

# Drogas Y Medios de Comunicación Social

*"Con la frivolidad y el reportaje puede combatirse mejor ese vicio que con un rapport social y meticulous  
de la sección de higiene de la sociedad de naciones".*

*(Elvira Reyna, en "El Escándalo", 19-11-1925)*

*Eusebio Megias Valenzuela*

**RESUMEN:** El desencuentro entre los profesionales de drogas y de los de la comunicación se plasma en una serie de acusaciones, según las cuales estos contribuyen a la construcción de un estereotipo empobrecedor y a la fabricación de imágenes contrapreventivas, mientras que, la visión que quieren transmitir los primeros no reúne las condiciones de lo noticiable.

El enfrentamiento surge a partir de los años 70, puesto que anteriormente o no se prestaba interés a los temas de drogas en los medios de comunicación o el enfoque que se les daba no se alejaba demasiado de las posturas de los profesionales. El periodista, al informar sobre aquello que supone una preocupación social, responde a lo que se le demanda desde la comunidad, si bien refuerza un estereotipo simplificador y distorsionador, por lo que choca con la responsabilidad social de los profesionales de drogas, que contribuir a disminuir los conflictos relacionados con los consumos. Considerando que los instrumentos de prevención no son, por el momento, noticia atractiva para los medios de comunicación, el esfuerzo de los profesionales que trabajan en drogas debería centrarse en enseñarles una visión comprensiva que les permita situar la noticia que ellos elijan en un contexto amplio y globalizador.

**ABSTRACT:** The misunderstandings between drug and media professionals are expressed by a set of mutual accusations. The first ones accuse the second of creating an impoverishing stereotype and of fabricating anti-preventive images, while the image they themselves pretend to get across is not considered attractive news by the media. This opposition dates from early 70's. Before that, drug themes didn't attract media's attention or the point of view was too similar to professional's one. When a journalist informs about something he believes to be a social concern, he is answering to a question made by the community. Doing so, he is strengthening a stereotype considered too much simplified and creator of distortions, to which oppose drug professional's social responsibility. In fact, the latest want to contribute to the reduction of conflicts related with drug use. Knowing that prevention instruments at the present may not be considered attractive news for the media, the efforts of drug professionals should concentrate on teaching a comprehensive approach in order that media professionals could place the news they choose within a wider and global context.

**RÉSUMÉ:** Le désaccord existant entre les professionnels de la drogue et ceux des media se traduit par une suite d'accusations mutuelles. Les premiers accusent les seconds de contribuer à la création d'un stéréotype appauvrissant et de fabriquer des images anti-préventives; cependant, l'image qu'ils veulent transmettre n'est pas considérée attractive par les media. Cette confrontation date du début des années 70: auparavant, ou bien les thèmes de la toxicomanie n'intéressaient pas aux media ou alors ils étaient transmis d'un point de vue assez proche de celui des professionnels de la toxicomanie. Quand le journaliste informe sur ce qu'il croit être un souci social, il répond à ce que la société lui demande. En ce faisant, il renforce un stéréotype simplificateur et originateur de distorsions, auquel s'oppose la responsabilité sociale des professionnels de la toxicomanie. En fait, ceux-ci veulent contribuer à la réduction des conflits liés aux consommations. Compte tenu que les instruments de prévention ne constituent pas, pour le moment, une nouvelle attractive pour les media, l'effort des professionnels de la drogue devrait se centrer sur la tâche d'enseigner une vision compréhensive, qui permettrait aux professionnels des media d'insérer les nouvelles sélectionnées dans un contexte plus élargi et global.

**Palabras clave:** Medios de Comunicación, Representación Social, Profesionales de la Prevención y Tratamiento de las Toxicomanías.

## EL DESENCUENTRO

Cualquier profesional de los que, de una u otra forma, vienen desde hace años ocupándose de los problemas de drogas ha tenido múltiples oportunidades de analizar y criticar, cuando no de escandalizarse o protestar por el tratamiento que los medios de comunicación daban a estos problemas. En seminarios, cursos y paneles de discusión, en artículos y textos diversos, los profesionales citados han descrito minuciosamente el desencuentro que se producía con los agentes de las noticias.

Básicamente han sido dos las acusaciones que se han hecho:

- En primer lugar, el señalamiento de que, con un tratamiento sesgado y acotado, los medios de comunicación venían a proporcionar una visión corta y plana de los problemas de drogas, contribuyendo con ello a la construcción de un estereotipo empobrecedor y, en definitiva, a una representación social que venía a empeorar la situación.
- En segundo lugar, se entendía que los medios de comunicación, que deberían representar un papel fundamental en la construcción de una sociedad más libre de las tentaciones de los consumos y más dueña de sus propios destinos, renunciaban a ese papel, contribuyendo por el contrario a la fabricación de imágenes contrapreventivas.

Estas dos acusaciones elementales se han intentado argumentar sobre múltiples elementos de demostración: la visión que asociaba de continuo los problemas de drogas a la delincuencia, la despreocupación por aspectos que no fueran el narcotráfico y las derivaciones de éste, el monopolio práctico de información referencial que detentaba la policía, la lectura dramática y exagerada que de los problemas se planteaba, la consagración de un fenómeno de *chivo expiatorio* que contribuía a la alienación social y a la desresponsabilización y, por último, la visión ambigua que, al tiempo que formalmente estigmatizaba los consumos, facilitaba un perfil atractivo de los mismos.

Esta crítica analítica, muy frecuentemente teñida de reproche, se ha exasperado ante lo que se interpretaba como falta de sensibilidad de los profesionales de los medios de comunicación ante este tipo de consideraciones. Han sido múltiples las ocasiones en las que encuentros entre los dos grupos de profesionales han terminado

con una plena vivencia de incompreensión mutua y con la velada acusación de los profesionales de drogas de que sus codialogantes estaban carentes de autocritica. Obviamente esta queja se crispaba cuando, desde los medios de comunicaci3n, se respondía de una forma también radicalizada, alegando la impertinencia de que personas ajenas a su profesi3n pretendieran enseñarles a hacer noticias.

De forma correspondiente a la dos acusaciones descritas, los profesionales de la comunicaci3n fundamentan su posici3n y, en definitiva, se defienden de las acusaciones del otro grupo y contraatacan con un señalamiento que, simplificado, podría enunciarse como: "no puede ser que hagamos las noticias tal como vosotros queréis, porque sois profundamente aburridos". Lo que esa caricatura de acusaci3n viene a significar es que la visi3n de los problemas de drogas que quieren transmitir los profesionales de este sector es una visi3n que no reune de ninguna manera las condiciones de lo noticiable.

Esta consideraci3n viene a complementarse con un argumento de mayor calado: el intento de manipular, de la forma que sea, la informaci3n que transmiten los medios es un continuo. Por razones de tipo econ3mico, institucional o político, diversas administraciones, grupos o instituciones intentan sesgar a su conveniencia, en definitiva intentan manipular, la informaci3n que se proporciona a trav3s de los medios, tratando de hacerla coincidir con sus intereses. Poco da que los intereses que motivan este intento de manipulaci3n sean intereses catalogados con un juicio de valor negativo o que se trate, por el contrario, de intereses catalogados como positivos. En el caso de las informaci3nes sobre drogas, lo que quiz3s se da en los profesionales del sector es un intento de manipular las noticias para ponerlas al servicio de unos intereses supuestamente beneficiosos para el grupo social en su conjunto (de acuerdo a la propia interpretaci3n). Y esto no deja de ser una cierta forma de manipulaci3n bienintencionada. Adem3s, en este caso, arguyen los comunicadores, el intento de forzar y sesgar la informaci3n se apoya en una suerte de chantaje emocional ("si no decís lo que nosotros queremos y de la forma en que nosotros queremos, todo el mundo sufrirá y, en última instancia, vosotros seríais los responsables de este sufrimiento colectivo"). Esta lectura de la realidad, resulta inaceptable para los profesionales de la comunicaci3n, que defienden su derecho a asumir la responsabilidad social de acuerdo con sus propios criterios

y de acuerdo con sus propias exigencias éticas, coincidan o no éstas con las correspondientes a los profesionales del sector drogas.

Así las cosas, el desencuentro está servido y la situación no puede sino prolongarse, radicalizándose progresivamente, enroscándose en sí misma en una ceremonia de la confusión en que cada una de las posturas, ajena a las argumentaciones de la otra, discurre por sus propios caminos, incluso tratando de reforzar lo de diferenciador que tenga en relación con la postura del contrincante.

Sin embargo no siempre fueron así las cosas. Por momentos no existía el enfrentamiento, bien porque las posiciones parecían encontrarse mucho más próximas, bien porque sencillamente no había oportunidad de que se produjese el desencuentro dado el desinterés de los medios de comunicación por las noticias relativas o referentes a los consumos de drogas.

## HACIENDO HISTORIA

Durante muchos años las noticias sobre drogas fueron en nuestro medio, si no prácticamente inexistentes, al menos muy reducidas en su frecuencia y en su desarrollo. En un momento en que el horizonte de los consumos estaba constituido básicamente por el uso de una sustancia tan absolutamente normalizada, tan incluida en la cultura, como el alcohol, los problemas derivados de este comportamiento no constituían noticia, no llamaban la atención hasta el punto de merecer ser resaltados ante la opinión pública. El consumo de alcohol y las consecuencias derivadas del mismo eran algo perteneciente a lo cotidiano de todos los ciudadanos y no se daba el interés de transmitirlos o comentarlos. Junto con esto, sólo se daban unos usos, esporádicos y circunstanciales, nucleados alrededor de grupos de población y de colectivos reducidos y muy específicos, y que, por una parte eran vividos con un cierto carácter de normalidad y por otra no merecían más atención que la correspondiente a grupos, que ocasionalmente despertaban curiosidad pero siempre se movían en el margen de lo social. Las noticias sobre consumos de morfina o las relaciones que podían establecerse entre algunos usos, por ejemplo de cocaína o de cannabis, y algunos comportamientos delictivos, pertenecían al ámbito de lo anecdótico y siempre se situaban al margen de lo colectivo; no merecían más que una atención descalifica-

dora o bienpensante que, al tiempo que daba la noticia, servía para proteger al macrogrupo social, explicitando o dejando implícita la segregación del mismo de esos grupos de consumidores que se observaban con una curiosidad casi entomológica.

Durante mucho tiempo las noticias sobre consumos de drogas no merecieron ni el interés ni el espacio que determinarían algún tipo de confrontación con los profesionales del sector, por otra parte tremendamente escasos y silenciosos. Por el contrario estos profesionales, en la medida en que empezaban a ocuparse de ese fenómeno tan incluido en la normativa social como era el consumo alcohólico o en la medida en que empezaban a ocuparse también de otros consumos menos normalizados y puntuales, no encontraban graves motivos de discrepancia con el tono y con el contenido de las noticias de prensa. Lo que primaba era un modelo moral de acercamiento al problema que, en la medida en que se manifestaba (lo más frecuente era que esos fenómenos, por minoritarios y hasta cierto punto por tolerados, no mereciesen una atención profesional) se encontraba cómodo con las aproximaciones que se hacían desde los medios de comunicación.

Acaso, en lo referido a las noticias sobre consumo de alcohol, la posición fue virando hacia la queja por la escasa atención que se les procuraba. La ambición de los profesionales, con una posición que casi podría calificarse como de tonos místicos y regeneracionistas, tenía mucho de *"predicar en el desierto"*. Lo que se pretendía era que se hablase más de alcohol, que se señalasen sus peligros, que se dramatizase el tipo de consecuencias a las que daba lugar, que se estigmatizase su consumo como elemento nuclear de muchos desarreglos personales y sociales. Ante esta pretensión básica, lo que molestaba no era tanto el tono de los comentarios de prensa sino, fundamentalmente, la ausencia de esos comentarios o la lenidad con que se producían.

Así las cosas, a partir de los años sesenta, comienzan a aparecer en nuestros medios de comunicación un conjunto de noticias relacionados con comportamientos que, a medida que van extendiéndose, son interpretados como comportamientos foráneos, extraños a nuestra cultura y a nuestra manera de vivir el mundo. Comienza una etapa en la que las noticias sobre drogas, cada vez más frecuentes, casi siempre estaban referidas a otros espacios culturales, a otros países. Son noticias que explicaban cómo gru-

pos de población, cada vez más frecuentemente juveniles, de otros países y de otras culturas, empezaban a vivir una distorsión importante y a sufrir las consecuencias de los consumos. Se contaba cómo esas distorsiones y esas consecuencias suponían, cada vez más, una amenaza muy seria para toda la estructura social. Las noticias intentaban subrayar lo diferente de nuestro medio y los peligros de dejarse influir por elementos que rompían el aislamiento protector, la diferenciación positiva de la que se decía disfrutar.

Es obvio que esta manera de ver las cosas, esta forma de interpretar lo noticioso, tenía mucho que ver con el contexto cultural y político de aquellos años. Los restos de la situación autárquica que España vivía, el régimen autoritario que dominaba la estructura social, explicaban grandemente estas posiciones. Sin embargo parecería que, más allá de la explicación local, también habría otros elementos, extraterritoriales, que pudieran tener algún tipo de influencia en la génesis de esa forma de pensamiento. Dicho de otra manera, también en espacios donde no se dieron las circunstancias socio-políticas que se daban en España en aquellos momentos, podría haberse producido y, de hecho, se produjo ese tono en los medios de comunicación y en las noticias que se daban sobre drogas. En efecto, parece que forma parte substancial del imaginario social, de la representación social del fenómeno droga, una vivencia o un movimiento de "extrañamiento" del mismo. Droga casi siempre es lo ajeno. Es difícil vivir como droga lo culturalmente próximo, lo conocido. Ante la perplejidad o ante la amenaza que suponen ese tipo de fenómenos sociales, uno de los primeros movimientos defensivos es la atribución exterior, la extroyección del fenómeno y de sus problemas: son los extranjeros, los diferentes a nosotros, los ajenos a nuestra cultura, quienes protagonizan esos fenómenos, los propician y, en definitiva, terminarán sufriendolos. Lo incluido, lo próximo a nosotros, lo conocido, por mucho que pueda tener rasgos objetivos de semejanza, pertenecerá a otro orden de problemas, tendrá un carácter simbólico de otro tipo, en ningún caso será asociado a la "droga" ni dará pie a la satanización consecuente a ese reconocimiento.

Así las cosas, no es de extrañar que los consumos, en el mismo plano de interpretación pero desde una posición ideológica contrapuesta, fueran progresivamente utilizados como un elemento de contestación contraideológica y contracultural. Las noticias sobre drogas y la interpretación

que se hacía de las mismas, el juicio de valor implícito en esas noticias, fueron adquiriendo un sesgo de contraposición a lo establecido. Fueron, cada vez más, constituyéndose como un instrumento de agresión a la política dominante y como un instrumento de cambio de esa política y de la estructura social que condicionaba. Por ahí, los consumos de drogas se identificaron con lo contracultural, con la contestación política y con la posibilidad de cambio social.

Esta confusión de niveles, de conceptos, de intencionalidades, de juicios de valor y de posiciones sociales, generaron un magma comunicacional en el que era difícil poner orden, en el que era difícil situarse en una posición objetiva (presuntamente profesional). Por el contrario, las posturas estaban teñidas de emocionalidad y de ideología prejuiciosa y muy cargadas de intencionalidad posicional y afectiva. Los profesionales del sector drogas, en aquel momento todavía escasos y casi exclusivamente pertenecientes al ámbito de lo sanitario, cada vez más al ámbito de lo sanitario/psiquiátrico, participaron absolutamente de esta situación de confusión. De ninguna forma se confrontaron colectivamente, ni siquiera a través de un grupo significativo, con los profesionales de los medios de comunicación sino que participaron en este entremezclamiento de posturas, en esta confusión de lo que se transmitía y de lo que se comunicaba. No puede decirse que hubiera diferencia entre la posición del mensaje comunicacional de periodistas, de psiquiatras, de políticos, de sociólogos, de líderes de opinión, de ciudadanos preocupados por el tema. Todos ellos, antes que nada, eran ciudadanos inmersos en esa lucha ideológica de defensa o contraposición instrumental, que entendía que lo que estaba en juego era el cambio social, en definitiva la lucha por el poder ideológico y político. En esas condiciones no era posible el análisis objetivo del fenómeno drogas. El discurso sobre las drogas era un discurso instrumental, en buena medida al servicio de unos intereses implícitos, vividos como prioritarios (aunque esto no fuera consciente).

Es cuando comienza la última gran crisis de drogas, a finales de los años setenta, cuando comienzan a decantarse las posiciones. Este inicio de la crisis coincide con una situación de cambio político acelerado; se ha producido una transición que quita sentido a los intentos de utilizar los consumos de drogas como instrumento de contestación contracultural y de cambio. Por otro lado, es obvio que en

aquel momento comienzan a manifestarse con toda su virulencia las consecuencias negativas más alarmistas de los consumos de drogas.

En esta doble circunstancia, cada vez más, comienzan a aparecer un grupo de profesionales, en un número rápidamente creciente en virtud de las necesidades del sector, que lejos de estar inmersos en la posición ideológica previa comienzan a vivir una situación emocional contraria e intentan utilizar cualquier recurso válido y legítimo para contrarrestar las graves consecuencias negativas de los consumos. Por ahí, comienzan a fijarse en las noticias de prensa y en el presumible efecto que estas noticias están teniendo. Y comienza a darse el desencuentro.

Un primer desencuentro implica que, por primera vez, aparece una clara discrepancia entre lo que interesa contar a los profesionales de la comunicación y lo que interesa a los profesionales de la droga que se cuente. Lo noticiable es aquello que consuena con el imaginario social, que consuena con la posición alarmada de la sociedad, que incide en los elementos que despiertan el miedo, la atención y el interés social. Desde esa perspectiva lo que interesa es hablar de todos aquellos elementos de distorsión social, de crispación social y de desarreglo, a los que una determinada forma de presentación de la crisis de drogas ha dado lugar. En el otro extremo, en los profesionales de las drogas, lo que interesa resaltar son todos aquellos elementos que demuestran que la posición profesional tiene razón de ser, que tiene una perspectiva de éxito; además, hay que enfatizar los elementos que, en el medio plazo, contribuirán a descripar la situación, bien por el camino de aliviar las consecuencias negativas, bien por el camino de hacer más comprensibles y menos alarmantes esas consecuencias.

Es a partir de este momento cuando el desencuentro adquiere toda su dimensión, cuando los profesionales del sector drogas comienzan a indicar cómo tendrían que ser las noticias y cuando los profesionales de los medios de comunicación responden diciendo que nadie tiene que enseñarles cómo dar las noticias puesto que eso responde a su ámbito exclusivo de responsabilidades.

## REFLEXIONES SOBRE LA HISTORIA

La situación que se ha descrito con gruesas pinceladas, permite algunas reflexiones.

Hay que partir de la evidencia de que lo noticiable tiene sus propias leyes; leyes que son manejadas por los profesionales de ese medio y que, caso de ser criticadas, deben serlo básicamente por esos mismos profesionales. Las leyes de lo noticiable implican que no sólo hay una técnica de la transmisión de la comunicación, sino que hay unas normas más o menos explícitas, que indican qué es lo que se puede y qué es lo que no tiene sentido transmitir.

Parece que la sociedad es receptiva para una serie de noticias que consueñan con el imaginario social y que, en cambio, se muestra despreocupada, cuando no sorda o claramente enfrentada, con aquellas otras formas de comunicación, con aquellas otras noticias, que defraudan ese imaginario, que se apartan claramente de él. Por supuesto dentro del imaginario se dan una serie de niveles o de aspectos que son los que realmente llegan a generar un interés o una preocupación. Independientemente de cuál sea la globalidad del constructo teórico que se imagina socialmente respecto a las drogas, habría algunos aspectos de ese constructo que son los que tienen más capacidad de remover los resortes emocionales colectivos. Habría algunos aspectos que son los que se encuentran en el transcurso de la inquietud, del miedo, de la alarma social, de la preocupación colectiva. Estos aspectos serían los que despiertan más interés y los que se convierten en el polo de atención social para las noticias.

Este interés es lógico desde el punto de vista de la dinámica social puesto que se entiende fácilmente que un colectivo esté expectante respecto a una serie de comunicaciones que le tranquilicen en relación con algunos miedos o que lleguen a confirmárselos; por tanto cuando un periodista reitera sus informaciones sobre los aspectos más truculentos de los fenómenos de drogas, cuando insiste en asociar a las noticias de consumos los perfiles delincuenciales, de crispación social, de riesgo colectivo, cuando también persiste en subrayar la dimensión económica del fenómeno o los aspectos marginales del narcotráfico, no puede decirse que esté incumpliendo su función social. En cierta medida sería justo reconocer que está tratando de informar sobre aquello que supone una preocupación social, sobre aquello que se le demanda desde las estructuras comunitarias.

Cosa distinta es que el cumplimiento de esa función social, en la medida en que se aborda de una manera simplista o forzosamente primaria, está proporcionado una visión relativamente plana de la realidad y, consiguientemente,

está contribuyendo a reforzar un estereotipo que, a fuerza de simplificador, termina por lindar con lo irreal.

Porque, y éste sería otro aspecto de la cuestión, habría que convenir en que si bien el periodista informa sobre la realidad (y eso constituye una de sus misiones fundamentales y una defensa de sus posiciones y de sus comportamientos), no es menos cierto que el tipo de información que da termina por conformar una realidad diferente o termina por consagrar una realidad parcial, que es aquella que determina inicialmente las informaciones. Cuando un profesional de los medios de comunicación, atendiendo su responsabilidad social de informar sobre lo que preocupa, informa sólo sobre lo que preocupa, está implícitamente consagrandó un mensaje de que la totalidad de la realidad coincide con la realidad preocupante y esto puede ser distorsionador de una forma importante y, tal como antes de decía, sobre todo puede consagrar un estereotipo falseante y simplificador de todo el horizonte de realidades.

Con este panorama choca lo que sería a su vez la propia responsabilidad social de los profesionales de drogas. Éstos, lo que tienen que hacer, aquello que supone el núcleo de su función profesional y de su compromiso, es intervenir de tal manera que contribuyan a disminuir los conflictos relacionados con los consumos o a paliar las consecuencias negativas de estos conflictos. Esta es su misión y a eso, a ese objetivo, deben dirigir la mayoría o la totalidad de sus esfuerzos. Para eso, para el cumplimiento de esa función, precisarían que el conjunto social, la estructura comunitaria, viviera los problemas de drogas de una forma menos crispada, de una manera más discriminada y más totalizadora. Por tanto es lógico y obligado para ellos que intenten transmitir a esa estructura social un mensaje totalizador, que ayude al cumplimiento de su función.

El problema es que la función social de los profesionales de drogas no es la misma que la función social de los profesionales de la comunicación. Y si esto es así no se puede pedir a esos profesionales de la comunicación que asuman las postulaciones y los objetivos de sus codialogantes. Ni que, si lo hacen, por coincidir en un grupo de objetivos, lo jerarquicen y prioricen de igual manera.

Los medios de comunicación no son ni tienen que ser

substantialmente un instrumento de prevención de los consumos. Esto no quiere decir que estén en contra de la prevención; tan sólo que ésta no es su objetivo fundamental y que podrían enfrentarla sólo en la medida en que coincida con lo que sí son sus prioridades.

Uno de los problemas con que se encuentran los técnicos de la prevención es con que, por mucho que pretendan convertir en noticia elementos que entienden como mucho más constructivos, no son capaces de articular estas informaciones y darles un formato que las convierta en noticiables. Mientras esto sea así, mientras los instrumentos de prevención no sean noticia (y noticia atractiva) será difícil que encuentren su espacio en los medios de comunicación.

Probablemente el esfuerzo de los profesionales de la prevención debería situarse no tanto en conseguir este objetivo, técnicamente difícil, cuanto en intentar colaborar con los profesionales de los medios, ayudándoles a tener una visión comprensiva de la situación, que les permita dar las noticias que entiendan que tienen que dar pero en un contexto de conocimientos y en una visión globalizadora que les haga tener en cuenta no sólo las variables que son prioritarias para ellos sino también aquellas otras que interesan desde la perspectiva de una mejor organización social y de una posición más constructiva de cara a la evitación de los problemas de drogas.

Lejos de la tentación de crispas las posiciones y radicalizar las posturas, parece más conveniente intentar explicar cuáles son los propios intereses y cuál es, desde el criterio de cada cual, la perspectiva más integradora de la cuestión. De esa forma es más posible encontrar un lugar común para los dos colectivos profesionales. De eso depende, no sólo la coincidencia de las respectivas responsabilidades sino el mejor correcto ejercicio de cada una de ellas por separado. ■

*Eusebio Megías Valenzuela*

*Director Técnico*

*Fundación de Ayuda contra la Drogadicción*

*Av. Burgos, 3*

*28036 Madrid*