

Le diverse opinioni

Area di interesse: Comunicazione mediatica

Organizzazione	Problemi principali segnalati	Soluzioni proposte	Allegati
CEIS	La prevenzione basata sull'informazione è necessaria ma del tutto insufficiente (e a volte controproducente).	<i>Se la prevenzione autentica passa attraverso l'educazione e non può essere delegata agli "esperti", ma è operazione quotidiana, bisogna favorire in tutti i modi la "formazione dei formatori" ((naturali, professionali, religiosi, opinion leader). Un altro filone strategico fondamentale è la riduzione del malessere nel quale i ragazzi e le loro famiglie possono trovarsi (per i dettagli vedo documento CeIS di Roma allegato "Idee guida per la prevenzione delle tossicodipendenze").</i>	
Comunità Incontro	Insufficiente presenza di comunicazione	<i>Attuare un serio programma informativo non solo legato ai rischi e al problema ma allargato alle proposte presenti su tutto il territorio nazionale. Assegnazione di una quota di pubblicità sociale agli enti preposti al recupero e reinserimento dei soggetti TD</i>	
Fondazione Exodus Onlus	Inefficacia del messaggio macro per contenuti e modalità Messaggio veicolato solo attraverso "campagne spot"	<i>Supportare a livello locale il messaggio macro con attività mirate e orientando la risposta dei servizi Favorire percorsi di formazione sull'uso dei mass media Creare un sistema informativo permanente</i>	
Erit Italia	Troppa "Pubblicità manipolativa": impedisce di capire, confonde e vanifica gli sforzi di certa "Pubblicità Progresso" che resta invisibile. Soprattutto spinge ed abitua la gente alla dipendenza ed al comportamento impulsivo, anziché orientandola e supportandola nei processi di sviluppo di autonomie	<i>Regolamentare gli spot pubblicitari, eliminando ingannevoli promesse di iper prestazioni e orientando il messaggio maggiormente al pensiero critico ed alla coscienza. Vincolare preventivamente risorse dell'imprenditoria privata da destinare al rimedio dei danni cagionati alla comunità, da specifiche iniziative. Sviluppare maggiormente forme di comunicazione sociale del tipo descritte al punto 2a(prima riga, seconda colonna), utilizzando preferibilmente gli strumenti di comunicazione preferiti dai giovani (internet, cellulari, ecc) .</i>	

Le diverse opinioni

Area di interesse: Comunicazione mediatica

		<p><i>Fare in modo di implementare una dose garantita di messaggi, utili alla percezione dei rischi per la salute, derivati da specifici stili di vita e favorevoli all'acquisizione e lo sviluppo di comportamenti rispettosi degli individui e della società, in tutte le occasioni possibili: Nei programmi televisivi, cinematografici, teatrali, in libri, testi scolastici e giornali, sui prodotti di consumo, nei messaggi pubblicitari, nella scuola negli ambienti di lavoro, nei luoghi pubblici. Ciò per favorire anche lo sviluppo di una maggior senso di responsabilità di privati ed istituzioni verso i diritti di salute della collettività. (Es. se un'industria produce profitti ma inquina, deve provvedere anticipatamente, con fondi vincolati o altra forma, a garantire la bonifica del danno, senza che tale onere venga fatto ricadere sulla collettività, ora "cornuta e mazziata")</i></p>	
<p>Federserd</p>	<p>Valorizzare le buone pratiche dei SerT Intervenire tempestivamente sulle notizie di cronaca Evitare gli allarmismi Informare con regolarità la popolazione</p>	<p><i>Maggiore utilizzo delle tecnologie multimediali Fare pressione per includere le tematiche della dipendenza nelle trasmissioni che trattano problemi di salute e di costume</i></p>	<p>- rassegna rivista Mission (www.federserd.it) - volumi collana Clinica delle Dipendenze e dei comportamenti di abuso. Franco Angeli – Milano.</p>
<p>Gruppo Abele</p>	<p>Mancanza di una corretta informazione che utilizzi anche le Nuove Tecnologie più utilizzate dal mondo giovanile.</p> <p>Difficoltà di comunicazione, informazione, aggiornamento dei cittadini che continuano a demonizzare secondo luoghi comuni la tossicodipendenza.</p> <p>Il rischio è che i dibattiti e le informazioni passino attraverso riviste scientifiche per addetti ai lavori e non attraverso canali rivolti al grande pubblico. Spesso i consumatori e le famiglie non hanno modo di essere informati se non dai servizi dedicati.</p>	<p><i>Utilizzare gli osservatori privilegiati (servizi di bassa soglia, servizi che si occupano di interventi in strada con i minori) per avere informazioni sull'uso delle sostanze e dinamiche correlate e diffondere le informazioni non solo attraverso canali specifici per addetti ai lavori ma attraverso canali che possano raggiungere tutti: famiglie, minori, consumatori, cittadini</i></p>	

Le diverse opinioni

Area di interesse: Comunicazione mediatica

Provincia Autonoma di Bolzano –Azienda Servizi Sociali	Frammentazione delle iniziative di comunicazione Mancanza di un piano di comunicazione organico che tenga conto delle diverse azioni attivate sul territorio dagli attori coinvolti	<i>Analisi e coordinamento delle iniziative secondo un piano condiviso</i> <i>elaborazione di uno o più piani di comunicazione basato su analisi dei bisogni e piano di azione operativo che descriva azioni/progetti/obiettivi.</i>	
Provincia Di Trento	Valorizzazione delle buone pratiche Informazione regolare della popolazione	<i>Maggiore utilizzo e governo delle tecnologie multimediali</i>	In allestimento un documento in tal senso
Regione Sicilia	Mancata visibilità del lavoro dei servizi Mancato diretto coinvolgimento degli operatori di settore nella definizione del fenomeno droga e dipendenze nella popolazione	<i>Valorizzazione delle buone pratiche attraverso l'uso dei mass-media</i>	
Sia	Praticamente incongrua e frammentaria quella esistente e sostanzialmente priva di qualunque forma di coordinamento interistituzionale; priva di qualsiasi forma di valutazione dell'efficacia e di una programmazione pluriennale come previsto in tutte le campagne di comunicazione governative	<i>Creazione di una modalità coordinata di azione e di investimento delle risorse con valorizzazione delle competenze delle Consulte istituite per legge (Consulta Nazionale Alcol – Legge 125/2001 e Consulta Nazionale Dipendenze). Coordinamento interministeriale sulla comunicazione relativa all'alcol nei differenti ambiti</i>	