



COMUNICAR

Grupo Comunicar
Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación
info@grupocomunicar.com
ISSN 1134-3478
ESPAÑA

1996

Amando Vega

¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EDUCAN SOBRE LAS DROGAS?

Comunicar, marzo, número 6

Grupo Comunicar

Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación

Andalucía, España

pp. 115-120



<http://redalyc.uaemex.mx>

Reflexiones

¿Los medios de comunicación educan sobre las drogas?

Amando Vega Fuente

Los medios de comunicación en general no tienen inconveniente alguno en participar en campañas de prevención, al mismo tiempo que presentan una imagen distorsionada del problema de las drogas ilegales y ofrecen todo tipo de publicidad de drogas legales. Queda así en entredicho el papel educativo sobre drogas de estos medios de comunicación. Este trabajo propone el conocimiento de las contradicciones de los medios de comunicación social, para posibilitar al educador la puesta en marcha de estrategias de intervención educativa.

Hoy que tanto parecen preocupar las drogas y que se pretende conseguir el compromiso del Sistema educativo tanto en la prevención como en el tratamiento de las drogodependencias, no conviene dejar de lado la tremenda influencia de los medios de comunicación sobre el consumo de diferentes sustancias.

De entrada, urge señalar que la problemática de las drogas, sobre todo de las ilegales, se presta con facilidad a todo tipo de manipulación ideológica y política. La historia de las drogas aporta elementos suficientes para demostrar esta tesis. Resulta evidente que las principales fuentes de información sobre las drogas, proceden de servicios controladores de la sociedad: jueces y policías. Se ofrece, entonces, una información con características muy especiales, al responder a unos intereses muy concretos, que convendría conocer más a fondo.

Hay que reconocer con la UNESCO (1973)

que los medios de información representan un poderoso medio de acción para formar actitudes y transmitir conocimientos en materia de drogas. Pero también es evidente que el contenido y el impacto de la información transmitida por los grandes medios de información son generalmente muy poco satisfactorios. Clarificar estos aspectos resulta pues básico, para comprender el papel que los medios de comunicación social pueden jugar en la educación.

1. La imagen de la problemática de las drogas en los medios

Si se analiza en profundidad el contenido de la información transmitida sobre las drogas, se descubren nuevos aspectos, que clarifiquen su papel de control social. Basta hacer un breve recorrido por los estudios de análisis de contenido sobre la droga en los medios de comunicación para constatar su parcialidad.

Así en el primer trabajo de análisis de

contenido sobre drogas en la prensa española (1970-1976), centrado en las revistas de mayor difusión, elaborado por Mendoza, Sagrera y Vega en 1978 (Vega, 1983), se concluye que la información sobre drogas de la prensa española:

- Tiende a desarrollar un verdadero mito en torno al tema de las drogas.
- Es poco coherente, lo que lleva a dudar de su veracidad.
- Intenta producir miedo en los lectores.
- Intenta salvar los valores del sistema social establecido.

Estas posiciones contradictorias de los medios de comunicación social no parecen mejorar con el transcurrir de los años. A pesar de los debates en torno a esta temática, los medios de comunicación social siguen actuando, en general, con sus planteamientos característicos, cargados de imprecisiones y sensacionalismos.

En esta misma línea, resultan expresivas las conclusiones a las que llega el estudio sobre la imagen de la drogadicción en la prensa española, llevado a cabo por el Plan Nacional sobre Drogas (Prieto, 1987), donde la droga aparece unida al ámbito delictivo, dentro de un marco jurídico-moral; tienen mayor presencia sujetos no consumidores ni traficantes, entre los que destacan policías, políticos y jueces (55,5%), seguidos por traficantes (29,8%) y los consumidores (14,7%); la imagen de la droga resalta por su indeterminación; se transmite la idea de que el orden social triunfa claramente en la batalla contra las drogas, a través de la represión institucionalizada.

En el estudio de Costa y Pérez (1989) sobre la droga en la televisión, los principales valores asociados a la información son: negocio (43,8%), inseguridad ciudadana (22,9%) y

enfermedad (10,4%). En el análisis de contenido sobre la prensa gallega (Camba, 1991), los artículos relacionados con el «tráfico-comercio-redes» dominan sobre

otros aspectos relacionados con el problema de las drogas. Según Froján (1994), tras su estudio sobre el tema, el problema se define como «realización de actos calificados como ilegales y/o inadecuados». Las causas son «las aptitudes antisociales y/o inmorales» y los efectos son «la degeneración de la sociedad y de las personas». La respuesta a esta situación será «la detención y sanción legal y moral de los sujetos». Para la sociedad es menos traumático y más estético exteriorizar la «enfermedad física» o «el delito», que la «enfermedad social» (construcción sociopolítica) de la anatomía del

«cuerpo-droga», señala Younis (1993) en su análisis de prensa durante el año 1990 y parte de 1991.

2. La noticia como control social

Los medios de comunicación social juegan un papel clave a la hora de orientar la interpretación de la problemática de las drogas. Como señala Younis (1993), los medios actúan «a modo de brujos modernos que conjuran la droga como conflicto propio de la sociedad global que la elabora y construye».

Se entiende así la tesis de Sánchez y Ongil (1989), cuando sostienen que los medios, independientemente de cuál sea su intención, actúan como controladores sociales. La noticia es una construcción social de la realidad, donde se valoran aspectos de interés para el poder establecido (Aniyar, 1987). Las noticias sobre las drogas suelen girar en torno al tóxico y su tragedia, donde unas veces aparece como víctima y otras, como delincuente,

En este momento, se puede afirmar que los medios de comunicación social contribuyen más a la confusión y la desinformación sobre la problemática de las drogas, que a una lectura crítica del fenómeno, estimulando así la ausencia de compromiso social de la población.

principal actor de la inseguridad ciudadana, mientras los grandes protagonistas son los policías, los jueces y los traficantes. Las noticias provocan y refuerzan el sentimiento de inseguridad de la población, sin facilitar un análisis del problema real existente.

En este momento, se puede afirmar que los medios de comunicación social contribuyen más a la confusión y la desinformación sobre la problemática de las drogas, que a una lectura crítica del fenómeno, estimulando así la ausencia de compromiso social de la población. Tras una inflación informativa sobre las drogas, se oculta una visión simplista del problema donde se resalta la responsabilidad individual y la intervención del aparato represivo, sin mayor compromiso social. No extraña que la población española considere «la droga» como uno de los mayores problemas sociales al mismo tiempo que rechaza a los drogadictos como causa principal de la inseguridad ciudadana.

Tras los contenidos y actitudes específicos relacionados con las drogas, se ocultan valores e intereses de la cultura dominante, por lo que los medios de comunicación social se convierten en su relación con la problemática de las drogas en un medio más de control social. Pues, como señala Aniyar (1987), el control social no es otra cosa que un despliegue de tácticas, estrategias y fuerzas para la construcción de la hegemonía, esto es, para la búsqueda de la legitimación o aseguramiento del consenso; o en su defecto, para el sometimiento forzado de los que no se integran en la ideología dominante. La noticia como forma de control social (Aniyar, 1987) reduce la complejidad, refuerza las normas sociales, da ilusión de participación, no admite réplica, crea actitudes y crea prestigio, al mismo tiempo que desvía la atención de otros problemas,

moviliza a la población ante medidas autoritarias.

Al mismo tiempo, está la publicidad, la tercera palabra de Dios. «A lo largo del tiempo, la palabra de Dios se ha transformado. La primera palabra de Dios fue teológico-religiosa: era la palabra del Dios vivo. La segunda fue política-jurídica: era la palabra del Dios muerto. La tercera es publicitaria: es la (palabra) del Dios inconsciente» (Ibáñez, 1994). El publicitario opera en el inconsciente. Ya no se distingue entre información, opinión y publicidad. Se entiende así el neologismo propuesto por Massó (1993) para considerar las noticias *light*, aproximación entre los anuncios y las noticias: las *notuncias*.

3. Responsabilidad educativa de los medios de comunicación social

Sin embargo, nadie niega hoy que los medios de comunicación social puedan y deban tener una responsabilidad educativa ante la problemática actual de las drogas, tanto de las legales como de las ilegales. Los medios de comunicación social deben informar con objetividad de los problemas que

presenten, sin actitudes moralizantes ni condenatorias.

Educar en el contexto de los *mass media*, señala Taddei (1979), significa prácticamente liberar de la masificación. Por consiguiente, la razones de la educación para la imagen -y con la imagen- se reducen a la necesidad que tiene el hombre contemporáneo de ser libre -o libertad de la masificación imperante en los *mass media*-, masificación que percibe menos cuanto más crece aquélla y le anula su verdadera

personalidad.

La educación a través de los *mass media* exige también resolver las propias contradicciones internas, entre las que destaca, de forma especial, la de ser la base publicitaria del

Educar sobre drogas implica estimular y dar recursos de análisis crítico ante los medios de comunicación, de forma que se puedan utilizar de forma libre y sana todos los contenidos transmitidos.

alcohol, el tabaco y los medicamentos, es decir, las drogas de uso legal. Al mismo tiempo, no debe caerse en los errores tanta 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 traumatismos ni prejuicios y en toda su complejidad.

Todo esto nos lleva a la necesidad de una política de información que preste coherencia a la tarea educativa de los medios de comunicación social. En este sentido, se puede decir que estos medios también necesitan disponer de un «proyecto educativo» en relación con las drogas, si de verdad quieren cumplir con este compromiso social. Los medios de comunicación social recurrirán a los métodos y técnicas que permitan una comunicación eficaz, teniendo en cuenta la credibilidad del autor, el mensaje transmitido y el destinatario de la comunicación. El objetivo final es conseguir que los individuos puedan tomar decisiones responsables ante las drogas, sean legales o ilegales.

4. Hacia mensajes coherentes

Precisamente con este objetivo, el *Saodap* (Executive Office of the President, 1974) ofrece una serie de orientaciones que permanecen siendo válidas. Por una parte, señala una serie de mensajes que han demostrado ser contraproducentes y que, por lo tan-

to, deben ser excluidos en la información:

- El uso de la droga x siempre produce el efecto y .
- El consumo de la droga x nunca produce el efecto y .
- Las drogas son el único peligro.
- Sólo existe el abuso de drogas ilegales.
- El abuso de drogas es un problema exclusivo de los jóvenes.
- El miedo parte del abuso de las drogas.
- Sólo existe un modelo de tratamiento válido.
- Mostrar la forma de utilizar y consumir las drogas ilegales.
- Todo tipo de estereotipos.

Por otra parte, recoge una serie de mensajes a transmitir en la información:

- El efecto de las drogas está en función de la dosis, el método de administración, la frecuencia de uso, el entorno individual y social.
- El problema de las drogas es complejo; no hay respuestas fáciles; no existen dos consumidores iguales.

- La sociedad debe reconocer sus contradicciones ante el uso de sustancias químicas que alteran el estado del ánimo, al considerar unas legales y otras ilegales.

- El abuso de las drogas es un problema social, no médico exclusivamente.

- La gente joven necesita imágenes positivas más que el refuerzo de los tópicos existentes sobre la muerte de los drogodependientes.

- La gente puede promover soluciones al problema de las drogas a través de una mejor comunicación entre jóvenes y adultos, con la aceptación de estilos alternativos de vida, asumiendo la propia responsabilidad, con la valoración de estructuras en las que la gratificación inmediata no sea el objetivo principal.

Todo esto nos lleva a la necesidad de

Es necesaria una política de información que preste coherencia a la tarea educativa de los medios de comunicación social. Estos medios también necesitan disponer de un «proyecto educativo» en relación con las drogas.

ofrecer una nueva información sobre las drogas y sus efectos, apoyada en la objetividad, sin perder de vista la complejidad de la problemática actual del consumo de las drogas, al mismo tiempo que se estimulan respuestas preventivas y terapéuticas.

Las actividades informativo-educativas sobre las drogas que pueden llevar a cabo los medios de comunicación social pueden ser, en este sentido, muy variadas. Pero la más importante es que siempre que la noticia sobre las drogas aparezca en los medios de comunicación social, ésta sea presentada sin dramatismos y con la mayor objetividad posible teniendo en cuenta la variedad de elementos que en ella intervienen, de forma que el consumidor de información quede más enriquecido para tomar sus propias decisiones. Al mismo tiempo, los *mass media* pueden contribuir a que la sociedad perciba al exdrogado dependiente como una persona normal, sin prejuicios de ningún tipo y a que entienda toda la compleja problemática de las drogodependencias. Aquí los medios de comunicación social pueden jugar un papel clave, colaborando tanto con los programas de prevención como con los de tratamiento y reinserción, sin etiquetas de «enfermo», «delincuente», etc., contribuyendo a la formación y solidaridad.

5. Papel del educador

El educador tiene que ser muy consciente de las contradicciones de los medios de comunicación social, para no quedar atrapado en la incoherencia y parcialidad de éstos al tratar todo lo relacionado con las drogas.

En este sentido, tiene que cuestionarse en primer lugar el propio concepto de comunicación utilizado en este caso, en una sociedad de incomunicados (Camps, 1993), a pesar de las nuevas tecnologías de la información. Educar

en la sociedad de la información implica estimular y dar recursos de análisis crítico ante todo el proceso informativo, de forma que se

puedan utilizar de forma libre todos los contenidos transmitidos por medios de comunicación social. Cabe la posibilidad, por otra parte, de que los educadores colaboren con los medios de comunicación para conseguir unos programas, unos materiales, unas actividades educativas sobre las drogas. El educador tiene la ventaja de poder ofrecer el contenido sustancial, sea de un artículo o de un audiovisual. De todas formas, conviene desmitificar la eficacia de las campañas puntuales a través de los *mass media*, si no están inte-

grados en programas más amplios.

Cuando el educador no pueda intervenir en los medios educativos y aportar estrategias con los objetivos propios de la educación, tiene otras posibilidades de intervención como puede ser analizar el papel de los medios de información, aportando un sentido crítico ante los contenidos relacionados con las drogas.

También cabe la posibilidad de comentar los programas relativos a la drogas y comunicar las reflexiones a los productores del programa en un diálogo que podría ser beneficioso para todos. Este planteamiento tendría más fuerza si se establecen comités de trabajo conjunto a través de las asociaciones profesionales. De todas formas, también aquí habrá que intentar conseguir la mayor «coherencia» posible, en un compromiso educativo auténtico.

Toda esta tarea encontrará sentido y continuidad, si se lleva a cabo la incorporación de los medios de comunicación social en el proceso de enseñanza-aprendizaje del Sistema educativo, para conseguir así lectores y espectadores reflexivos y críticos (Feria, 1995). Como señala Ferrés (1995), el uso de noticias televisivas en el aula, en un marco de análisis

El educador tiene que ser muy consciente de las contradicciones de los medios de comunicación social, para no quedar atrapado en la incoherencia y parcialidad de éstos al tratar todo lo relacionado con las drogas.

crítico, contribuirá a eliminar... el mito de la objetividad televisiva. Los alumnos aprenderán a descubrir el grado de subjetividad de las informaciones y la ideología que se desprende tanto de la selección de las realidades sobre las que se informa, como de la selección de códigos para enunciarlas.

Amando Vega Fuentemes es profesor de la Universidad del País Vasco en San Sebastián.

Referencias

- ANIYAR, L. (1987): «Medios de comunicación e inseguridad ciudadana», en *Criminología de la liberación*. Maracaibo, Universidad de Zulia, 159-192.
- CAMBA, B. y OTROS (1991): *Prensa e drogas: análisis de contenido*. Santiago, Xunta de Galicia.
- CAMPS, V. (1993): *Paradojas del individualismo*. Barcelona, Crítica.
- COSTA, P.D. y PÉREZ, J.M. (1989): «Droga, televisión y sociedad», en *Comunidad y Drogas*, 8.
- EXECUTIVE OFFICE OF THE PRESIDENT (1974): «The media and drug abuse messages», en *Special Action Office Monograph*, 1, 61-72.
- FERIA, A. (1995): «Contenidos curriculares y medios de comunicación», en *Cuadernos de Pedagogía*, 234, 12-16.
- FERRÉS, J. (1995): «Estrategias para el uso de la televisión», en *Cuadernos de Pedagogía*, 234, 18-21.
- FROJÁN, M. y OTROS (1994): «La imagen de la droga en la prensa española (1988-1992)», en *Revista Española Drogodependencias*, 19(3), 191-204.
- IBÁÑEZ, J. (1994): *Por una sociología de la vida cotidiana*. Madrid, Siglo XXI.
- MASSÓ, R. (1993): *El éxito de la cultura light*. Barcelona, Ronsel.
- PRIETO, J.L. (1987): «La imagen de la droga en la prensa española», en *Comunidad y Drogas*, 4.
- SÁNCHEZ CARRIÓN, J. y ONGIL, M. (1989): «La construcción social de una realidad: el caso de las drogas», en *Política y Sociedad*, 4, 129-136.
- TADDEI, A. (1979): *Educación con la imagen*. Madrid, Marova.
- UNESCO (1973): *Drogas, alienaciones y educación*. París, Unesco.
- VEGA, A. (1983): *Los educadores ante las drogas*. Madrid, Santillana.
- VEGA, A. (1994): *Las drogas en el Proyecto Educativo de la escuela*. Valencia, Promolibro.
- YOUNIS, J.A. (1993): «El currículum oculto de la droga y las drogas en los relatos de la prensa insular», en *El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual*. Las Palmas, Nogal, 79-122.