No juegues con las drogas, todo tiene un precio

"No juegues con las drogas" es el eslogan de la última campaña publicitaria para el medio Internet. Forma parte de la estrategia antidroga del Home Office británico y el Departamento de Salud de Londres. Pretende ayudar a la gente joven y a sus familiares a mantenerse informados sobre el daño que pueden causar las drogas.

La Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) ha divulgado una campaña para prevenir las secuelas del derroche de la cocaína bajo el lema: "60 por ciento mas de sufrimiento". Se está luchando por la vida que es sagrada y nadie ni nada debe atentar contra ella. La droga es la muerte, la inmolación de millones de seres ingenuos, en aras de uno de los más sucios y terribles negocios que ha conocido la humanidad. Luchar contra la droga; con una educación adecuada, con una menor permisividad, con un mayor respeto a la persona, con el ofrecimiento a la juventud de una perspectiva vital.

El consumo de estupefacientes produce un deterioro físico y psíquico que transforma el paraíso de unos instantes en un prolongado e insoportable infierno. La droga es un camino de ida, sin retorno.

También se ha divulgado otra campaña bajo el eslogan "Todo tiene un precio". Busca concienciar sobre la presencia de las drogas en la sociedad. La idea creativa descansa sobre la idea de que: "Lo más peligroso de las drogas es olvidarnos de lo que realmente son".

La población compradora está entre los 15 y 64 años. La droga se trajina en un entorno marginal de indigencia. Son más de mil chamizos en los que residen otros tantos clanes que vegetan en situaciones quebradizas. Una humanidad aparte es la que brota en sus ajados moradores. Con el estigma que provoca la droga, la fijeza hueca, y apenas sin mantenerse firmes, se mueven amasando jeringuillas usadas.

Las ganancias del mercado de las drogas ha conseguido grandes cifras provenientes de los más de tres miles drogadictos que aparecen en los chiringuitos de transacción

Los adolescentes juzgan que la droga más grave es la cocaína, seguida de las píldoras y el cannabis. Asimismo opinan sobre las ganancias de la dilapidación de estimulantes. El 89% de los muchachos juzgan que no gratifica nada el derroche de pastillas, el 87,1% opina lo mismo de la cocaína, el 70,8% del cannabis. Los dos enigmas básicos son de carácter relacional, peleas con los allegados: un 16% y de violencia un 14,2%. Les siguen los atropellos, con un 11,7%, y los aprietos mentales, el 10,4%.

La batalla contra el comercio y el derroche de narcóticos. La voluntad de paralizar esta dañina espada de Damócles para el tejido social, que origina el delito, la crueldad y favorece la devastación física y emocional de muchas personas, requiere un compromiso político, una colaboración mundial y la ayuda de todos.

Clemente Ferrer
Presidente del Instituto Europeo de Marketing
Luis de Salazar, 9,- 28002-Madrid
DNI: 20285521 G.- Tel: 914137873
clementeferrer3@gmail.com