

## Los medios de comunicación social y las drogas

Rosa del Olmo  
Venezuela

*Las investigaciones evidencian que el inadecuado tratamiento por los medios de comunicación de los temas relacionados con las drogas desemboca en problemas que más que prevenir dificultan la tarea educativa. En este artículo su autora presenta reflexiones críticas para resaltar la importancia y la gran responsabilidad de los medios de comunicación como poderosos instrumentos que influyen decisivamente en la conducta de las personas.*

Los intentos por precisar la relación entre los medios de comunicación social y las drogas no son tarea fácil como lo demuestra el debate que se ha suscitado desde hace más de veinte años. En este sentido hay que tomar en consideración, en primer lugar, las características intrínsecas de las sustancias psicoactivas, más conocidas como drogas. La naturaleza cambiante y clandestina de algunas de ellas las convierte en un tema de estudio complejo y contradictorio con múltiples implicaciones; confuso, por la extensa literatura saturada de prejuicios morales y datos falsos y sensacionalistas, así como por la escasa investigación seria y objetiva existente, a lo cual se añade la carencia de datos fidedignos; pero sobre todo se trata de un tema mitificado, a través de variados discursos y percepciones, que responden a determinados intereses económicos

y políticos, ocultando así su verdadera naturaleza y dinámica. En su análisis confluyen una serie de aspectos de diferente índole, como por ejemplo, la crisis económico-social, la estrategia internacional para enfrentar el problema del tráfico de drogas, la posición del Estado y de los grupos de poder, la respuesta desde la sociedad civil, la conciencia social, etc.

En segundo lugar, los problemas que suscita el abordaje de los medios de comunicación social, por su cada vez más importante desarrollo, y los numerosos tipos de discurso, de géneros y subgéneros que comprenden (Verón, 1987: 9), pero en relación a las drogas lo que interesa es cómo estos medios las presentan, es decir, el discurso de la información, sin olvidar todo lo que implican en la actualidad los eslabones de la industria de la información, desde la materia prima, pasando por las cade-

nas de montaje, los ajustes, los controles de calidad hasta el producto final: la noticia (Verón, 1987: 2). En este sentido, los especialistas concuerdan en la capacidad de los medios de producir realidad social, aunque de manera diferente según el medio de información. En el caso de la prensa escrita, es el espacio de una multiplicidad de modos de construcción, pero desde el punto de vista del consumidor, por norma general, sólo recibe información una o dos veces al día; la radio sigue el acontecimiento y define el tono llegando a informar acerca de un suceso cada hora y a veces más a menudo; la televisión, aunque sólo haga dos o tres entregas al día, proporciona las imágenes que permanecerán en la memoria y aseguran la homogeneización de la imaginación social. En otras palabras, la verosimilitud del informativo radial no se construye del mismo modo que la de la televisión y el lugar del destinatario no es el mismo en el montaje del informativo televisivo que en la compaginación de la prensa escrita (Verón, 1987:195).

Estas precisiones son necesarias ya que hoy en día los medios de comunicación social cumplen un papel particularmente importante en la estructuración de las representaciones sociales relativas al problema de las drogas (Kornblit, 1989: 50), al ser la principal fuente de información sobre el tema, especialmente de la gente joven, pero también para los sectores medio-bajo y bajo de la población, al contar con menos instrumentos cognitivos para elaborar una apreciación realista de la situación. De ahí la importancia y la gran responsabilidad de los medios al ser un poderoso instrumento de influencia en la conducta de la gente. En este sentido, no hay que olvidar cómo el tema de las drogas ilegales, ha ocupado un

lugar privilegiado en los medios de comunicación social desde hace aproximadamente veinte años, aunque con variaciones en el discurso.

Ante este panorama, desde hace tiempo una serie de especialistas vienen discutiendo la acción de estos medios de información en relación con las sustancias psicoactivas. La

Unesco, por ejemplo, en varias oportunidades ha convocado reuniones para evaluar la situación. En su famosa reunión de 1973 en París, tan frecuentemente citada posteriormente, el debate giró en torno a los siguientes interrogantes:

- ¿Cómo se difunde la información sobre el abuso de drogas, tanto en sus aspectos positivos como negativos?

- ¿Cómo se puede encauzar del modo más eficaz posible la información tanto en presentaciones específicas como de tipo general?

- ¿Qué técnicas cabe utilizar para evaluar la eficacia de los esfuerzos y la participación de los diversos medios de información?

- ¿Cuál es la mejor manera de conseguir la cooperación interinstitucional e internacional?

Al intentar responder estas preguntas surgieron los siguientes planteamientos:

1. La información puede no dar los resultados propuestos si no llega al público al que estaba destinada.

2. La información puede llegar a propagar el uso de las drogas.

3. La información puede agravar las reacciones de la sociedad para con los drogadictos, traumatizar a los padres y provocar el aislamiento de los individuos dependientes con lo que éstos perderán posibilidades en su curación.

4. La información no conseguirá su fin si plantea mal el problema, como puede ser

Los medios de comunicación pueden caer en la tentación de reproducir unos discursos convenidos y simplistas ya que tienden a responder a las expectativas de sus lectores con la elección de los temas tratados o con la manera de tratar los hechos.

asociar el abuso de drogas con la crisis de la juventud o la rebelión política.

Entre las conclusiones de esta trascendental reunión, se señaló cómo los detalles sobre el consumo de drogas difundidos por los medios de información tienden a rodear todo el tema de una aureola indeseable y de un sensacionalismo indebido cuyos efectos, en algunos casos, son casi equivalentes a los de un manual de instrucciones para administrar droga; asimismo se demostró cómo las opiniones opuestas y contradictorias difundidas por los medios, tienden a confundir al público.

En otra reunión de expertos, convocada también por la Unesco, y celebrada en Lisboa en 1980, se constató que los medios de información establecidos resultaban poco eficaces, sobre todo por el hincapié en las drogas ilegales, mientras que una gran parte de consumidores, sobre todo jóvenes, condenaban el consumo de las drogas legales de parte de los adultos.

Una conclusión importante, y que ha sido resaltada en reuniones posteriores, es el pánico desmesurado que engendra entre las familias una campaña sin discernimiento contra las drogas ilegales. No hay que olvidar que las drogas ilegales tienen la capacidad de despertar en la población sensaciones de temor por una serie de razones que escapan a los límites de esta exposición, pero que tienen mucho que ver con lo que significan las prohibiciones. El hombre común se siente incapacitado para defenderse en especial por la sensación de ignorancia ante fenómenos nuevos que son caracterizados como incontrolables. El resultado es una creciente alarma y una angustia colectiva, que se traduce en el surgimiento de

estereotipos como el de drogadicto igual a delincuente y/o drogadicto igual a enfermo, y más recientemente el de narcotráfico igual a peligro de la soberanía nacional y la democracia. Al mismo tiempo, la impotencia y la discriminación que originan la creación de estereotipos, tienen el efecto nefasto de obstaculizar aún más cualquier programa de prevención del abuso de drogas (Parvex, 1996: 98).

Así las cosas, no hay duda de que las drogas ilegales han logrado convertirse en uno de los focos de preocupación social, tal como lo revelan las encuestas de opinión, a pesar de que la importancia estadística del fenómeno, en cuanto a su incidencia, está muy por debajo de otras patologías sociales como, por ejemplo,

el alcoholismo, la mortalidad infantil o la desnutrición (Kornblit, 1989: 48). Lo que no está muy claro, sin embargo, son las raíces de esa preocupación. Pareciera existir un círculo vicioso. Tal como lo señala el periodista francés Patrick Piro, director de la revista *Interdependences*, «Los medios de comunicación pueden caer en la tentación de reproducir unos discursos convenidos y simplistas ya que tienden a responder a las expectativas de sus lectores con la elección de los temas tratados o con la manera de tratar los hechos. Al adoptar sin ningún tipo de distanciamiento las tesis dominantes, que amplifican, contribuyen a su vez a forjar la opinión pública que confirma la tesis dominante que de nuevo es adoptada por los medios de comunicación y así sucesivamente. Podemos

entonces preguntarnos si los medios de comunicación reflejan la opinión pública o contribuyen a forjarla» (Piro, 1996: 90). No debe

Por la naturaleza del tema drogas, todo parece indicar que la prensa escrita, radio y televisión, son las fuentes más importantes para tener acceso a la información. Pero la dependencia de las noticias de las versiones de los organismos encargados de la represión complica el panorama y obliga a aceptar estas fuentes con suma cautela.

olvidarse aquí la fuente casi exclusivamente policíaca de todas las informaciones y la tendencia casi irreversible de los productores de información de considerar la droga como un tema de naturaleza exclusivamente delictiva (Parvex, 1996: 97).

Además de la serie de reuniones de expertos para analizar tan complejo asunto, un conjunto de investigadores se han ocupado del tema. En este sentido, el especialista vasco en prevención de drogas, A. Vega, publicó en 1995 un interesantísimo trabajo con el título *Los medios de comunicación social y las drogas: entre la publicidad y el control social*, donde con sumo detalle presenta una revisión exhaustiva de los estudios realizados en los últimos años en torno al tema. Aunque no podemos revisar aquí, por límites de espacio, todos los estudios recogidos por Vega, es importante destacar las conclusiones a las que llega el estudio oficial sobre la imagen de la drogadicción en la prensa española llevado a cabo por el Plan Nacional sobre Drogas en 1988. Así leemos lo siguiente:

«1. Desde el punto de vista formal, se presenta una imagen homogénea de la droga, como un mundo perfectamente objetivado, en el que no cabe la interpretación ni la polémica.

2. La droga aparece unida al ámbito delictivo dentro de un marco jurídico-moral. Las perspectivas sanitaria, psicosocial y cultural apenas tienen cabida en la prensa.

3. En la prensa tienen mayor presencia sujetos no consumidores, entre los que destacan policías, políticos y jueces (55,5%); después aparecen los traficantes (29,8%) y por último, los consumidores (14,7%).

4. La imagen de la droga resalta por su indeterminación. En un 60% de las informaciones consideradas, no se explicita de qué droga se está hablando y el consumidor se presenta sin ningún rol social.

5. Se transmite la idea de que el orden social triunfa claramente en la batalla contra las drogas, a través de la represión institucionalizada» (Vega, 1995: 102).

En síntesis, se puede concluir que una serie de investigaciones han demostrado los problemas que se pueden presentar al tratar inadecuadamente el tema de las drogas en los medios de comunicación social, en lo que se refiere al discurso de la información. Pero hay otro nivel que debe mencionarse, aunque sea brevemente, y es el de las campañas anti-drogas, frecuentemente calificadas como de «concientización», promovidas por determinados organismos. Aquí es importante citar lo que señala Vega:

«Estas campañas parecen servir más de justificación po-

lítica que de un auténtico compromiso con el problema de las drogas, pues normalmente responden a momentos muy concretos, sin una integración dentro de una estrategia más amplia. Las campañas se convierten en muchas ocasiones en un 'rito institucional' que se repite cada año, más preocupados por mostrar una preocupación por las drogas de parte de las instituciones que por conseguir unos objetivos muy concretos. Resulta curioso que la evaluación de los resultados suele centrarse en el recuerdo del mensaje de la campaña y en el conocimiento de la población de la institución responsable con 'deseos y necesidades de crear imagen'» (Vega Fuente, 1995:104).

En Venezuela no hemos llevado a cabo

La educación a través de los medios de comunicación exige resolver las propias contradicciones internas, entre las que destaca, de forma especial, el ser la base publicitaria del alcohol, el tabaco y los medicamentos, es decir, las drogas legales, mientras difunden mensajes que asocian las drogas ilegales con la destrucción y la muerte.

ninguna investigación para estudiar cómo se presenta la información sobre las drogas en los medios de comunicación social, ni hemos hecho ninguna evaluación seria de las campañas que se ha, o se está, llevando a cabo. Lo que sí es cierto es que desde mediados de los ochenta, ha predominado un discurso sensacionalista plagado de datos falsos y fomentando el pánico irracional frente al fenómeno, particularmente desde que se difundió a nivel internacional el término «narcotráfico», utilizado como un eficiente instrumento lingüístico, sinónimo de «enemigo principal». La reiterada mención de este término implica un proceso de lectura bastante restringido pues se simplifica el problema y se justifica la acción represiva como la única solución (Núñez, 1990: 3). Lo dicho hasta ahora permite subrayar las dificultades que presenta la relación medios de comunicación social y drogas sobre todo cuando la comunicación se reduce a una tarea informativa, no formativa, con contenidos homogéneos e imágenes «universales» que ya no respetan diferencias nacionales ni las especificidades que el propio tema conlleva.

Hace un par de años, preocupada por las dificultades que presenta investigar el fenómeno de las drogas, comencé a detectar algunos de los obstáculos epistemológicos y metodológicos que contribuyen a ocultar la verdadera dimensión de la problemática. Las palabras utilizadas en la construcción del discurso son el primer obstáculo, pero tan importante o más resultan las fuentes que contribuyen a construir la realidad social de las drogas, siendo una de ellas los medios de comunicación social. De ahí que para concluir esta exposición quisiera transcribir parte de lo que escribí en aquella oportunidad sobre este particular:

Por la naturaleza del tema drogas, todo parece indicar que la prensa escrita, radio y televisión, son las fuentes más importantes para tener acceso a la información. Pero la dependencia de las noticias de las versiones de los organismos encargados de la represión complica el panorama y obliga a aceptar estas

fuentes con suma cautela. Es muy frecuente que un titular afirmativo sobre un hecho se apoye exclusivamente en las declaraciones y opiniones personales que tienen a bien ofrecer los máximos jefes de los cuerpos de seguridad o altos oficiales de las fuerzas armadas, aunque ocasionalmente también aparecen en la palestra algunos políticos. Sin embargo, la fuente de los titulares sólo se detecta al leer el contenido de la noticia. Por ejemplo, un titular dice «Los cárteles colombianos están en guerra», pero el texto señala: «El general X confirmó que los dos cárteles están en guerra por la disputa del mercado de Nueva York»; otro titular puede decir «El Cártel de Medellín asesinó a Luis Carlos Galán» para luego leer: «Según la policía de Medellín, el Cártel había ofrecido medio millón de dólares a quien asesinara a Galán». A veces se trata de ruedas de prensa convocadas especialmente por un general para informar sobre el resultado de determinado operativo antidrogas y para emitir su percepción personal sobre la magnitud del fenómeno. De este modo, todo parece indicar que la información suministrada por los cuerpos de seguridad y defensa a los medios de comunicación legitima lo que éstos difunden, pero a su vez, los periodistas legitiman la versión de los cuerpos de seguridad, convirtiéndola en realidad con lo cual se refuerzan entre sí.

Por otra parte, también se puede observar, al menos en América Latina, el papel hegemónico de algunos medios de comunicación para difundir una información y su posterior relación con la implementación de determinadas políticas. Por ejemplo, basta que periódicos como el *Washington Post*, el *New York Times* y el *Miami Herald*, o revistas como *Newsweek* y *Times* publiquen una noticia para que su versión sea asumida con un sorprendente grado de credibilidad, especialmente de parte de los medios de comunicación de América Latina. En ningún caso se detienen a examinar quién elaboró la noticia, y en qué condiciones, ni cuestionan la posibilidad de que sea producto de la percepción de corresponsales extranje-

ros, en visitas fugaces, con lo cual sus informantes no son los más idóneos para elaborar un diagnóstico sobre la situación de un país determinado. En aquellos pocos casos de periodismo investigativo, existe la tendencia a presentar versiones encontradas con grandes contradicciones con lo cual el lector no sabe a qué atenerse.

La importancia de los medios de comunicación es de tal magnitud que las representaciones que construyen en torno a los hechos terminan orientando la toma de decisiones tanto del ciudadano como del alto funcionario del Estado (del Olmo, 1994: 131).

Ante esta situación, la información a la población pareciera estar atrapada en la alternativa entre la dramatización y la banalización de la problemática. El dramatizarla produce interés y curiosidad e implica el riesgo de incrementar el deseo de experimentar con ellas. El banalizarla normaliza el uso de drogas, convirtiéndolo en un asunto obvio al que se le resta importancia (Kornblit, 1989: 52).

### Conclusiones

Nadie niega que los medios de comunicación social pueden y deben tener una responsabilidad educativa ante la problemática actual de las drogas, tanto de las legales como de las ilegales. Los medios de comunicación deben informar con objetividad de los problemas que presenten, sin actitudes moralizantes ni condenatorias. La educación a través de los medios de comunicación exige resolver las propias contradicciones internas, entre las que destaca, de forma especial, el ser la base publicitaria del alcohol, el tabaco y los medicamentos, es decir, las drogas legales, mientras difunden mensajes que asocian las drogas ilegales con la destrucción y la muerte.

Al mismo tiempo, no debe caerse en los

errores tantas veces achacados a los medios de comunicación social, en aras de la objetividad. Por ello conviene siempre que estos medios: dejen de prestar una atención selectiva y negativa; distingan entre los diversos tipos de drogas; diferencien modalidades de consumo; insistan más en los antecedentes y circunstancias sociales que favorecen el consumo y adopten una postura más crítica y activa de cara a las soluciones; presenten el problema sin traumas, ni prejuicios, y en toda su complejidad. El objetivo final es conseguir que los individuos puedan tomar decisiones responsables ante las drogas, sean legales o ilegales.

### Referencias

- DEL OLMO, R. (1993): «Para definir el tráfico y consumo de droga. Reflexiones Iniciales», en *Delito y Sociedad* 4-5; año 3; septiembre, Buenos Aires; pp.127-131.
- KORNBLIT, A.L. y E. VERÓN (1989): «La construcción social del problema: los medios de comunicación y las drogas», en KORNBLIT A. y OTROS: *Estudios sobre drogadicción en Argentina*. Buenos Aires, Nueva Visión; pp. 47-57.
- NÚÑEZ, P. (1990): «Comunicación Social y Drogas», en *Seminario Internacional 'La droga en América Latina'*. Quito.
- PARVEX, R. (1996): «Educación e Información», en *North-South Centre Conferencia Internacional Drogas: Dependencia/Interdependencia*. Lisboa, 23-25 de marzo.
- PIRO, P. (1996): «¿Están la información y los mensajes manipulados por los medios de comunicación?», en *North-South Centre 'Conferencia Internacional Drogas: Dependencia/Interdependencia'*. Lisboa, 23-25 de marzo.
- UNESCO (1973): «Reunión de especialistas sobre los métodos para evaluar la acción de los grandes medios de información contra el uso indebido de estupefacientes». París, 22-26 de enero.
- UNESCO (1980): «Reunión de expertos sobre la coordinación de la educación escolar y la extraescolar relativas a los problemas relacionados con el uso de las drogas». Lisboa, 8-12 de septiembre.
- VEGA F.A. (1995): «Los medios de comunicación social y las drogas», en *Revista Española de Drogodependencias*, 2; vol. 20, pp. 99-111.
- VERÓN, E. (1987): *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires, Gedisa.

• *Rosa del Olmo* es socióloga, profesora emérita de la Universidad Central de Venezuela y presidenta de la Fundación «J.F. Ribas» de Venezuela.