

II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2010.

Quando los medios de comunicación hablan de drogas.

Serena, Florencia.

Cita:

Serena, Florencia (2010). *Quando los medios de comunicación hablan de drogas. II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-031/284>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eWpa/nx9>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

rios dos paranóicos (Rank, 1991:103s). No caso de um jogador em que individualmente ocorre o delírio, há manifestação de um transtorno de personalidade que exige cuidados especializados. Nos casos de Ouro Preto e de Petrópolis em que um grupo de jogadores executou ações ilegais e dolosas pode estar ocorrendo no grupo o Transtorno Psicótico Compartilhado. Neste transtorno, normalmente o líder do grupo, o mestre no caso do RPG, possui um delírio que o grupo todo passa a compartilhar devido a sua convivência estreita.

Chama a atenção o perfil dos praticantes de RPG com o início da manifestação da esquizofrenia, a saber, homens entre 15 e 25 anos. A alta incidência de drogas entre os esquizofrênicos pode indicar que o jogo do RPG é um atrativo para este grupo de pessoas e pode explicar os fatos envolvendo o RPG e os homicídios. Entretanto, o que foi realizado aqui são hipóteses exploratórias que necessitam de pesquisa empírica e maior reflexão teórica para possibilitar inferências mais consistentes.

BIBLIOGRAFIA

- KAPLAN, H.HI.; SADOCK, B.BJ & GREBB, J. A. *Compêndio de psiquiatria: ciências do comportamento e psiquiatria clínica*. Porto Alegre: ArtMed, 1997.
- KING, S. A. Is the Internet addictive or are addicts using the Internet? Disponível em <http://rdz.stjohns.edu/~storm/iad.html>.
- RAZZOUK, D. Dependência de Internet: uma nova categoria diagnóstica?. *Psychiatry On-line Brazil*, (3) 3, 1998. Parth of the International Journal of Psychiatry - ISSN 1359 7620. Disponível em <http://www.priory.com/psych/dpnet.htm>. Retirado em agosto de 2004.
- RANK, O. *El Mito del nacimiento del héroe*. Buenos Aires: Paidós, 1991.

CUANDO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HABLAN DE DROGAS

Serena, Florencia

Unidad de Estudios Epidemiológicos en Salud Mental. Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Córdoba. Argentina

RESUMEN

Los medios de comunicación, a través de diferentes estrategias, logran invisibilizar o visibilizar fenómenos. Aquellos fenómenos que tienen tratamiento en los medios pasan a formar parte de la cotidianidad de aquellos individuos que acceden a los medios de comunicación. Las imágenes presentes en los medios de comunicación sobre el "problema droga" se presentan, según González Zorrilla (1987), de algún modo superpuestas y teñidas de un alto nivel de emotividad, que hace que las drogas sean vividas como una amenaza sobre la que hay que actuar en contra. Hoy, al hablar de "la droga" inmediatamente aparecen imágenes extraídas de noticias, reportajes, películas, novelas, de muerte, atracos y violencia, etc. Y si además, encontramos una actitud pseudocientífica de los medios de comunicación que aportan presuntas "pruebas" irrefutables de la identificación droga-delinuencia, la opinión pública ve reforzada esa imagen estereotipada, masivamente difundida de forma explícita o implícita. El objetivo explícito de este trabajo es dotar de herramientas para una lectura crítica de los distintos discursos sobre drogas que se filtran en lo que se da a llamar "las noticias", presentadas por los medios como un discurso objetivo, irrefutable y "oficial".

Palabras clave

Drugs Medios Tratamiento Estereotipos

ABSTRACT

WHEN THE MEDIA TALK OF DRUGS

The media, through various strategies, they manage to make invisible or visible phenomena. Those phenomena are treated in the media become part of everyday life of those individuals who access the media. The images in the media about the "drug problem" are presented, according to Gonzalez Zorrilla (1987), somehow overlapping and tinged with a high level of emotion, which makes drugs are experienced as a threat that we must act against. Today, when speaking of "drug" immediately shows images taken from news reports, movies, novels, death, robbery and violence, etc. And if you also find a pseudo-scientific attitude the media alleged that provide "evidence" irrefutable identification of drug-crime, public opinion reinforced the stereotyped image, massively widespread explicitly or implicitly. The objective explicit of this paper is to provide tools for critical reading of the various discourses on drugs infiltrate what is given to call "news", presented by the media as an objective discourse, irrefutable and "official."

Key words

Drugs Media Treatment Stereotypes

Para muchos autores, el uso de las drogas acompaña al ser humano desde los orígenes de la civilización ligadas a la salud, la cultura, el dolor, el placer o la religión, las sustancias y sus diversos efectos han asistido a la humanidad en todos sus momentos. Sin embargo, en el presente, según Rekalde (s/d), para amplios sectores, la imagen social de las drogas no remite a situaciones de marginación delito, degradación de la salud y problemas sanitarios de todo tipo que desembocan en ocasiones en consecuencias fatales.

Los medios de comunicación han contribuido a estas representa-

ciones sociales de las drogas y del drogodependiente.

Las imágenes presentes en los medios de comunicación sobre el “problema droga” se presentan, según González Zorrilla (1987), de algún modo superpuestas y teñidas de un alto nivel de emotividad, que hace que las drogas sean vividas como una amenaza, sobra la que no es posible distanciarse, reflexionar, sino sobre la que hay que actuar en contra. Hoy, al hablar de “la droga” inmediatamente aparecen imágenes extraídas de noticias, reportajes, películas, novelas, de muerte, atracos y violencia, etc. Y si además, encontramos una actitud pseudocientífica de los medios de comunicación que aporta presuntas “pruebas” irrefutables de la identificación droga-delinuencia, basándose en las estadísticas policiales que aseguran que un alto porcentaje de delinquentes son drogodependientes, la opinión pública ve reforzada esa imagen estereotipada, masivamente difundida de forma explícita o implícita.

Los medios de comunicación tratan el “problema de las drogas” de forma alarmista con calificaciones de “vicio”, “plaga”, “negocio”, “criminalidad”, “situación alarmante” a la vez que remarcan la importancia de los padres y sus “temores” a que sus hijos sean inducidos a consumir drogas. Se asocia el consumo de drogas principalmente a jóvenes, después a adolescentes y a los niños. Existe mucha confusión a la hora de hablar de los efectos y se trata con desprecio al drogodependiente, con escasas referencias al intento de buscar soluciones al problema (Vega Fuentes, 1996A). Siguiendo a Pantojas Vargas (2004) las informaciones más notables relacionadas con las drogas aparecen en la sección de Sucesos de los distintos medios de comunicación, y muchas veces solo hablan de el tráfico de estupefacientes, la captura de algún dealer, la aparición de nuevas drogas en el mercado, el aumento alarmante del consumo, etc. Así, el tratamiento informativo de los medios de comunicación social de las drogas, revela un proceso de distorsión que, como justifica Oliva (1986) se iniciaría en las fuentes que facilitan la noticia y se consumen en el proceso periodístico de tal modo que la visión final del problema no se corresponde con la realidad que la sustenta. Estudios realizados por Rekalde y Romaní en el año 2002 sostienen que resulta preocupante que la información que manejan los medios de comunicación provenga, en un grado tan abrumador, de instancias de control social: entre los más frecuentes, fuentes policiales, judiciales (Romaní, 2004).

Sin embargo, para las drogas legales las noticias tienen otros matices. Este tipo de sustancias son reflejados en los medios de comunicación “(...) con un valor añadido que les sitúa en un lugar de privilegio. Gozan de unas falsas atribuciones que solo les podrán ser arrebatadas con las mismas herramientas que vehicularon su adquisición” (Pantojas Vargas, 2004).

Así se deja entrever, el tratamiento de las diferentes sustancias de los medios de comunicación: “(...) para unos, como los del alcohol y el tabaco, los medios facilitadores del efecto altavoz al relacionarlos con determinados acontecimientos de prestigio social; para otros, el efecto es la consiguiente alarma social que generan (...)” (Pantojas Vargas, 2004).

Los medios de comunicación, lejos de ser ingenuos y objetivos, construyen y propagan una imagen determinada sobre un fenómeno. Esa imagen responde a diferentes intereses tanto políticos como ideológicos, que generalmente responden a intereses de los sectores dominantes. En la construcción de imágenes y discursos periodísticos circula la intención de crear un estereotipo determinado que respondan a los intereses de las clases dominantes. En el caso de las drogas, lo hacen de modo que son susceptibles de convertirse en modelos para interpretar y actuar sobre dicha problemática.

Para Romaní (2000) las cosmovisiones y estereotipos existentes “(...) se han visto influenciadas por los medios, pero al mismo tiempo, cómo éstos, de alguna manera, también responden a ciertos requerimientos y visiones de la realidad vehiculados por distintos grupos sociales dominantes”.

Los estereotipos se presentan como creencias populares sobre los atributos que caracterizan una categoría social y sobre la que hay un consenso sustancial. En el caso de los drogodependientes, los estereotipos dependerán de los modelos de interpretación socialmente consensuados por los sectores dominantes.

Como señala González Zorrilla (1987), se pueden identificar diferentes estereotipos:

El primer estereotipo se basa en el propio concepto droga. Es un concepto monolítico, sin distinciones ni especialidades. Encontramos, por lo general, que en diferentes ámbitos esto se verifica en las expresiones que hablan de “Droga” en lugar de diversas sustancias con efectos diversos y de modalidades de consumo perfectamente diferenciados. En el tratamiento informativo de las drogas, todo es una misma cosa.

El segundo, se corresponde con lo que se ha llamado el “fetichismo de la sustancia”. La “Droga” es identificada con un ente mágico, con cualidades animistas y propiedades demoníacas que aparece como algo externo a la sociedad y que infecta a lo sano, asignándole las características de un **suje**to a un **objeto**. La Droga es la causa de la dependencia, lo que sitúa el centro a la sustancia, a la que se demoniza y persigue y con ello a los que consumen. Si la causa del problema es la “droga” la única solución es la eliminación de la misma.

El tercer estereotipo identifica la droga como una expresión de una actitud opositora a una sociedad y de afirmación de una cultura propia, que se encuentra al margen de las normas sociales.

Mito de la toxicomanía instantánea: Es recurrente en las formaciones discursivas considerar que con el solo hecho de consumir una sola vez la persona se convierte en adicto, sin tener en cuenta la diferenciación entre uso, abuso y dependencia. Se tiende a simplificar la relación entre las personas y las drogas, desconociendo las condiciones bajo las cuales puede desarrollarse un consumo problemático.

Droga igual a muerte: “La droga mata” es la expresión más común y es fundamentada en referencia al daño somático, psíquico y neurológico que el discurso médico instala como forma de prevención. En el mismo sentido, las demandas de acciones preventivas están dirigidas a que “(...) se debe informar a los jóvenes sobre los efectos nocivos de las drogas (...)” (Gómez & Bustos, 2006).

En lo que se refiere a los estereotipos, vemos que las consecuencias de su utilización, según Bermejo y López de Luzuriaga (s/d), provoca: desinformación y confusión generalizada (información falsa, engañosa, equivocada, irrelevante, superficial); efecto rebote en los jóvenes (a veces tienen experiencias divergentes al mensaje que se da) y percepciones distorsionadas con respecto a las drogas legales.

Por último, cabe destacar que estos estereotipos se construyen sobre la base de diferentes modelos de abordaje que se infiltran discursivamente en las noticias.

Como ya hemos visto, los medios de comunicación responden a intereses específicos y reproducen discursos acordes a las ideologías dominantes.

De acuerdo a Otegui (2004) “(...) en lo político, los medios no son entes abstractos ni angélicos y, en general, se alinean legítimamente con opciones ideológicas determinadas (...)”. Para este autor, son esas relaciones, que anteponen un interés concreto a la prestación de un servicio público de información, las que adulteran el mensaje con servidumbres poco confesables.

LOS MODELOS DE ABORDAJE EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Nowlis (1975), plantea que a la hora de definir el problema se debe tener en cuenta tres elementos básicos: la sustancia, la persona que la usa y el contexto social. Según el posicionamiento en algunos de estos tres elementos de la triada uno se posiciona será el marco teórico que se adopte en el tratamiento de las drogodependencias.

En lo que se refiere al tratamiento de las drogodependencias, Helen Nowlis en 1975 identificó, entre otros, 2 modelos de abordaje que se encuentran presentes en el tratamiento informativo de las drogas:

Modelo Ético- Jurídico: Este modelo es presentado por los medios por una propuesta que se caracteriza básicamente por un relato que por orden de importancia queda referido a los campos temáticos delictivos, político y jurídico, siendo los protagonistas

policías, fiscales, jueces, traficantes, etc; se dibuja un modelo de orden y reproducción social en donde algunos establecen normas y sanciones y otros actúan de manera criminal; el término droga es referente genérico y confusión y el usuario o consumidor queda indiscriminadamente estigmatizado por el delito (García Madrigal, 1991).

Modelo Médico-Sanitario: El sujeto que consume es considerado enfermo, dependiente de las características farmacológicas de una droga, que debe ser sometido a medidas curativas. El énfasis es puesto en la sustancia.

En definitiva, los medios de comunicación gestionan los temas de las drogas privilegiando algunas fuentes, criminalizando la información, dando protagonismo a algunos temas (delincuencia, inseguridad, narcotráfico, tragedias). Las representaciones sociales, de este modo, se van constituyendo por discursos corporativos de tipo policial, judicial, médico, periodístico, etc. (Vega Fuente, 2004).

PARA CONCLUIR

Los mass media, como ya se ha visto, juegan diferentes roles al momento de informar a la población sobre fenómenos como el de las drogodependencias. Roles para los cuales, como profesionales de la salud en el campo de las drogodependencias debemos contar con las herramientas necesarias para identificarlos tras las prácticas discursivas a través de las cuales se infiltran para llevar a cabo "operaciones ideológicas". En relación al consumo de drogas:

(...) ¿Cual sería una operación ideológica y de creencias?; sería la sustitución de las partes por el todo y del efecto por las causas. Es en el momento en que esta sustitución se cristaliza como algo natural, que la historia se vuelve naturaleza, que la operación ideológica ha triunfado en enunciados como éste: "la droga mata". Así, tras esta operación lo que se legitima es un orden dado, una relación de poder, de un modo de funcionamiento (Gómez, 2007). Los medios de comunicación ante el tratamiento informativo del "problema droga" deben acordar un cambio de paradigma ante la inminente importancia que estos van adquiriendo en el campo de la salud de la población en general. Ante este hecho, es necesario en materia de información que se proporcione información coherente y objetiva sin recalcar los aspectos negativos del consumo; información lo mas científica, documentada y contextualizada sin sensacionalismos ni tintes moralistas.

Los medios de comunicación, deberían mediar a la hora de defender los derechos de ciudadanía de todos y para hacer comprender que estas respuestas redundan en beneficio social, no solo de los usuarios de drogas sino también de toda la sociedad (Huarte, 2004).

El propósito de estas recomendaciones es ayudar a mejorar el nivel de información en materia de drogas que se ofrecen al público a través de los medios de comunicación. No se pretende censurar a los periodistas sino facilitarles el trabajo, mejorar el nivel del debate público sobre las drogas y garantizar que los jóvenes confíen en los mensajes que se le transmiten (Vega Fuente, 2004).

BIBLIOGRAFIA

- BERMEJO, S. y LÓPEZ DE LUZURIAGA, U. (s/d). Que esperamos los profesionales que tenemos que ver con las drogas de los medios de comunicación: La visión de una asociación de usuarios de drogas por la reducción de daños.
- GARCÍA MADRIGAL, F. (1991). Tendencias de la investigación en la sociología de la comunicación de masas. Acciones e investigaciones sociales, Nº 0, 1991 (Ejemplar dedicado a: Comunicación y sospecha), pags. 9-34
- GÓMEZ, R. A. (comp.). (2007). Drogas y control social. Córdoba: Brujas.
- GONZÁLEZ ZORRILLA, C. (1987). Drogas y control social. Revista poder y control, nº 2, pp. 49-65.
- HUARTE, F. (2004).Capítulo 3: ¿Qué esperan los profesionales que tienen que ver con las drogas de los medios de comunicación? en Los medios de comunicación y el consumo de drogas. Avances en drogodependencia (pp.67-78). Universidad de Deusto.
- NOWLIS H. (1975). La verdad sobre la droga. París: UNESCO.
- OLIVA, M. P. (1986). Los medios de comunicación social ante las drogodependencias. Comunidad y Drogas, set. n. 1, (pp- 65-73).

OTEGUI, J.M., (2004). Capítulo 1: La influencia de los medios de comunicación en la transmisión de valores en Los medios de comunicación y el consumo de drogas. Avances en drogodependencia (pp.19-39). Universidad de Deusto.

PANTOJAS VARGAS, L. (2004). Introducción en Los medios de comunicación y el consumo de drogas. Avances en drogodependencia (pp.13-18). Universidad de Deusto.

REKALDE, A. & ROMANÍ, O. (2002). Los medios de comunicación social ante el fenómeno de las drogas: un análisis crítico, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz.

ROMANÍ, O. (2000). Información sobre drogas: acciones, valores, orientaciones, Seminario Internacional sobre Toxicomanías (conferencia) Río de Janeiro.

VEGA FUENTE, A. (1996a). A propósito de las drogas: cuando la sociedad de la comunicación desinforma. Revista infoadiciones (online).

VEGA FUENTE, A. (1996b). Los medios de comunicación social y las drogas: entre la publicidad y el Control Social en Normas y culturas en la construcción de la "Cuestión Droga" Editorial Hacer, Barcelona.

VEGA FUENTE, A. (2004). Las Drogas Y Los Medios De Comunicación: ¿Prohibir O Domesticar? Apuntes Para Una Nueva Enseñanza-Aprendizaje. Enseñanza, 22, 2004, (pp. 369-389).