



Facultad de Psicología
Universidad Nacional de Córdoba



**IV Congreso Internacional y
VII Congreso Nacional de Psicología**

CIENCIA Y PROFESIÓN

Editado por:

**Flavia Galaverna, Lucía Montero, Luciano Lo Presti,
María Belén Delbazi Paz, Iván Laurenci Roca, Sofía Arjol,
María Laura Del Boca y Cecilia Ferrero**

IV Congreso Internacional de Psicología VII Congreso Nacional de Psicología Ciencia y Profesión

Edición Virtual

Flavia Galaverna, Lucía Montero, Luciano Lo Presti,
María Belén Delbazi Paz, Iván Laurenci Roca, Sofía Arjol,
María Laura Del Boca y Cecilia Ferrero

Facultad de Psicología
Universidad Nacional de Córdoba
Córdoba, Argentina
Año 2020

Galaverna, Flavia; Montero, Lucía; Lo Presti, Luciano; Delbazi Paz, María Belén; Laurenci Roca, Iván; Arjol, Sofía; Del Boca, María Laura; Ferrero, Cecilia.

IV Congreso Internacional de Psicología VII Congreso Nacional de Psicología Ciencia y Profesión / Flavia Galaverna, Lucía Montero, Luciano Lo Presti, María Belén Delbazi Paz, Iván Laurenci Roca, Sofía Arjol, María Laura Del Boca y Cecilia Ferrero. – 1ª ed. Córdoba: Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba, 2020.

422 p.; 21 x 2.7 cm.

CIRCULACIÓN DE SENTIDOS EN PROPAGANDAS SOBRE CONSUMO PROBLEMÁTICO DE SUSTANCIAS

Ponencia. ID4

Giselle Alejandra Pereyra Olmos¹, Patricia Sorribas^{1,3} y Marina Cuello Pagnone^{2,3}

¹ Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Córdoba, Argentina.

² Universidad Nacional de San Luis (UNSL). Facultad de Psicología. San Luis, Argentina.

³ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Córdoba, Argentina.

Resumen

Introducción: En un campo de disputa por los sentidos, circulan discursos sobre consumo problemático de sustancias enunciando propuestas preventivas desde un paradigma médico hegemónico o desde un posicionamiento de salud mental comunitaria. El presente trabajo expone resultados de la investigación cuyo objetivo ha sido la identificación de la circulación de sentidos en publicidades sobre consumo de sustancias psicoactivas, con referencia a los paradigmas de salud mental operantes. Metodología: Investigación cualitativa de alcance descriptivo. Análisis guiado por herramientas de Análisis del Discurso. 1) Corpus de publicidades (seis gráficas y nueve audiovisuales) analizado en función de sus componentes y formas de representación. 2) Reconocimiento de sentidos, indagado a través de Grupo Focal (usuarios/as del Policlínico Regional Juan Domingo Perón –Villa Mercedes, San Luis- por consumo problemático de sustancias). Las condiciones de producción y reconocimiento fueron contrastadas con propuestas de la Ley N°26657 (2010), Plan Nacional de Salud Mental (2010) y Recomendaciones para el tratamiento de salud mental en los medios (2016). Resultados y Discusión: Insiste un modelo biologicista y abstencionista en la mayoría del corpus. El modelo de salud mental de base comunitaria es considerado y la adecuación a algunas recomendaciones estatales es lograda en pocas piezas posteriores a la Ley. Aquí es incluida la presencia de sujetos/as activos/as de derechos con propuestas no abstencionistas. Esto desconcierta en el reconocimiento por ruptura de efecto de corpus. Los/as usuarios/as deslegitiman aquellos textos que se centran en la descripción de efectos de las sustancias con discursos médico-biologicistas, contraponiendo la experiencia del padecimiento sin mediar consumo y cuestionan el modo de nombrar las sustancias y a los enunciativos en tanto sean ajenos a la experiencia de consumo. Partir de estos resultados para repensar las políticas públicas con sus estrategias comunicacionales es uno de los puntos a considerar para la consecución del pleno goce de derechos.

Palabras claves: SALUD MENTAL; CONSUMO DE SUSTANCIAS

Abstract

Abstract: In a field of dispute for the senses, discourses on problematic substance use circulate, enunciating preventive proposals from a hegemonic medical paradigm or from a community mental health position. The present work exposes results of the investigation whose objective has been the identification of the circulation of senses in advertisements on the consumption of psychoactive substances, with reference to the operating mental health paradigms. Methods: Qualitative research of descriptive scope. Analysis guided by Discourse Analysis tools. 1) Advertising corpus (six graphics and nine audiovisuals) analyzed according to their components and forms of representation. 2) Recognition of senses, investigated through the Focus Group (users of the Juan Domingo Perón Regional Polyclinic -Villa Mercedes, San Luis- for problematic substance use). The conditions of production and recognition were contrasted with proposals of Law No. 26657 (2010), National Mental Health Plan (2010) and Recommendations for the treatment of mental health in the media (2016). Results/Contributions: A biological and abstentionist model insists in most of the corpus. The community-based mental health model is considered and the adaptation to some state recommendations is achieved in a few pieces after the Law. The presence of active subjects of rights with non-abstentionist proposals is included here. This is puzzling in the corpus effect breakdown recognition. The users delegitimize those texts that focus on the description of the effects of substances with medical-biological discourses, contrasting the experience of the disease without mediating consumption and questioning the way of naming the substances and the enunciators as long as they are foreign to the consumption experience. Starting from these considerations to rethink public policies with their communication strategies is one of the points to be modified to achieve the full enjoyment of rights.

Key words: MENTAL HEALTH; SUBSTANCE USE