

Échele cabeza

escrito por Juan Pablo Trujillo

Si hay alguna discusión pública que se ha caracterizado por los mitos, las exageraciones y las caricaturas es la de las drogas. Desde aquella declaración de guerra de Richard Nixon en el 71, son muchas las estrategias de prevención basadas en prejuicios y moralinas. La constante en las campañas ha sido promover la desinformación y los sesgos. Incluso, muchos sostienen que la guerra contra las drogas estadounidense fue una estrategia de segregación racial y basan su afirmación en el hecho que entre la aprobación de la ley anti-drogadicción en 1988, y la aprobación de la ley anticrimen en 1994, ni una sola persona blanca fue condenada en Los Ángeles por un delito federal relacionado con el crack, siendo los blancos 2 tercios de los consumidores.

“Just say no”, la campaña antidrogas promovida por Nancy Regan en el marco de la guerra contra las drogas se convirtió en el paradigma comunicacional de la prevención del consumo. Una estrategia que estigmatizaba a los consumidores con afirmaciones engañosas y que infantilizaba la conversación. Se vio a “Kitt” del auto fantástico- esa famosa serie de los 80- sugerir que las madres consumidoras de marihuana podían afectar a sus hijos hasta la muerte. A Mario Baracus (Mr T) de “Los Magníficos” sugerir como todo consumo de drogas acaba con las familias. A Clint Eastwood decir que probar una droga mata. En Latinoamérica, vimos a uno de los mejores artistas de todos los tiempos, Diego Armando Maradona, recitando el famoso “dí no a las drogas”.

Pese a que han pasado más de 30 años de la estrategia liderada por Nancy Reagan, y que la OMS ha dicho varias veces que la mayoría de los consumos de drogas no son problemáticos, en Colombia muchos insisten en plantear la conversación en los términos de *“Just say no”*. En 2018, Juan Diego Alvira- haciendo un rencauche de un video famoso en la estrategia de Reagan- explicó en el noticiero del medio día los efectos de las drogas en el cerebro echando un Alka Seltzer en un vaso de agua. Ese mismo noticiero tituló en otra ocasión “endi, la nueva droga mortal”, para referirse al MDMA y sugirió que los traficantes la regalaban en

chupetas que se distribuían en los colegios. La actual estrategia del Ministerio de Justicia es “la receta de la cocaína”, otra remasterización del “*Just say no*” ochentero que promueve que todo consumidor es problemático. Este recuento del prejuicio y la falta de rigor lo cierra la reciente declaración de Rodolfo Hernández: “todos los consumidores son enfermos”.

Hay otra cara de la moneda. Desde 2007 la corporación Acción Técnica Social lidera estrategias para trascender el nocivo y costoso enfoque prohibicionista, y plantear la conversación sobre drogas desde un enfoque basado en la evidencia que promueva estrategias de reducción de daños. Uno de sus programas “Echele cabeza si se da en la cabeza” testea sustancias en lugares de consumo como festivales y conciertos para prevenir casos de sobredosis o de efectos no deseados. Julián Quintero, su director, fue ponente en la Mesa de la ONU sobre drogas y salud en 2016, ha participado en varios espacios de recomendaciones de política pública, y acompañó la formulación del proyecto de ley para la regulación de la hoja de coca y sus derivados.

Es tiempo de materializar con hechos la necesidad, pero también el clamor de los “gobiernos alternativos”, de nuevo enfoque en la política de drogas, de dejar de aplicar la vieja y prejuiciosa receta del “*Just say no*”. El presidente electo debería nombrar en la dirección de Drogas del Ministerio del Interior a Julián Quintero, o a alguien de su perfil. O al menos, trabajar de la mano de Acción Técnica Social (ATS), Elementa, Fescol, Dejusticia y demás organizaciones que llevan años tratando de abordar el tema con rigor. No podemos seguir en el camino que nos propuso Nixon en el 71 y Reagan en el 86, pues además de irresponsable ha sido un estrepitoso fracaso. Hay que echarle cabeza a una forma seria, rigurosa y basada en evidencia de hablar de drogas en Colombia.