso, falta de apetite, e sua ausência causa uma profunda depressão.

### **3.2.4. Ecstasy**

Conhecida como a droga do amor, é alucinógena e estimulante. Esta droga era muito usada em boates, baladas e raves, contudo atualmente vem sendo usada no meio social. Geralmente é ingerida em formato de pílulas ou até mesmo por inalação. Entre seus efeitos pela ausência está a confusão mental, depressão e ansiedade.

### **3.2.5. Heroína**

Tem como seu composto a morfina, em forma de um pó branco ou marrom, inalada via pulmonar, é uma droga que vicia facilmente. Trazem graves problemas como hepatite, doenças infecciosas, vários tipos de pneumonia. Pode conter aditivos que não dissolvidos, destroem aos vasos sanguíneos do pulmão e fígado, trazendo até mesmo a morte destes órgãos.

Sabe-se que, desde muito tempo atrás o ser humano já fazia uso de drogas e conhecia-se o efeito das substâncias psicoativas. Eram usadas tanto para fins

medicinais, como de formas religiosas, usadas socialmente e por prazer, sendo que essas plantas eram consideradas como sagradas.

De acordo com a Política Nacional sobre Drogas (PNAD), definida pelo Conselho Nacional de Políticas sobre Drogas (Conad), em 2005, prevê responsabilidade compartilhada entre União, estados, municípios e a sociedade brasileira. O documento cita que a União tem por dever, por meio do Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas (SISNAD), articular, integrar, organizar e coordenar as políticas de prevenção, atenção, tratamento e reinserção social de usuários e dependentes de substâncias psicoativas. Estados e municípios são os executores dessas políticas.

O governo federal também possui o programa Crack, denominado “É Possível Vencer”, que está estruturado em três eixos: prevenção, cuidado e autoridade. Todas as ações do programa envolvem a pactuação com estados e municípios. As estratégias de prevenção estão voltadas fundamentalmente ao contexto familiar, escolar e comunitário, com disseminação contínua de informações e orientações sobre o uso de drogas. As ações de prevenção envolvem, com total apoio das universidades públicas brasileiras, a capacitação de diferentes profissionais, gestores e lideranças que trabalham diretamente com as políticas sobre drogas. A SENAD possui parceria com 51 centros regionais de referência (núcleos de capacitação situados nas universidades públicas), voltados à capacitação presencial, além de diversos cursos com uso de tecnologia do ensino à distância voltados a milhares de alunos. Ademais, cabe destacar o serviço nacional de tele atendimento informações sobre drogas, por meio do número 132, um serviço gratuito e com funcionamento ininterrupto.

### **3.3 As drogas e seus problemas, tragédias e consequências**

As drogas trazem ao homem problemas alarmantes, prejudiciais e frustrantes. Sabe-se que as famílias de usuários vivem em total desacordo, violência, roubos na própria família, e discussões sempre. Além dos problemas familiares, o usuário pode sentir-se excluído socialmente, ficar desempregado, sentir culpa, vergonha, raiva, angústia, auto depreciação, auto reprovação e baixa-autoestima.

Nesse contexto vale ressaltar que muitas crianças acabam abandonadas por pais viciados, fetos são abortados ou, quando nascem, já são dependentes da droga devido ao uso da mãe em sua gestação. Quando o usuário não consegue mais controlar sua dependência, o que ocorre com quase todos eles, na maioria das vezes, a família começa a se manifestar descontrolados pela impaciência com o usuário, tensão pelos parentes. Também podem sentir-se com raiva e com repulsa do indivíduo drogado.

O usuário também pode se tornar agressivo chegando a cometer atos de violência para obter a droga. Devido ao efeito da mesma, pode ficar violento, pois vê e ouve coisas que muitas vezes não estão acontecendo, mas são as alterações que elas provocam no organismo. Em relação às meninas o efeito é ainda pior, pois chegam a usar seus próprios corpos através da prostituição para adquirir as drogas ou o dinheiro para comprá-las.

As pessoas não gostam de conviver com drogados, pois como eles não se encontram em seu estado normal, não acompanham um diálogo, comportam-se inadequadamente e às vezes, até de modo muito perigoso. Se é uma ou outra vez que se drogam, podemos até aguentar, mas se é toda hora, não há quem aguente. Além disso, o critério de valores de um drogado passa a ser bem diferente do nosso. Caso não tenha dinheiro para comprar, ele não se incomodará em roubar, seja da própria família, seja de amigos. As mulheres podem se prostituir quando pressionadas por essas situações. As conversas, as atitudes, os interesses dos drogados também não interessam àqueles que querem viver saudavelmente. Além disso, como pouco são motivados a trabalhar (ou estudar) porque já não têm mais a mesma capacidade, num ambiente de trabalho só atrapalham. Os drogados têm, ainda dificuldade de enfrentar as frustrações decorrentes das atividades do dia-a-dia, reagindo a elas de modo agressivo ou impulsivo, o que os torna inadequados ao ambiente familiar, profissional ou social. (TIBA, 123 Respostas sobre drogas, p. 46).

Não vamos mentir, não vamos pôr panos quentes. Não vamos ficar de braços cruzados. Não sejamos ingênuos. O monstro existe. Sua boca está escancarada. Ele tem o apelido de crack. Ele convive muito bem com seus diversos parentes chegados: a cocaína, a maconha, o ópio, o álcool, o fumo. Mas ele é pior de todos. O crack pode ser comparado àquele enorme e coroadado (com sete coroas) dragão, pronto para abocanhar os nossos filhos. (Ap 12.1-5). Não há exagero algum. Não há sensacionalismo nem alarmismo. (Revista Ultimato, 2014,p.20).

O usuário de drogas injetáveis, também pode adquirir o vírus do HIV (AIDS), uma doença que até hoje não se descobriu a cura e, além disso, pode ser infectado com o vírus B e C de hepatite, um agente de alta infecciosidade que é quase exclusivamente transmitido pela via sanguínea. O que para muitos é difícil conseguir livrar-se desta infecção a curto prazo e que por volta de mais ou menos quinze anos da infecção, manifestará algum grau de lesão no fígado, o que poderá suceder a cirrose e sucessivamente a falência do fígado ou um câncer no mesmo

O resultado de todas estas infecções obtidas pelas drogas é a morte do usuário e sofrimento de toda família, tanto pelo tempo de uso do indivíduo, como pela perda do mesmo.

### **3.4 As drogas e suas influencias na criminalidade**

A distribuição das drogas produz guerras entre traficantes e policiais, fazem vítimas entre os usuários, adolescentes e crianças. Outras vezes surgem vítimas de balas perdidas advindas destes mesmos conflitos. É difícil encontrar também uma pessoa que não tenha sido vítima de violência, ou que não conheça alguém que tenha sido. São muitas as explicações para a violência que atualmente a sociedade presencia, pois há desigualdade social, famílias desestruturadas e desemprego. No entanto, grande parte desses crimes estão relacionados com o tráfico de drogas, usuários em desespero e angústia por conseguir dinheiro para comprar drogas para seu uso. O tráfico hoje em dia, não é feito apenas por pessoas analfabetas, favelados ou sem cultura; tem e muito o envolvimento de jovens de classe média e alta vendendo drogas para seus amigos achando que isso é comum e não tem nenhum problema essa prática. Surge então a necessidade de os pais alertarem seus filhos adolescentes, universitários jovens e adultos, comunicando-lhes as propostas que pode surgir dentro da escola, faculdade ou no grupo de amigos. Os mesmos também devem observar mudanças de comportamento dos filhos dentro de casa, conduta com parentes, alterações no sono, alimentação, cuidados e higiene pessoal.

Diariamente é possível assistir em programas informativos ou através da leitura de um jornal, imensas tragédias, sequestros, roubos, homicídios, entre outros, que quase sempre advém de usuários ou traficantes de drogas. O usuário de drogas para manter seu vício comete furtos e roubos, troca objetos de sua própria casa por drogas. O traficante que não pode recorrer à justiça por uma dívida de drogas, faz justiça com as próprias mãos, chegando a matar o usuário que não pagar pelo que consumiu.

#### **3.4.1 “Delegado de Polícia fala sobre as drogas em Paraguaçu”**

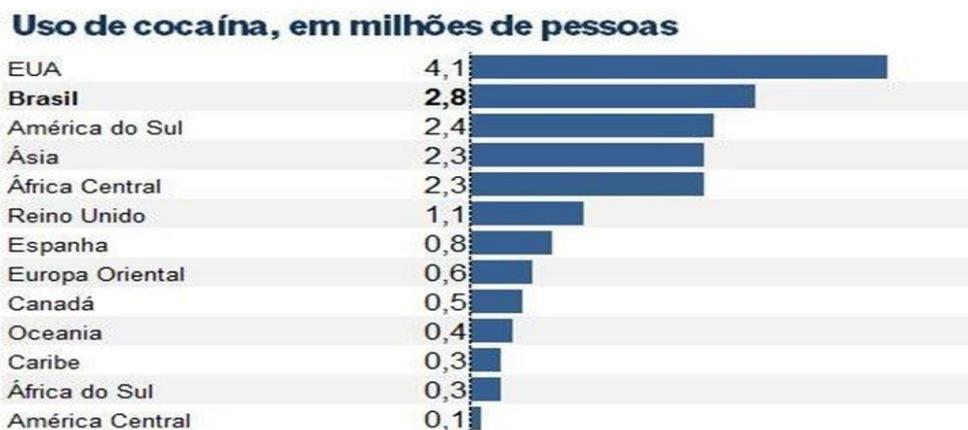
Cada vez mais estamos assistindo o aumento das drogas em nossa sociedade, onde famílias inteiras são destruídas por causa do uso de substâncias proibidas. Para os usuários são momentos de puro prazer, a sensação de legítimo relaxamento. Movido pela ação alucinadora das drogas ignora os acontecimentos e as pessoas a sua volta, até que as drogas começam a atuar no corpo do viciado de maneira devastadora, destruindo-o. Esse consumo está se tornando o câncer de nossa sociedade, colaborando para acabar com as famílias atingidas. Muitos deixam seus empregos, abandonam suas famílias para viver nas ruas e para manter seus vícios passam a roubar. O retrato dessa situação está registrado nos boletins de ocorrências que são feitos todos os dias pelas polícias. Tivemos a oportunidade de ver casos de que usuários, em profunda crise de abstinência, sem dinheiro para consumir droga para saciar os seus desejos, acabam matando os próprios pais. Enganam-se as pessoas que pensam que a droga se alastra apenas em bairros da periferia; as drogas chegaram também nos bairros nobres de nossa cidade, são filhos de empresários que cursavam universidades, que usavam roupas de grife e andavam com carros de luxo pelas ruas da cidade e hoje, em plena decadência, abandonaram suas casas

e vendem pertences para consumir drogas. A prova disso tudo é que as drogas não escolhem as pessoas para escravizar, basta ser curioso experimentar para se tornar viciado nas drogas. E com isso enriquecendo os traficantes. Nessa semana conversamos com o delegado Dr. José Roberto que falou sobre a questão do combate ao tráfico de drogas em Paraguaçu. Ele disse que em 2014 tivemos 102 apreensões e, até abril de 2015, já ocorreram 48 apreensões em nossa cidade. (FOLHA DA ESTÂNCIA DE PARAGUAÇU PAULISTA, 30 de maio de 2015).

### 3.5 Aumento do consumo e uso de drogas

O uso de drogas é muito antigo, principalmente entre adolescentes e jovens. Mas hoje o número de usuários tem crescido assustadoramente, trazendo graves problemas pessoais, para a saúde pública e para a sociedade como um todo. A adolescência é uma fase de descobertas e o jovem resiste às orientações familiares e também escolares, vive na expectativa de ser adulto, busca seus próprios interesses e, de modo geral, se afasta da família, se associa ou adere-se a um grupo de amigos de iguais objetivos. Se esse grupo usa drogas e o pressiona a usá-la, automaticamente o indivíduo usará, buscando não só descobrir sua curiosidade, como também fazer parte do grupo. .

O gráfico abaixo mostra que, entre treze (13) países, o Brasil é o segundo maior em usuários de cocaína, perdendo apenas para os Estados Unidos.



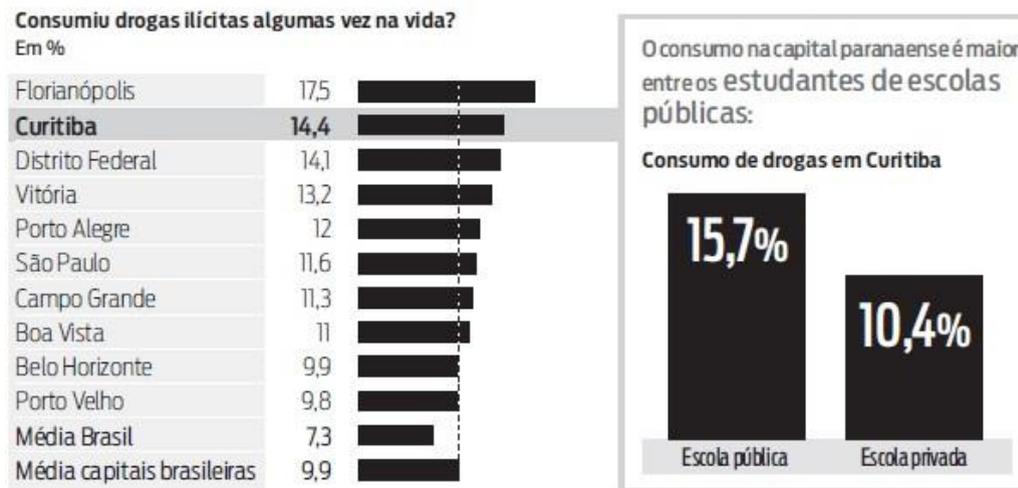
Fonte:

<http://jus.com.br/artigos/22906/a-atuacao-das-forcas-policiais-no-combate-asdrogas>

O gráfico abaixo mostra segundo a Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2012 – PENSE, divulgada pelo IBGE, que 14,4% dos alunos de Curitiba já experimentaram pelo menos uma vez a maconha, a cocaína e outros. É o segundo maior percentual do Brasil. A pesquisa teve uma amostra de 2,1 mil habitantes de Curitiba e 109,1 mil de todo o Brasil.

## DROGAS NA ESCOLA

Pesquisa do IBGE com estudantes do 9º ano do ensino fundamental mostra que os curitibanos estão entre os que mais consumiram drogas ilícitas alguma vez na vida:



Obs: margem de erro de dois pontos percentuais para cima ou para baixo.

Fonte: IBGE/Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar 2012. Infografia: Gazeta do Povo.

### 3.6 Prevenção - Conceito

Segundo o site do DENARC - Divisão Estadual de Narcóticos - entende-se por prevenção como o ato de antecipar-se ou chegar antes, ou seja, uma ação ou efeito de impedir um dano maior, e tem por finalidade antecipar uma dificuldade, informar um indivíduo ou uma sociedade coletiva, de algo. Esse se apresenta em três níveis diferentes:

- Prevenção Primária – que visa à diminuição ou a incidência de um problema ou de uma doença, buscando assim a intervenção, através da informação, para que seja amenizado ou até mesmo instinto o problema que está por vir (sendo este nível de prevenção que se quer ressaltar posteriormente);

- Prevenção Secundária – esse nível de prevenção visa diminuir as consequências do problema já iniciado. Aplicada aos problemas do consumo de drogas, intervém para evitar um estado maior de dependência;

- Prevenção Terciária – nível de prevenção que tem por finalidade diminuir as consequências do uso intenso e contínuo, com estratégias de reabilitação e reinserção do indivíduo na sociedade. Nos problemas em relações às drogas objetiva evitar a recaída, dando-lhe a possibilidade de novas oportunidades na família, no trabalho, na escola e em demais grupos sociais.

### 3.7 Tratamentos

Os jovens, de maneira geral, podem se tornar rebeldes quando se trata em procurar recuperação, podendo haver resistências para a busca de tratamento. Podem alegar não precisarem de tratamentos, dizendo não serem loucos para irem ao psiquiatra. Outros podem se defender dizendo não serem viciados e que podem parar quando quiserem. Outros ainda alegam não terem condições financeiras para o tratamento. Um dos obstáculos para o tratamento é a vergonha dos familiares em aceitarem que têm problemas com drogas. Sentem vergonha dos vizinhos por ficarem sabendo que alguém daquela família foi encaminhado para tratamento. Por isso é importante também conscientizar as pessoas, através da informação, pais e familiares, de que esses problemas podem acontecer em qualquer lar, em qualquer tempo, sem distinção.

A juventude tem se tornado foco de grande preocupação atualmente. Muitas pesquisas e programas de todos os tipos têm sido elaborados contra drogas, gravidez de adolescentes, violência, vandalismo e também para melhoria do mesmo na escola.

Não que os jovens sejam a causa de tantos crimes, violência e negativismo, mas diante desta crescente preocupação, os adultos acabam ficando desconcertados diante da situação, como se o jovem fosse uma ameaça para suas vidas. Esse desconcerto é visto pelos adultos nos jovens, pelo fato deles serem isolados, ou seja, viverem em seu próprio mundo, parecendo querer esconder de um mundo que eles não gostam e que parecem temer, transparecendo uma imagem antissocial.

A passagem a uma sociedade pós-industrial, junto a uma transformação cultural da pós-modernidade, é acompanhada por estes jovens uma defasagem das condições sociais. Os relacionamentos sociais se tornam enfraquecidos, os valores das comunidades se desfazem e começa a surgir uma ordem social baseada no individualismo. Os jovens vivem protegidos por seus próprios e pequenos círculos de amigos.

Como aborda Claude Pantillon:

...vivemos um tempo onde o que mais atemoriza o homem é a própria sociedade, onde o que mais teme é o seu semelhante, onde o que o assusta é a angústia, é o homem ao redor, atrás dele e em si próprio. O tempo da ausência de confiança no outro e em si mesmo, pois o inimigo terrível, o enigma profundo, a noite espessa que incomoda o homem não o deixando nem a um passo, somos nós mesmos, esse olho que persegue Caim. Esse tempo de mito e de crise sem nenhum precedente é aquele da desconfiança'. (Gadotti, 1984, p. 167)

### **3.8 Alguns programas, Ongs e instituições de tratamento e prevenção**

#### **3.8.1 ONG Amor Exigente**

É um Programa de autoajuda e organização da família do usuário e do mesmo, mostrando a necessidade de mudança de rumo da vida, com valores éticos e espirituais. Este programa existe há 30 anos, apoiando e orientando os familiares de dependentes químicos. O Programa estende-se também como trabalho de prevenção, procurando desestimular a experimentação das drogas pelos jovens, e a tudo aquilo que ficam vulneráveis, como por exemplo, a violência, os crimes, aos acidentes de trânsito entre outros. Atualmente o Programa conta com 11 mil voluntários, que realizam, aproximadamente, 100 mil casos mensais de atendimento, isso tudo ocorre por meio de reuniões, cursos e palestras.

(Fonte: <http://www.amorexigente.org.br/conteudo.asp?sayfalD=5>)

#### **3.8.2 Programa Governamental: PROERD**

É um Programa do Governo Federal (Secretaria da Segurança Pública) aplicado nas escolas por policiais previamente capacitados, que alertam as crianças de uma forma leve e atrativa (10 lições) sobre drogas, buscando explicar a elas o que são e prevení-las à sua aproximação. Busca reduzir o abuso de drogas e a conscientização das consequências de gravidez na adolescência e transmissões de doenças como a AIDS.

(Fonte: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia.php?id=232763>)

#### **3.8.3 Coordenação de Políticas sobre Drogas**

Juntamente com Conselhos Municipais de Drogas e Coalizão Comunitária, a coordenação organiza encontros, palestras e capacitações, e são responsáveis por executar os planos de prevenção elaborados durante as reuniões. Elaboram folhetos informativos que explicam como são e como agem todos os tipos de drogas, causas, consequências e efeitos das substâncias no cérebro e no corpo.

(Fonte: <http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia.php?id=232763>)

#### **3.8.4 Programa “Crack é possível vencer”**

Seconfigura como um programa que ainda está em andamento. O Programa possuirá três parâmetros: cuidado, autoridade e prevenção. O primeiro parâmetro será voltado ao tratamento dos dependentes, com uma rede de atendimento especializada chamada “Conte com a gente”. O Programa contará com enfermarias especializadas no Sistema Único de Saúde (SUS), tendo previsão de criação de mais de 2000 leitos

destinados ao tratamento de usuários de drogas. O governo terá parcerias com entidades privadas voltadas à recuperação de usuários. Essas entidades serão escolhidas através de uma seleção pública de projetos. O Programa habilitará para os atendimentos 350 auxiliares de enfermagem, 11 mil profissionais de saúde, 100 mil alunos de graduação na área de saúde, 15 gestores das Comunidades Terapêuticas. No quesito autoridade serão realizados mais policiamentos ostensivos nos pontos de uso de drogas em todas as cidades do país além de estabelecer projetos para estes locais.

De acordo com o termo “Prevenção”, o programa visará levar informações às escolas e comunidades, para que não surjam mais usuários. A previsão do governo é capacitar dentro de pelo menos quatro (4) anos, 210 mil educadores através do Programa Educacional de Resistência às Drogas. Sabemos também que muitos furtos estão na maioria das vezes relacionados à manutenção do vício, e que, estes programas têm ajudado em muito à prevenção e ao combate do uso das drogas pelos jovens, numa sociedade onde para ser é preciso ter.

(Fonte: <http://www.sindhosp.com.br/noticias/2193/Governo-federal-lanca-programa-de-combate-e-prevencao-ao-crack>)

Através desse programa o profissional avaliará e estabelecerá um procedimento adequado. Os especialistas podem usar medicamentos se necessário, outros casos, no entanto necessitarão de serem internados em hospitais. Mas sabe-se também que em alguns casos mais graves, só a internação não resolve, serão necessários tratamentos prolongados com programas de autoajuda ou em Instituições de Recuperação. Sabe-se também que não há psicoterapias ou internações que garantam a libertação deste vício. (Entende-se então aqui, que “É melhor PREVENIR que remediar”).

Daí a importância da informação preventiva. Através da prevenção é possível conseguir jovens saudáveis, capazes de fazerem escolhas certas, e terem seus futuros sonhos e projetos realizados. A informação preventiva tem a capacidade de conscientizá-los independentes da crença, cultura, valores ou ideais do indivíduo.

Ressalta-se nesse contexto que não cabe apenas ao governo ou outros órgãos afins para a divulgação de conhecimentos específicos sobre drogas e prevenção, mas todos têm alguma responsabilidade e contribuição a dar, já que experiências e visões sobre o problema podem ser diversos dependendo dos segmentos sociais ou de pessoas interessadas em querer solucionar. Independente do papel social que se desempenha todos devem estar envolvidos no trabalho de prevenção, por exemplo, pais amigos, filhos, parentes, empresários, profissionais, religiosos entre outros.

O maior desafio dessa área e de quem trabalha nela, é enfrentar sentimentos de estar impotente diante de problemas sociais e econômicos. Um suporte muito relevante é a prática das redes sociais, centrado em integrar e informar em torno do objetivo do grupo de que está a se falar. Pode-se abrir para novas perspectivas, novos horizontes para encarar o problema, pois sempre em meio a uma crise, há sempre uma possibilidade de mudança. As redes sociais então propõem aproximar pessoas de uma determinada comunidade, podendo assim reforçar os vínculos entre as mesmas com trocas de experiências, aprendizados, e soluções coletivas. (Fonte: <http://conselheiros.senad.gov.br>)

## 4. O PAPEL DA PROPAGANDA NA PREVENÇÃO

### 4.1. Campanha Social de maio de 2014

Traz em seu contexto a ideia de que a vida é mais importante e preferencial, estimulando a pessoa não ser prisioneira das drogas.



**Figura1.** Diga não as Drogas

O tema dessa Campanha Social foi designado pela ONU e a data para o Dia 26 de Junho como Dia Internacional da Luta Contra o Uso e o Tráfico de Drogas, sendo que o Brasil designou este dia como Dia Nacional de Combate às Drogas. Essa Campanha mostrou o quanto a vida é importante e é fundamental para o homem que viva sem drogas., ressaltando que liberdade é poder escolher viver sem drogas.

## 4.2 Campanha contra o Crack.



**Figura 2.** Crack é possível vencer.

A Campanha coloca em evidencia o problema crack que envolve tanto o usuário, como toda a sua família e também aquelas que, muitas vezes pensam estar distantes dessa realidade. Mostra que ninguém está livre de ser atingido pelo pesadelo que é o crack, e que todos são responsáveis para evitar esse mal.

### 4.3 Campanha contra violência no Rio de Janeiro.



**Figura 3.** Onde há fumaça, há fogo cruzado.

Essa campanha foi feita pela paz no Rio de Janeiro demonstrando que o uso de drogas reforça o tráfico e gera a violência e a guerra urbana. Enfatizou a questão de se resistir ao uso das drogas para que haja paz e o tráfico seja extinto.

#### 4.4 Campanha de Concurso Nacional.



**Figura 4.** Prevenção do Uso de Drogas. Um compromisso de todos.

Campanha de 2012 feita com o SENAD, órgão ligado ao Ministério da Justiça, para divulgar o concurso: “A prevenção ao uso de drogas é compromisso de todos”. Esse é um concurso realizado anualmente, sendo que todos os alunos do ensino fundamental e médio podem participar, com a oportunidade de usar a criatividade para a participação no concurso e de ser premiado pela melhor ideia.

#### 4.5. Campanha informando sintomas do Crack

**O CRACK É UM PROBLEMA DE TODOS NÓS.**  
Se tropeçar na pedra, é possível levantar.  
Há tratamentos para quem deseja cuidar da saúde.  
O SUS oferece gratuitamente os seguintes serviços:

<p><b>Centros de Atenção Psicossocial</b></p> <p>CAPS I, II, III, infânc e adolescente, álcool e outras drogas - atendimento médico, psicológico e de outras profissionais; atividades em grupo; distribuição de medicação; apoio para familiares.</p>	<p><b>Consultórios de Rua</b></p> <p>Ações de saúde abrangentes; distribuição de folhetos, vacinação; prevenção DST/sífilis; encaminhamentos para pessoas que moram na rua e não têm contato com postos de saúde.</p>
<p><b>Programas de Redução de Danos</b></p> <p>Ações preventivas (distribuição de folhetos, preservativos e outros materiais) e de tratamento (lavagem, encaminhamento, encaminhamento) para pessoas que usam drogas.</p>	<p><b>Internação</b></p> <p>Quando existem situações muito graves de uso de crack, é preciso internar por curto espaço de tempo para a pessoa se sentir melhor e continuar o tratamento.</p> <p>Esses leitos estão em hospitais, emergências e em CAPS II que funcionam 24 horas.</p>
<p><b>Atenção Básica</b></p> <p>Avaliação e atendimento de situações de risco pelas equipes de saúde da família/agência comunitária de saúde.</p>	<p><b>Assistência Social</b></p> <p>Informa-se sobre a rede de serviços de assistência social do seu município.</p>

**Nunca experimente o crack. Ele causa dependência e mata.**

Converse sobre o assunto com sua família, seus amigos. A saúde pessoal que você procura, só precisa, por favor, Alcool, e crack é um problema de todos nós.

www.saude.gov.br  
Linha Saúde 1303 01197

SUS + Ministério da Saúde

**QUEIMADURAS, CONVULSÕES, FALTA DE AR, TAQUICARDIA, PARANOIA. VOCÊ NÃO PRECISA EXPERIMENTAR O CRACK PARA CONHECER OS SEUS EFEITOS.**  
**Nunca experimente o crack. Ele causa dependência e mata.**

SUS + Ministério da Saúde

Figura 5. O Crack é um problema de todos nós.

Campanha realizada em 2009 pelo Ministério da Saúde de incentivo ao combate ao uso do crack. No cartaz trazia informações sobre os sintomas do uso da droga, apresentava formas de tratamento, como obter assistência aos dependentes inclusive o plano do SUS, com detalhe.

## 5. PROJETO DE PESQUISA

A pesquisa foi executada com o método qualitativo, buscando mostrar a eficácia das Campanhas Sociais em relação à prevenção ao consumo de drogas. O público foi de jovens com faixa etária entre 18 e 25 anos universitários, do Curso de Publicidade e Propaganda da Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA), já que percebemos serem os jovens o público mais atingido pelo consumo da mesma.

### 5.1 Questionário para a pesquisa

1- Você se considera bem informado sobre drogas?

Sim       Não

Comente:

2- Você acredita que as Campanhas de Propagandas Sociais no combate às drogas, são eficazes?

Sim       Não

Justifique sua resposta:

3- Você acha que as campanha contra o uso de drogas atingem os jovens?

Sim       Não

Comente:

4- Quanto as estratégias das campanhas contra o uso de drogas, como você acha que elas devem ser?

Alegres

Amedrontadoras

Agressivas

Conscientizadoras

Justifique sua resposta:

5- Você já viu alguma Campanha Social contra o uso de drogas?

Sim       Não

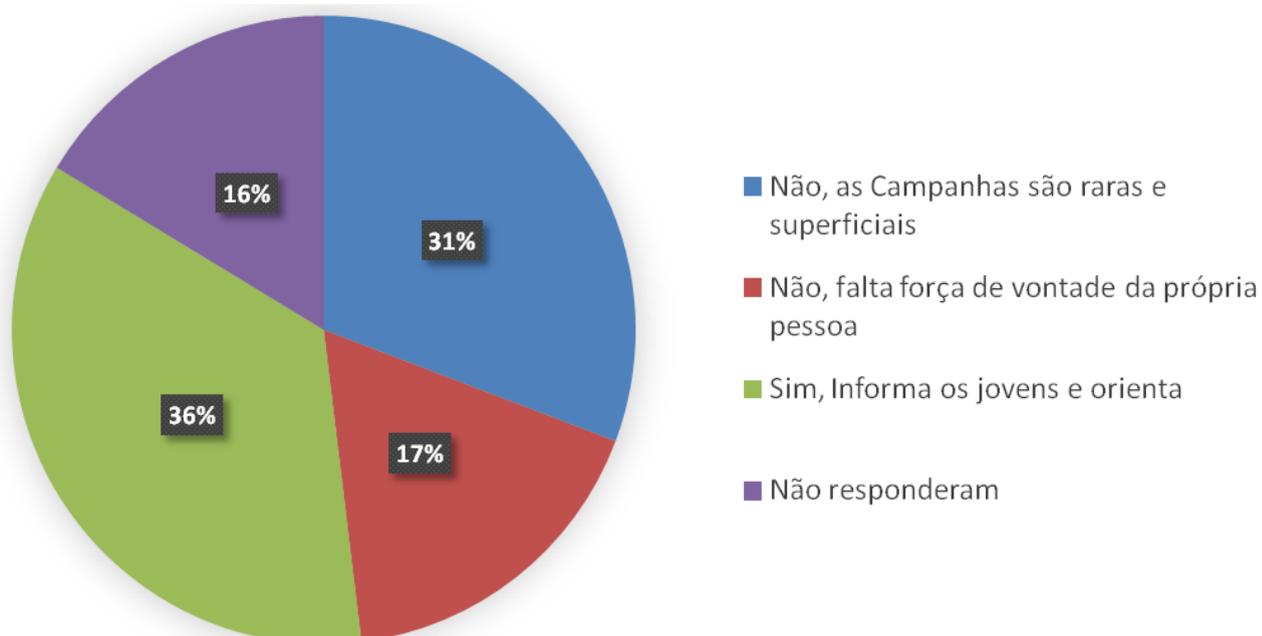
Ela te comoveu?

Sim       Não

Justifique sua resposta

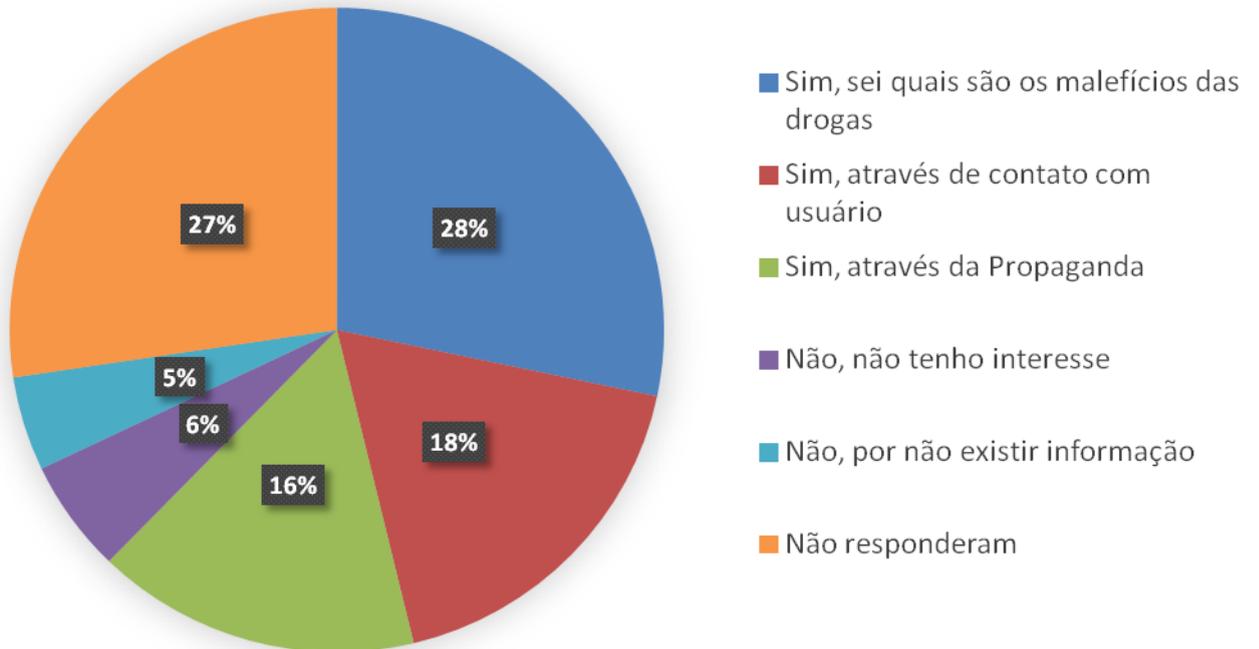
## 5.2 RESULTADOS OBTIDOS ATRAVÉS DA PESQUISA

### 1. Acredita que as Campanhas são eficazes?



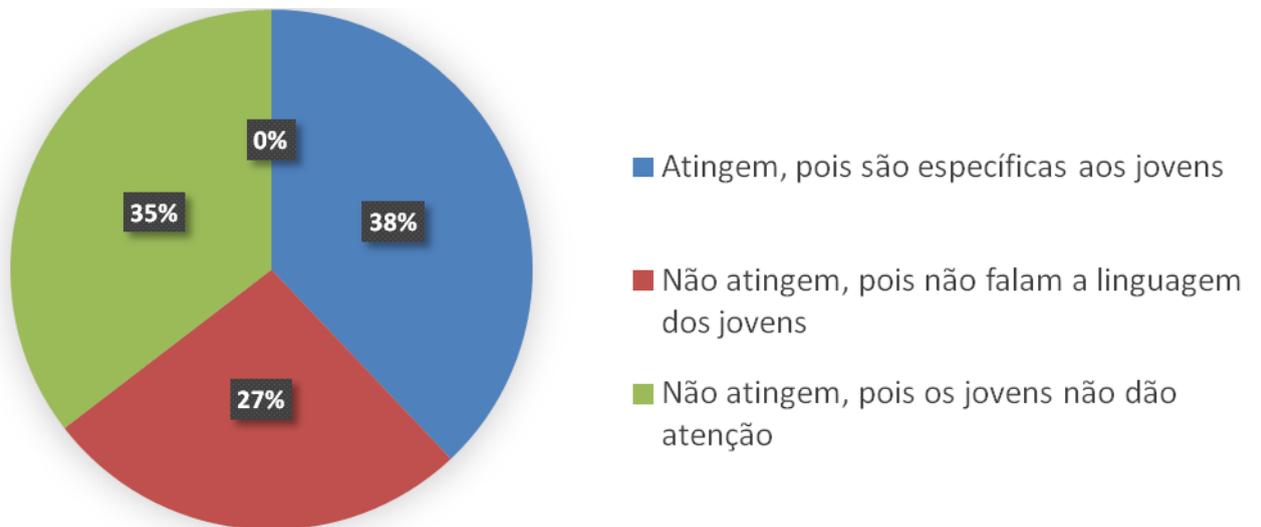
Dos 101 entrevistados, 36% responderam positivamente, que as campanhas informam os jovens, 31% disseram que não, pois as campanhas são raras e superficiais, 17% responderam que as campanhas não são eficazes por falta de vontade própria do public, e 16% não quiseram responder.

## 2. Considera-se bem informado?



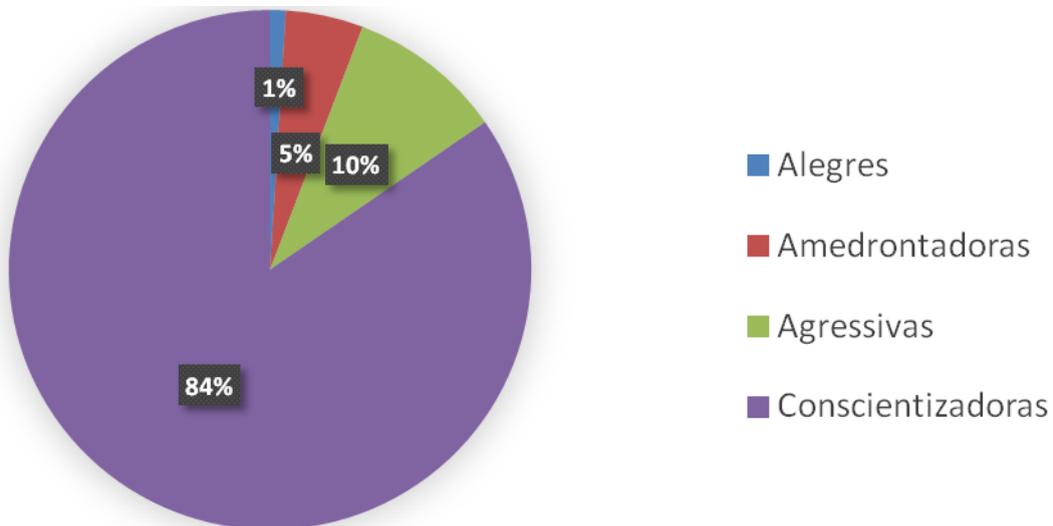
Em relação à pergunta em se considerar bem informado, 28% responderam positivamente, dizendo saber os malefícios das drogas, enquanto que 27% não responderam, 18% disseram serem bem informados através de contato com usuários, 16% disseram serem bem informados através das Campanhas, 6% disseram não serem informados por não ter interesse, e 5% disseram não serem informados por não existir informação.

### 3. Acha que as Campanhas atingem os jovens?

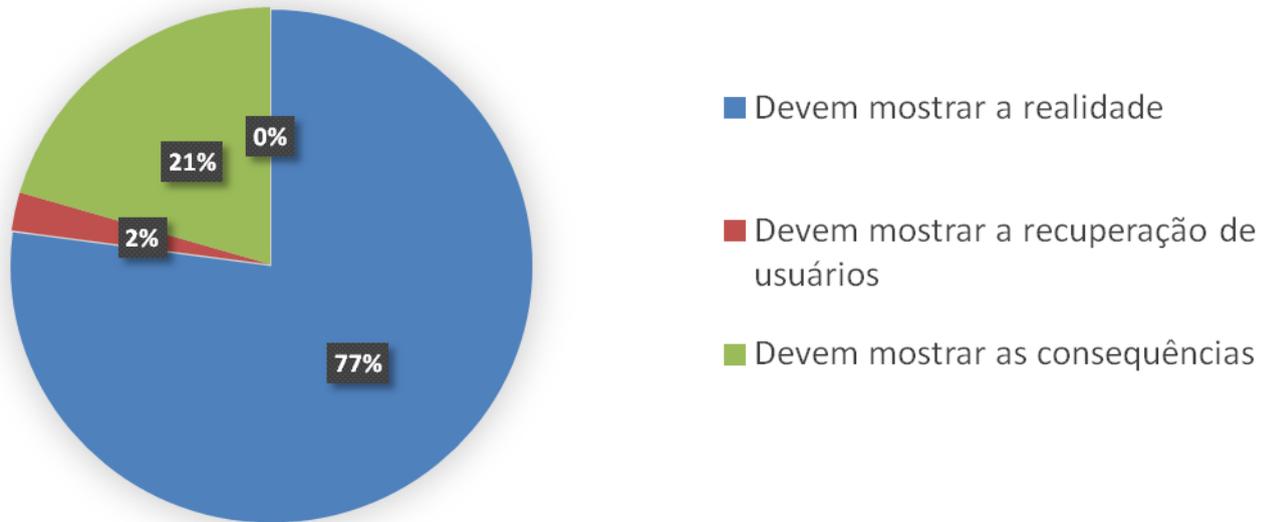


Dos 101 entrevistados, 38% responderam que as Campanhas atingem os jovens, pois são específicas para este público, 35% disseram não atingir pelo fato dos jovens não darem atenção, e 27% disseram não atingir porque as Campanhas não falam uma linguagem jovem.

### 4. Como acha que as Campanhas devem ser?



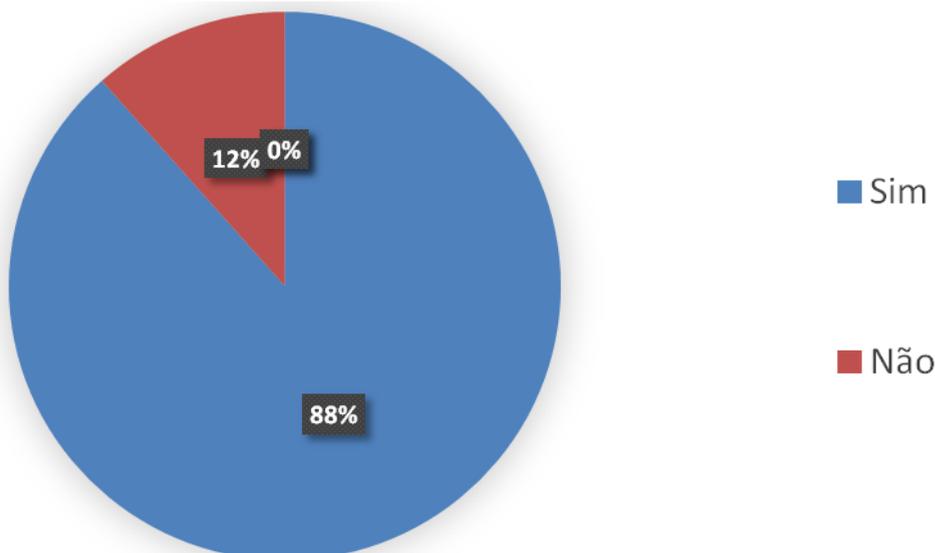
Por quê?



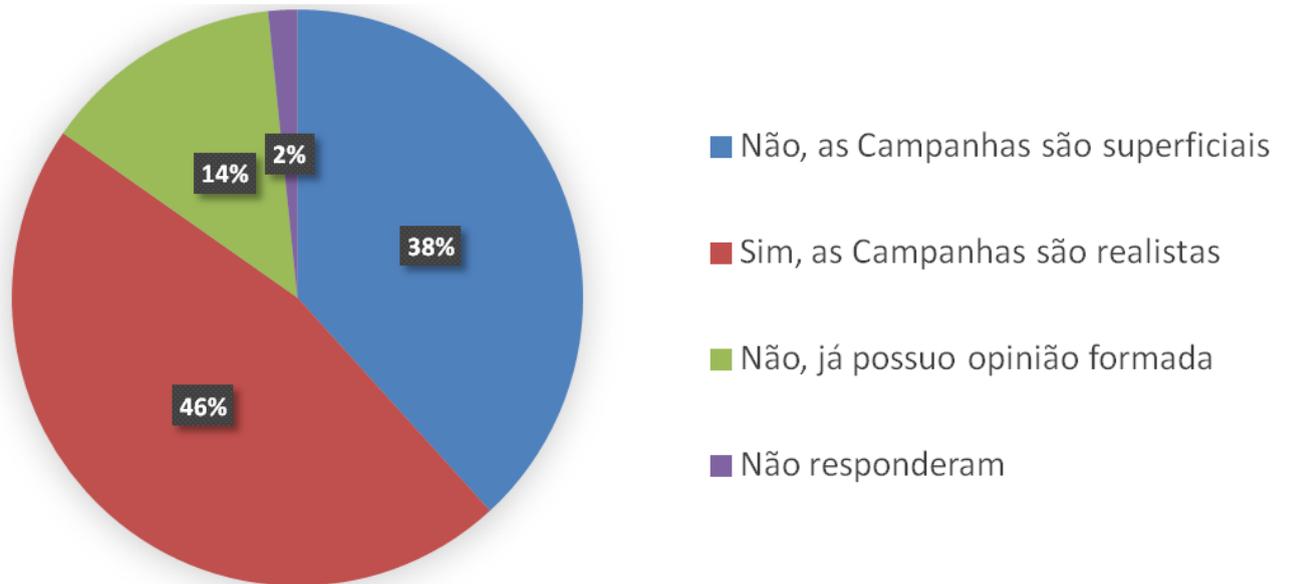
Dos entrevistados, 84% responderam que as Campanhas devem ser conscientizadoras, enquanto que 10% responderam que deve ser agressiva, 5% acha que deva ser amedrontadora e 1% respondeu que deve ser alegre.

Dos argumentos levantados nesta questão em relação ao porquê da resposta anterior, 77% responderam que as Campanhas deve mostrar a realidade, enquanto que 21% respondeu que deva mostrar as consequências, 2% disseram que deva mostrar casos de recuperação de usuários.

5. Já viu alguma Campanha sobre Drogas?



Foi comovido?



Dos entrevistados, 88% disseram já ter visto uma Campanha Social sobre drogas, enquanto que 12% responderam que não haviam visto nenhuma.

Das mesmas pessoas entrevistadas, 46% responderam que foram comovidos pela Campanha e que estas são realistas, 38% responderam negativamente, dizendo que as Campanhas são superficiais, 14% responderam que não foram comovidos por já terem opinião formada, e 2 % não quiseram responder.

## 6. PROJETO DE PESQUISA

O entrevistado foi uma voluntária da ONG- Amor Exigente do Município de Paraguaçu Paulista-SP, tendo o intuito de entender melhor esta organização e apontar a importância da informação para bons resultados desta organização não governamental.

### 6.1 Entrevista com voluntário da Ong - AMOR EXIGENTE

#### 1 - O que é o AMOR EXIGENTE?

R: O Amor-Exigente é um programa de auto e mútua ajuda que desenvolve preceitos para a organização da família, que são praticados por meio dos 12 Princípios Básicos e Éticos, da espiritualidade e dos grupos de auto e mútua-ajuda que através de seus voluntários, sensibilizam as pessoas, levando-as a perceberem a necessidade de mudar o rumo de suas vidas e do mundo, a partir de si mesmas. É um trabalho com propósito de mudar comportamento e tem como lema “Comece em você tudo que quer mudar no outro”.

#### 2- Qual a perspectiva da equipe em relação à família do usuário?

R: Por atuar como apoio e orientação aos familiares de dependentes químicos e também para pessoas com comportamentos inadequados, o Amor-Exigente (AE), promove por meio de encontros, grupos de debates e palestras, intencionando fornecer informações e caminhos às famílias, promover mudanças nos comportamentos e atitudes, no aprendizado e trabalhar regras e limites, valorizando sempre o ser e não o ter. Aprendendo a valorizar o “não”, recuperando raízes familiares ( valores espirituais, emocionais e auto-estima). O Programa eficaz estendeu-se também ao trabalho com Prevenção, passando a atuar como um movimento de proteção social já que Amor-Exigente, desestimula a experimentação, o uso ou abuso de tabaco, do álcool e de outras drogas, assim como luta contra tudo o que torna os jovens vulneráveis, expostos à violência, ao crime, aos acidentes de trânsito e à corrupção em todas as suas formas.

#### 3- Quando se trabalha a co-dependência dá para mensurar os resultados?

R: Sim. As experiências obtidas no decorrer de anos de trabalho, os contatos com os profissionais voluntários e os diálogos semanais nos grupos de interesse, trazem informações que provam, na prática; pois as famílias mudam comportamentos, passam a trabalhar com metas, sentindo-se valorizadas. A família passa a se ver como responsável e não como culpada. Somos, quase sempre procurados por famílias de dependentes e, embora o volume continue aumentando, os resultados colhidos nos estimulam a continuarmos lutando.

#### 4- A Informação é de extrema importância para o êxito de resultados a serem colhidos? Qual tem sido a política de divulgação e comunicação da ONG? Uma pesquisa como esta pode apoiá-los?

R: Sim. Com a troca de informação de Rede em nosso município, o trabalho em conjunto com o Departamento Municipal de Saúde e nosso envolvimento no Conselho Municipal de Saúde, tornamo-nos mais conhecidos da Sociedade local, claro que sabemos que a informação é de extrema importância para a Ong, pois trabalhamos com panfletos, folders e programas de TV, tanto informando nossas programações e endereços, como informando sobre as drogas e seus efeitos. Uma pesquisa acadêmica, como essa, só faz fortalecer nossa entidade, pois a torna mais conhecida, divulgada, fortalecida, divulgando nosso trabalho e ainda, atualmente, somos mais de

mil grupos no Brasil, 1 na Argentina, e 14 no Uruguai, além de cerca de 259 Subgrupos de frutos de Amor-Exigente.

Nome: Ivani Lúcia de Oliveira (Voluntária Responsável)

## 5.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil e o mundo vivem hoje um momento em que as drogas invadem, não apenas os morros e favelas, mas também as escolas, e a vida dos adolescentes, sem discriminação de idade ou classe social.

As Campanhas Sociais têm o propósito de prestar serviços de utilidades públicas, orientando e criando um papel imprescindível de prevenção à população.

A presente pesquisa procurou levantar dados sobre os jovens, procurando saber se são ou não informados sobre drogas, e qual suas concepções em relação à propaganda na prevenção.

Conclui-se, portanto que a propaganda tem um papel importantíssimo na prevenção do consumo de drogas. Também, os receptores da propaganda, jovens na sua maioria, encontram dificuldades no entendimento de tais propagandas, devido à absorção, de quantidades informativas insuficientes.

No Brasil contemporâneo, a máquina governamental investe muito pouco nesse informativo específico, apenas duas (02) ou três (03) propagandas anuais. Em tempo de Copa do Mundo (2014) o investimento e mobilização do Ministério da Saúde foi intenso, no entanto, após a Copa, reduziu-se drasticamente, demonstrando pouca intenção de focar na propaganda de impacto Nacional.

Apesar de haver circulando diversos materiais, campanhas individuais, apoio de profissionais, ongs, entidades religiosas, clínicas e casas de recuperação que, numa tentativa de diminuir o impacto devastador que as drogas provocam pouco tem sido feito e conseguido. Muito tem sido gasto em tempo e dinheiro em propagandas com intenção de conscientizar, prevenir e propor tratamento.

Os dados levantados na pesquisa, na própria Instituição (Fema), reafirmam a importância da Publicidade e Propaganda na prevenção ao uso de drogas. Outrossim, também reafirma a necessidade de intensificar tais volumes informativos, já que a informação provoca educação e mudanças de comportamentos.

As pesquisas de campo identificaram um interesse da sociedade como a Ong Amor Exigente, que os esforços são válidos quando há humanidade e solidariedade em prol do outro. Quando conversamos com uma das integrantes e voluntária de tão conceituada Organização, percebemos que o empenho produz resultados a curto, médio e longo prazo, não só em questão da assistência aos co-dependentes do usuário, bem como, uma transformação mesmo que pequena resulta em um trabalho que vale a pena quando o alvo é o outro. De acordo com a psicóloga da Ong o diálogo

e a conscientização tornam-se ferramentas importantíssimas para a ressocialização e dignidade do usuário e sua família.

Paradigmas são quebrados quando a consciência é afetada por uma publicidade de qualidade, mudando hábitos e comportamentos. Os Governos em esfera Nacional, Estadual e Municipal necessitam investir mais, bem como as Entidades de Educação, as empresas e as indústrias, pois haverá maiores chances das famílias serem despertadas através da massificação informativa.

A Cracolândia está a céus aberto para provar essa escravidão provocada pelas drogas lícitas e ilícitas. Nossas cidades, com proporcionalidade de habitantes e seu número cada vez crescente de usuários, apontam para a urgência de nossas ações. Acredito na Publicidade e Propaganda como ferramenta eficaz na prevenção contra as drogas.

## REFERÊNCIAS

AMOR EXIGENTE. Disponível em: <<http://www.amorexigente.org.br/conteudo.asp?sayfaID=5>> acesso em 22/03/2015

AVM. Disponível em <<http://www.avm.edu.br/monopdf/6/EMILCE%20C%20DE%20A%20DO%20NASCIMENTO.pdf>> Acesso em 12/06/2015

CADENA, Catálogo 100 anos de Propaganda. Abril cultural, São Paulo. 1980.

CAMPOS, Berenice Romeiro de. Crianças, Adolescentes e Drogas, monografia do curso de Direito, 2005, Fema (Fundação Educacional do Município de Assis) Assis-SP.

DENARC. Disponível em: <<http://www.denarc.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=26>> Acesso em 15/07/2015.

DIÁRIO VALE DO JAGUARIBE. Disponível em: <<http://blogs.diariodonordeste.com.br/valedojaguaribe/category/direitos-do-cidadao/page/5/>> Acesso em 20/06/2015.

ESCOLA DO GOVERNO. Disponível em: <[http://www.escoladegoverno.pr.gov.br/arquivos/File/artigos/seguranca/a\\_influencia\\_da\\_s\\_drogas\\_na\\_criminalidade.pdf](http://www.escoladegoverno.pr.gov.br/arquivos/File/artigos/seguranca/a_influencia_da_s_drogas_na_criminalidade.pdf)> Acesso em 15/07/2015.

GADOTTI, Moacir. A Educação contra a Educação. Paz e Terra. 1984.

GOVERNO FEDERAL. Disponível em:<<http://www.sindhosp.com.br/noticias/2193/Governo-federal-lanca-programa-de-combate-e-prevencao-ao-crack>> Acesso em 02/05/2015.

G1. Disponível em <<http://g1.globo.com>> Acesso em 30/05/2015.

HOSPITAL SANTA MÔNICA. Disponível em <[www.hospitalsantamonica.com.br](http://www.hospitalsantamonica.com.br)> Acesso em 15/06/2015.

JORNAL AVALIAÇÃO POLICIAL DE AVARÉ. Disponível em: <<http://jrapolicialavare.blogspot.com.br>> Acesso em 15/06/2015.

JORNAL FOLHA DA ESTÂNCIA DE PARAGUAÇU PAULISTA, p.13

JUS. Disponível em <<http://jus.com.br/artigos/22906/a-atuacao-das-forcas-policiais-no-combate-asdrogas>> Acesso em 30/05/2015.

KOTLER, Philip. HAIDER, H. Donald. REIN, Irving. Marketing Público: como atrair investimentos, empresas e turismo para as cidades, regiões, estados e países. Makron Books – SP, 1994.

LUX MUNDI. Disponível em <<http://www.luxmundi.com.br/index.php/publicidade/>> Acesso em 16/06/2015.

MACRUZ, Pedro de Oliveira. O Álcool na Publicidade e Propaganda. Monografia do curso de Publicidade e Propaganda. Fema (Fundação Educacional do Município de Assis) Assis-SP, 2008.

MALANGA, Eugênio. Publicidade, Uma Introdução. Edima- SP, 1987.

MARANHÃO, Jorge. A Arte da Publicidade. Campinas – SP, 1988.

MARCONDES, Pyr. Uma História da Propaganda. Ediouro – RJ, 2002.

OLIVEIRA, Heloísa Carolina Bueno de. Campanha Publicitária para a Casa de Acolhida da Comunidade Restauração. Monografia do curso de Publicidade e Propaganda. Fema (Fundação Educacional do Município de Assis) Assis-SP. 2011.

PINHO, José Benedito. Propaganda Institucional-Uso e Funções da Propaganda em Relações Públicas. Summus- SP, 1990.

PORTAL DO GOVERNO. Disponível em <<http://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/lenoticia.php?id=232763>> Acesso em 12/03/2015.

PRADO, Vanessa Vieira do. A AIDS numa visão institucional. Monografia do curso de Publicidade e Propaganda, Fema (Fundação Educacional do Município de Assis) Assis-SP, 2008.

PRINGLE, Hamish. THOMPSON, Marjorie. Marketing Social. Makron Books – SP, 2000.

PUBLIFAM. Disponível em: <<https://publifam.wordpress.com/2010/04/20/outdoor-na-biblia/>> Acesso em 19/10/2015.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Campus ABP-RJ, 1999.

SCHIMIDT, Ivan. A Ilusão das Drogas. Santo André- SP, 1982.

UOL Tecnologia, Disponível em:

<<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2014/05/07/brasil-atinge-60-milhoes-de-usuarios-ativos-de-internet-em-marco-diz-ibope.htm>> Acesso em 20/06/2015.

ÚLTIMO SEGUNDO. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/geniosa-exigente-e-kamikaze-elis-regina-morria-ha-30anos/n1597581838345.html>> Acesso 25/04/2015.

TIBA, Içami. 123 Respostas sobre Drogas. São Paulo- SP, 1994.