

JORNADAS DE DROGODEPENDENCIAS

A blue horizontal banner containing white line-art icons of a microphone, a computer monitor, a mobile phone, and a newspaper. The text 'LA COMUNICACION Y LOS PROBLEMAS SOCIALES' is overlaid on this banner in large, bold, red letters.

LA COMUNICACION Y
LOS PROBLEMAS SOCIALES

9 de Noviembre de 2000
PALAU DE LA MÚSICA
VALENCIA



AJUNTAMENT DE VALENCIA
CONCEJALIA DE SANIDAD Y CONSUMO



FUNDACIÓN DE AYUDA
CONTRA LA DROGADICCIÓN

JORNADAS DE DROGODEPENDENCIAS
“LA COMUNICACIÓN Y LOS PROBLEMAS SOCIALES”

MAÑANA

12:00 Presentación del Programa Infodrogas

Sr. D. Francisco García García, Profesor Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense.

Sr. D. Gerardo Lerma García, Jefe de Programas Internacionales de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

Moderador: Sr. D. David Calatayud Chover, Jefe de Estudios de Periodismo de la Universidad Cardenal Herrera – CEU

TARDE

17:15 Apertura

Ilma. Sra. Dña. Beatriz Simón Castelletts, Concejal Delegado del Area de Salud y Consumo.

Ilmo. Sr. D. Bartolomé Pérez Gálvez, Director General de Drogodependencias.

17:20 Presentación

Excmo. Sr. D. Ignacio Calderón Balanzategui, Director General de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

17:30 Ponencias

“Los valores y la comunicación”. Sr. D. Eusebio Megías Valenzuela, Director Técnico de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.

“La comunicación y la percepción de los problemas de drogas”. Sr. D. Oriol Romaní Alfonso, Profesor de Antropología de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona.

18:45 Mesa redonda: “Tratamiento de los problemas sociales por los medios de comunicación”.

Sr. D. Enrique Bellveser i Icardo, Jefe del Departamento de Planificación y Desarrollo Audiovisual de Radio-televisión Valenciana.

Sr. D. Jesús Trelis Sempere, Redactor de las Provincias.

Sr. D. Jesús Bosch Bailach. Redactor de Levante

Moderadora: Sra. D.^a Eulalia Alemany Ripoll, Directora de Área de Participación Social de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE INFODROGAS

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS

Francisco García García

Profesor Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense

La importancia de la formación de los profesionales de la comunicación en el ámbito de la información especializada en drogadicción es relevante por diversos motivos.

- a) Los periodistas y los comunicadores en general son constructores de realidad social en cuanto que seleccionan, jerarquizan y estructuran los contenidos de información. Los profesionales de los medios de comunicación, por otra parte, no sólo informan, sino que también interpretan los acontecimientos.
- b) A través de los medios se generan estados de opinión importantes para la comprensión del fenómeno de las drogas y las actitudes de los ciudadanos. Influencia reconocida por los más prestigiosos investigadores, y en el caso de las drogodependencias específicamente también por el Observatorio Europeo de la Droga y de las Toxicomanías.
- c) Muchos de los objetivos de los programas de prevención de la drogadicción, procesos de rehabilitación e inserción social de las personas con problemas sociales de abuso y/o dependencia de las drogas, se pueden alcanzar más fácilmente con un buen uso de la información, así como con la utilización de técnicas adecuadas de comunicación y marketing social.

La necesidad de programas de formación de los profesionales en comunicación y marketing social, especializados en drogodependencias

En este ámbito se detectan carencias de formación:

- a) Las Universidades y otros centros de formación no incluyen hasta la fecha asignaturas obligatorias, optativas ni de libre configuración sobre la información y el marketing especializados sobre tópicos sociales y mucho menos sobre técnicas de comunicación social en drogodependencias.
- b) No existen otros instrumentos de formación que afronten este tema, a no ser que se estudie monográficamente en algún programa de doctorado o estudios de postgrado.

La sociedad ha de dar respuesta a las necesidades sociales:

- a) Se manifiesta una sensibilidad social a estos temas y se demanda una mayor y mejor información.
- b) La información sobre problemas sociales y específicamente sobre drogodependencias se presenta como una acción comunicativa emergente de los medios.
- c) El tratamiento de esa información especializada y de las técnicas de comunicación y marketing requieren una formación de profesionales que ha de ser de alta especialización, innovadora y de permanente actualización.

El programa Infodroga

Atendiendo a estas necesidades la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción FAD, se propuso diseñar y promover un programa de formación en drogodependencias para los profesionales de la comunicación. Se llevó a cabo a través del Programa Leonardo Da Vinci, y en colaboración con otros dos socios comunitarios el Instituto Europeo para la formación e Consulenza Sistemática (Italia), SPTT (Portugal) y la Sociedad Europea de Profesionales con Intervención en Drogodependencias (ITACA).

El programa INFODROGAS de formación de profesionales de los medios de comunicación en drogodependencias se presenta como un medio eficaz .

1. Destinatarios

- a) Fundamentalmente los profesionales de los medios de comunicación específicamente, los periodistas.
- b) También a los alumnos de 4º, 5º y doctorado de las FF.CC. de Ciencias de la Información
- c) Profesionales del Marketing y la Publicidad
- d) Directores del Dpto. de Comunicación e Imagen de las Instituciones que trabajan en el ámbito de las drogodependencias.

2. Características del programa INFODROGAS

- a) Curso interactivo en formato de CD-ROM, con acceso fácil a fuentes fiables de información sobre drogas, utilizando una pedagogía innovadora, basada en la interacción, y con posibilidad de difusión en Internet.
- b) Programa de autoformación permanente a distancia, por medio de tecnología y soportes innovadores, como el CDROM e Internet.
- c) Proyecto de futuro con fácil transferibilidad a otros ámbitos de intervención social.
- d) Impacto positivo en el mercado de trabajo mediante la especialización de los profesionales de la comunicación.

3. Contenidos

- a) Los bloques de contenidos se reorganizan en:
- Características de la comunicación sobre drogas (imaginario social, estereotipos, efectos de la comunicación y límites de la comunicación)
 - Información general sobre las drogas (historia, sociología, antropología y problemas actuales)
 - Sustancias (tipología, características, efectos y problemas asociados)
 - Demanda y consumo (multicausalidad, factores de riesgo, niveles y patrones de consumo)
 - Oferta (producción, tráfico internacional, control de la oferta, límites)
 - Prevención (factores, estrategias preventivas, reducción de riesgos)
 - Tratamiento (objetivos y estrategias terapéuticas)
 - Normativa (legalidad no legalidad, control social, administrativo e institucional)
- b) Los contenidos están actualizados, con tratamiento informático e interactivo.

4. Evaluación didáctica del Programa

- El programa fue testado con un grupo de 60 personas en España y también en Italia y Portugal.
- En España la investigación sobre la eficacia didáctica del programa se llevó a cabo en la Facultad de CC. de la Información con profesionales de los medios, alumnos de 4º y 5º de CC. de la Información y alumnos de doctorado.
- Se midió la capacidad del programa atendiendo
 - a las características de educación a distancia, autoformación e interactividad
 - a los contenidos
 - y al diseño interactivo, a la navegación y a su estructura.

El resultado fue satisfactorio y se propusieron algunas aportaciones que favorecieran las características formativas del Programa.

INFODROGAS – PROGRAMA INTERACTIVO SOBRE DROGAS PARA PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN

Gerardo Lerma García

Jefe de Programas Internacionales de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción

Antecedentes y objetivos

Infodrogas es el resultado de un proyecto transnacional promovido por la FAD y desarrollado con el apoyo de la Comisión Europea, en el marco del programa Leonardo da Vinci.

El proyecto persigue favorecer la aparición de un nuevo perfil profesional que de respuesta a una demanda explícita en el "mercado" de la información sobre la necesidad de nuevos perfiles profesionales que aborden desde lo técnico, la responsabilidad de conjugar la información y la prevención en el ámbito de las drogodependencias.

El programa propuesto parte de la construcción de una metodología a nivel europeo que permita a los actuales y futuros profesionales de la comunicación un acceso ágil a fuentes de información y formación en materia de drogodependencias. Esta mayor accesibilidad sería el origen de dos interesantes resultados:

- Por un lado, se conseguiría concienciar a dichos profesionales acerca de la influencia que los medios de comunicación, ejercen sobre la representación social del fenómeno del consumo de drogas en la actualidad.
- Por otro lado, supone un campo de desarrollo profesional para este colectivo, permitiéndoles poder ejercer su profesión desde un estatus de especialista en la materia.

Contenidos formativos

La propuesta formativa del proyecto se estructura en ocho módulos temáticos:

- Introducción. Contiene una primera aproximación a la definición de las características más relevantes que rodean actualmente el fenómeno del consumo de drogas.
- Medios de comunicación. Define ampliamente cuál es el sentido de la influencia que los medios ejercen sobre el conjunto de la sociedad sobre esta materia, y define algunas propuestas de actuación para mejorar la acción informativa.

- Sustancias. El módulo presenta información relativa a los diversos grupos de sustancias que nuestra cultura considera actualmente como drogas, señalando para cada una su origen, formas de presentación y vías de administración, efectos, etc.
- Demanda. Recoge datos acerca de las causas del consumo de drogas, factores relacionados y datos sobre consumos.
- Oferta. Contiene información sobre producción y distribución de las sustancias a nivel internacional, así como las características más significativas de las estrategias puestas en marcha desde el punto de vista del control de la oferta.
- Prevención. Este módulo presenta información relativa a las modalidades, niveles, estrategias y programas preventivos que se desarrollan, con una mención específica a la realidad española.
- Tratamiento. Una exposición acerca de teorías y modelos explicativos que sustentan la intervención en este ámbito, así como las estrategias y modalidades de la misma y una visión histórica de la evolución y desarrollo de las estructuras, los recursos y programas específicos.
- Normativa. Recoge datos relativos al control social e institucional sobre las drogas, tanto en sus características actuales como en las posibilidades de las mismas de cara al futuro.

Procedimiento de realización del programa

El soporte informático del programa le otorga cierta virtualidad en lo que se refiere a las posibilidades de utilización:

- Permite una navegación flexible por el mismo, ya que ofrece la posibilidad de enlazar contenidos en función de aspectos o temas que se relacionan entre diversos módulos.
- Ofrece diversas posibilidades de ampliación de los contenidos, mediante una extensa bibliografía, acompañada de una serie de enlaces informáticos a bases de datos y sitios web de organismos nacionales e internacionales de relevancia en la materia.
- Contiene un completo sistema de evaluación del desarrollo y utilización del mismo, desde el punto de vista del aprendizaje y asimilación y, sobre todo, desde su funcionalidad y utilidad.
- La participación en el mismo confiere la posibilidad de recibir permanentemente información ampliada y actualizada sobre el complejo y cambiante fenómeno del consumo de drogas.

Finalmente, señalar que la participación efectiva en el programa conlleva la obtención de un diploma justificativo de la misma, emitido por la propia Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción.

Ponencia: LOS VALORES Y LA COMUNICACIÓN

Eusebio Megías Valenzuela

Director Técnico de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción

Los valores sociales suponen un entramado de posturas básicas que explican muchos comportamientos individuales y colectivos. Muy en relación con posturas ideológicas y actitudinales, influyen en los comportamientos, en las formas de relación y en el clima social de cada momento. Cambian en función de circunstancias socioeconómicas, culturales, políticas, etc... Responden a contextos sociales, a intereses colectivos y a posiciones ideológicas dominantes. Condicionan el ritmo y la dirección de los cambios en los objetivos sociales y en la organización de las estructuras colectivas de interacción.

Los valores sociales dominantes en cada momento histórico pueden ser analizados, desde una perspectiva teórica, a través de la jerarquización que se haga de unas posturas y de unos objetivos finalistas de la sociedad: la importancia teórica que se conceda a la solidaridad, al éxito económico, a la obediencia o a la religiosidad, por ejemplo. También, desde una perspectiva más operativa, podemos analizar los valores dominantes a través de su influjo directo o indirecto en actitudes y comportamientos de individuos y de grupos. En cualquier caso se puede afirmar que no hay sociedad sin valores. La cuestión es si esos valores, que inevitablemente se dan, responden al propio modelo de sociedad y si son o no favorecedores del clima social que pretendemos.

En la sociedad española actual dominan fundamentalmente los valores tendentes a la búsqueda del orden y la seguridad que garanticen unos niveles de bienestar personal, incluyendo en lo personal el ámbito de la familia próxima. Existe una depreciación absoluta de valores "clásicos", como la religión o la política, al tiempo que surgen unas posturas destinadas a la consecución de beneficios y satisfacciones a corto plazo. Se da una clara disociación entre lo que "teóricamente habría que valorar" y lo que, en la práctica, "nos vemos obligados a hacer". Esta disociación se traslada al ámbito de la educación familiar donde "para no dejar a los hijos indefensos, hay que enseñarles a buscar su seguridad, pese a que lo ideal sería educarlos en la solidaridad y la tolerancia".

Los valores condicionan el clima social en el que se establece la comunicación entre todos nosotros. Al tiempo, inevitablemente, se ven reflejados en la comunicación mediática, que traslada ese clima. El círculo se cierra al observar que los contenidos de la comunicación terminan por institucionalizar y afianzar los valores dominantes.

Siendo verdad lo anterior, no lo es menos que la comunicación puede, matizando lo dominante, contribuir a la evolución de las jerarquías valorativas.

Como lo es igualmente que la educación, familiar, escolar y social, es el instrumento más válido para la modificación de esas jerarquías. Sólo que para ello es precisa una reflexión crítica y un compromiso social para el cambio, si es que éste resultase deseable.

En la situación actual de valores sociales en España parece oportuna esa reflexión: saber dónde nos movemos, si ésta es la sociedad que queremos, qué consecuencias (positivas y negativas) implica este modelo de sociedad, hacia dónde pretendemos ir, y qué compromisos son necesarios para esa evolución.

Ponencia: LA COMUNICACIÓN Y LA PERCEPCIÓN DE LOS PROBLEMAS DE DROGAS

Oriol Romaní,
Antropólogo, URV Tarragona y Grup IGIA, Barcelona

1. Comunicación y drogas: Medios de Comunicación Social, Representaciones Sociales y Estrategias sobre drogas.
2. Medios de Comunicación Social y drogas: el caso de España
3. Las Percepciones sobre drogas en investigaciones realizadas en España
4. Percepciones y distorsiones: un ejemplo, para terminar
5. Referencias bibliográficas

1. Comunicación y drogas: Medios de Comunicación Social, Representaciones Sociales y Estrategias sobre drogas.

En las sociedades urbano industriales contemporáneas, los flujos comunicativos que aseguran la interacción social se transmiten a través de una serie de "situaciones organizadas formalmente", que son las instituciones, y también a través de una serie de relaciones informales basadas en el parentesco, la amistad, el vecindaje, etc. que se dan tanto en el interior como en el exterior de dichas instituciones. Mientras algunas instituciones como la familia o la escuela son fundamentales en la socialización primaria de las personas, es decir, en la transmisión intensiva de una serie de pautas culturales básicas en edades tempranas en las que los individuos son muy maleables; otras desarrollarán, entre diversas funciones, una socialización secundaria a lo largo de toda la vida de los individuos de aquella sociedad. Entre éstas cabe señalar los Medios de Comunicación Social (MCS), el Sistema Laboral, el Sistema Penal o las industrias del Ocio.

Hoy en día, y desde distintos enfoques teóricos, hay un cierto consenso en aceptar la mediatización sociocultural de los efectos de los MCS. Es decir, no parece creíble una ley o principio general que postule una influencia directa de los MCS sobre la conducta de la gente sin más, sinó que parece más pertinente señalar que, según el contexto social en el que se dé el mensaje comunicativo, y el individuo que lo reciba (clase social, tipo de educación, edad, sexo, profesión, pautas subculturales, dinámica de la relaciones cara a cara, etc.), un mismo mensaje de los MCS tendrá unas influencias distintas ya que será descodificado en relación a la realidad (simbólica y material) de cada uno de los individuos y/o grupos sociales que lo reciban en un momento determinado.

En nuestras sociedades hay unas imágenes culturales y unos estereotipos que, a través de ciertos procesos históricos de elaboración, han logrado simbolizar,

por identificación o por contraste, aquellos valores más básicos de nuestra vida social, aquellos puntos de referencia nodales de nuestra existencia (v. Megías et al., 2000: 13-26). Y los MCS, que responden mayoritariamente a una lógica que en mayor o menor grado tiñe toda nuestra vida social, que es la lógica del mercado, no suelen plantearse la información/comunicación desde una óptica primordialmente crítica, sino desde la que responde a ciertas demandas del público en la línea de aquellas imágenes y estereotipos, con lo cual acaban reforzándolos. En este sentido, pues, sí que se dan unas influencias de los MCS en el proceso de construcción de una hegemonía cultural, es decir, de la orientación cultural, política y moral básica de una sociedad.

En este contexto, "la droga" es una de aquellas imágenes culturales y estereotipos que han logrado simbolizar, por activa o por pasiva, aspectos básicos de nuestra vida social. Con más precisión, habría que decir que el fenómeno social de las drogas se ha construido de tal manera que en su interior se articulan una serie de imágenes culturales y estereotipos que nos remiten a aspectos centrales de nuestra existencia, a ciertos temores ancestrales relacionados con nuestra misma constitución, con las dificultades de dominar nuestra base emocional, de acabarnos de entender, o de aceptar nuestra situación en un mundo en continua transformación, etc. De hecho, si la construcción social de las drogas que se basa en el paradigma jurídico - policial prohibicionista consiguió el éxito popular, que fue uno de los elementos que le permitió afianzarse hasta convertirse en el modelo de percepción y de gestión dominante del tema que conocemos hoy en día, no fue sólo porque supo integrar la confluencia de varios y más o menos poderosos intereses en la elaboración del modelo, sino también porque supo manipular la información de tal manera que le permitió tocar la fibra sensible de amplios sectores de la población (v. Escotado, 1989, vol.II: 225-374).

En la expansión de este tipo de imágenes, los MCS han jugado un papel importante. Acabamos de ver que las profundas raíces emocionales de los discursos con los que se responde al factor demanda (o audiencia) de los MCS, acaban reforzando su orientación, en un círculo auto-referencial que parece no tener salida; pero habría que ver también como el modo de gestión del "problema" ha privilegiado unas fuentes de información, que la condicionan claramente: "la criminalización de la información sobre la droga en los medios de comunicación escritos no se produce tanto por la presencia de drogadictos por cuanto la referencia privilegiada a policías, jueces, traficantes y políticos, verdaderos protagonistas de dicha información" (García Nebreda et.al.1987:29).

En el caso de España las principales representaciones sociales sobre drogas, y las correspondientes ideologías que van delimitando el campo de juego del "problema de la droga" se construyen, sobre todo, a partir de los discursos corporativos de tipo policial, jurídico, médico, periodístico y de los profesionales drogas (por este orden), de la dialéctica entre ellos, y de sus articulaciones con

instituciones, tanto privadas como, principalmente, estatales, pues son estas últimas las que les confieren una mayor legitimidad social.

Es decir, para comprender mejor algunos significados básicos de los discursos sobre "la droga", concretamente en la sociedad española contemporánea, tenemos que considerar que éstos forman parte de las estrategias corporativas de reproducción y expansión de dichos sectores, que luchan para imponer su hegemonía y la adopción por parte del Estado de su formulación del problema. Esta lucha corporativa se da en el contexto de los procesos de transición política de la dictadura a la democracia y la posterior consolidación institucional y, en este sentido, dichos intereses corporativos forman parte de conflictos más generales, a través de los cuales se ha ido definiendo un determinado modelo de sociedad. Modelo de sociedad democrática en el que las formas de control social también se han tenido que redefinir y, en esta redefinición, ha jugado un papel destacado la construcción social del "problema de la droga", por su contribución a los reajustes entre los mecanismos de control social "hard", que se irán dirigiendo hacia poblaciones específicas, y los "soft", de carácter más polivalente y con una progresiva mayor presencia en nuestra sociedad (v. Romani et Comelles, 1991: 46-48).

Así pues, mantenemos que las Estrategias sobre Drogas forman parte de los procesos de reorientación de las políticas de control social. Pero antes de explicitar que entendemos por Estrategias Sobre Drogas tenemos que recordar algo básico, como que el modelo de gestión dominante actualmente sobre las drogas se basa en la articulación de los paradigmas jurídico (droga = delito) y médico (droga = enfermedad), aunque con una cierta presencia también de elementos específicos del paradigma sociocultural (droga = problema social)¹.

La estrategia sobre drogas es un proceso dialéctico que articula de manera específica, en cada momento histórico, los niveles macro/ micro de las políticas internacionales del control de la oferta, con las políticas nacionales, regionales y municipales, y con las prácticas profesionales, cada vez más heterogéneas, y más centradas en asistencia y control de la demanda. Mientras que el nivel macro está orientado claramente por el paradigma jurídico y el micro por uno de tipo sociosanitario, en los niveles intermedios podemos encontrar la presencia combinada de todos ellos.

Hoy por hoy, está claro que las políticas generales de salud pública y de tipo criminal son cuestión de la administración estatal, que tiene sus atribuciones e instituciones para llevarlas adelante. Pero en cambio, muchos municipios o entidades municipales tienen, a partir de un cierto nivel, competencias propias que les permiten desarrollar políticas más o menos específicas en educación – sobre todo por lo que se refiere a prevención, profilaxis, grupos con necesidades especiales, etc.-, atención primaria en salud, problemas sociales

¹ A partir de aquí, me baso fundamentalmente en lo que escribimos en Megías, 2000: 21-33

de marginación y descomposición de las relaciones sociales primarias, así como en relación a delitos menores, faltas y contravenciones similares (v. Fresco et. al, 1997). Todo lo cual ha facilitado/ producido la introducción de actores de flexibilización y cambio de las políticas de drogas, cosa que se ha reflejado en las estrategias sobre drogas.

Creo que es importante subrayar que en los niveles medios de decisión política (regionales, municipales) se realizan unas prácticas que son matizadamente distintas a las orientaciones emanadas de los niveles más macro, sobre todo los organismos de las NN.UU.; ya que si, por una parte, estos niveles medios orientan sus actuaciones a partir de las políticas de dichos organismos internacionales, por otra parte también lo hacen a partir de los planteamientos y exigencias, entre otros, de unas prácticas profesionales que tienen ya la suficiente profundidad histórica y peso institucional como para ser tenidas en cuenta en el desarrollo de las intervenciones sobre drogas. Sobre todo en un momento histórico en que desde sectores profesionales, y no sólo desde ellos, empieza a haber una cierta conciencia de que las intervenciones basadas exclusivamente en el paradigma de tipo jurídico no resultan nada prácticas para manejar el control del conflicto social; más bien parece, al contrario, que allí donde han predominado unilateralmente estas orientaciones dicho conflicto ha tendido a exacerbarse.

En el contexto europeo, principalmente, (aunque también en EEUU y Australia, entre otros) y vistos algunos efectos perversos de las orientaciones a las que nos acabamos de referir, relacionados sobre todo con la extensión del VIH y otros problemas sanitarios derivados de la práctica endovenosa clandestina, se han ido elaborando unas orientaciones más pragmáticas, de tipo sociosanitario, que se han concretado en las llamadas políticas de reducción del daño (PRD). Hay que señalar que estas políticas han recibido el apoyo de organismos internacionales como la UE o la Organización Mundial de la Salud (OMS), mientras que –a pesar de que no pueden negarles explícitamente su importancia- son vistas con muchas reticencias por otro organismo que intenta mantener con toda su pureza y vigor un modelo de gestión de las drogas basado en el paradigma jurídico, como es la Junta Internacional de Fiscalización de Estupefacientes (JIFE).

En todo ello hay un elemento a destacar que es el de la presencia activa de los profesionales, los de tipo sociosanitario del campo específico de las drogas, en primer lugar, pero también otros, como ciertos sectores jurídicos o de gestores públicos, en esta arena. A pesar de todas las barreras que supone la propia institucionalización de la asistencia, los lenguajes especializados, los distintos intereses, etc. el hecho de estar día a día confrontándose con los problemas de distintos usuarios de drogas y, sobre todo, la necesidad de tener que encontrar algún tipo de soluciones o salidas a su situación, de tener que manejar con ellos su problema, al mismo tiempo que tener que responder ante una administración muy próxima y defender su lugar como profesionales, les ha

llevado a traspasar las barreras de la pura ideología y del estereotipo, y plantearse alternativas distintas a las que quedan definidas por el "problema de la droga" en su formulación hegemónica (es decir, la "guerra a la droga"), que no resulta muy útil, no sólo para los usuarios, sino tampoco para ellos mismos.

Parece lógico pensar que sin la alarma social alrededor de "la droga" no se habrían conseguido los recursos y la posibilidad de desarrollar un sector como el de la asistencia en el campo de las drogas. Pero también parece sensato pensar que, una vez "adquirido socialmente" el problema, la misma formulación que sirvió para el despliegue de su intervención en torno a él está resultando una rémora para que pueda continuar su desarrollo como un ámbito profesionalmente autónomo con ciertas garantías. Si además valoramos la utilidad, cara a la conservación de una cierta cohesión y equilibrio social en tiempos tan duros como los presentes para ciertos sectores sociales, de las políticas de contención-integración, frente a las de la exclusión pura y dura, podremos entender la relativa influencia de estos sectores profesionales en las reformulaciones actuales de las estrategias sobre drogas. La penetración de su discurso -matizada o claramente diferente del de la policía o el predominante en los Medios de Comunicación Social, p.ej.- se hace, además de por las vías institucionales, a través de unas interacciones sociales específicas, en unas relaciones cara a cara, con un cierto grado de empatía y de prestigio por el lugar que ocupan, etc. en distintos medios sociales afectados de manera directa o indirecta por la cuestión.

De todo lo visto hasta aquí podemos deducir, pues, que las Estrategias Sobre Drogas son la resultante, en una zona y en un momento histórico determinados, de complejos procesos de interacción, que a su vez se relacionan con unas Representaciones Sociales sobre Drogas también complejas, contradictorias y variadas históricamente que tenderán a reafirmar, contradecir, cortocircuitar, renovar, etc. aspectos centrales de aquellas Estrategias. Por esto es importante conocer todo cuanto se refiere a la comunicación y percepción de los problemas de drogas, pues dicha percepción es un elemento clave del propio fenómeno social de las drogas; así podremos intervenir en él desde opciones menos prejuiciosas y más rigurosas. Ya que se trata de un tipo de conocimiento directamente aplicable si pensamos que, por lo menos desde ciertas formulaciones de la teoría de las representaciones sociales, la "acumulación" de ciertas creencias sobre una droga puede jugar un papel predictivo respecto al consumo de la misma (Paez et al., 1992).

2. Medios de Comunicación Social y drogas: el caso de España.

Una vez visto el marco teórico general en el que situamos el tema, veamos ahora cuáles son los principales rasgos que sobresalen al analizar las distintas investigaciones sobre drogas y MCS en España:

- Información muy genérica sobre "la droga", entendiendo como tal algo que se refiere a las ilegales

- Asociación de "la droga" a drama (muerte, delincuencia, etc.)
- "La droga" como suceso: asunto de "policías y ladrones" y/o de "cuatro desgraciados", que son los adictos
- Identificación con "oscuras fuerzas poderosas" (narcotráfico)
- Fuentes de información de ámbito policial, sobre todo, y judicial. En los últimos años, tímida presencia paulatina de otras fuentes (instituciones públicas, profesionales de tratamiento...)
- Gran predominio de las noticias descriptivas en relación a las opiniones o análisis. Es decir, hay una aparente objetividad (que, con sólo fijarnos en todo aquello que no se dice ya queda puesta en duda), al lado de la presencia minoritaria de opiniones más o menos críticas, para satisfacer a determinadas franjas de clientela.

(Ver Perez Oliva, 1986; Prieto, 1987; García Nebreda et al., 1987; Berjano et al, 1988; Costa et al., 1988 y 1989; Froján, 1993; Gonzalez, N., 1994; Otero, 1996)

Froján (1993) propone cuatro modelos explicativos implícitos en las informaciones sobre drogas que ella analiza: 1) médico-farmacológico; 2) ético-jurídico-policial; 3) sociológico-económico; y 4) bio-psico-social. Pues bien, el reduccionismo de la mencionada información en la prensa española quedaría confirmado por el hecho de que las referencias al segundo modelo destacan mucho por encima de las otras, aunque haya una pequeña presencia del primero y una, casi marginal, de los tercero y cuarto.

Y si, ciertamente, aquellos rasgos que hemos citado (más muchos otros sobre lo que se entiende por droga, consumidor de drogas, tipo de problema que representa, etc. etc.) tienen una clara correlación con estos discursos de los MCS, y una importante presencia en las Representaciones Sociales sobre Drogas, también es cierto que en el último estudio realizado sobre el tema (v. Megías, 2000) pudimos establecer claras tipologías diferenciadas respecto a éstas, a partir de las distintas situaciones y experiencias sociales de los entrevistados. Lo cual confirma la mediatización sociocultural de los mensajes de los MSC que exponíamos al principio de este escrito.

Por lo que se refiere al segundo aspecto de la cuestión, el de las relaciones entre MCS y Estrategias sobre Drogas, la cosa tiene tintes de "crónica del desamor", como dice alguno de los autores analizados (v. Funes, 1991).

En efecto, la imagen de las drogas y su mundo que, como acabamos de ver, nos transmiten predominantemente los MCS es la que se correspondería de manera más inequívoca con el paradigma jurídico, pero situado al nivel de la dramatización espectacular; nivel coherente con toda la "industria del espectáculo", es decir, la que propiamente podemos llamar así (cine, teatro, canción, etc.) más las otras industrias del ocio, la publicidad... en fin, todo aquel mundo de representaciones y metáforas "pret-à-porter" con las que, en el reino de la posmodernidad, pretenden convencernos que vivimos en el mejor de los mundos posibles (v. Balandier, 1988).

Dicha visión de las drogas sería coherente con los MCS como industria, con ciertas funciones de control social, etc., pero resulta que, desde el punto de vista mayoritario de los profesionales y las instituciones que trabajan en drogas, tiene un alto nivel de incompatibilidad con lo que debería ser su labor pedagógica y, más en concreto, su función preventiva respecto a los usos de drogas o, por lo menos, a sus riesgos asociados más evidentes. Labor que no se ve facilitada, además, por las actitudes de la población en general, que según un estudio del País Vasco "aprende mucho a través de los mass-media, pero no se fía totalmente de ellos. Ni siquiera los expertos o las publicaciones especializadas son bien aceptadas. Evidentemente esto plantea serios problemas a la hora de desarrollar estrategias informativas" (Calvo, 1992: 121).

Cuando se ha puesto en contacto a los profesionales periodísticos con los del campo de las drogas, ha habido desencuentros notables a partir, por un lado, de lo que los periodistas pueden percibir como falta de conocimiento de su medio, intentos de intromisión y cuestiones semejantes; mientras que, por otro lado, los profesionales de las drogas han percibido en ellos ligereza y superficialidad en el tratamiento del tema, preocupación sólo por vender más, etc. Es decir, se ha detectado un problema de desconfianza mutua del que, según los casos, se conocen más o menos sus bases estructurales, o sea, los contradictorios lugares que ocupan unos y otros, y las instituciones para las que trabajan, en el seno de la sociedad (Ver VV.AA., 1991; Funes, 1991; VV.AA., 1996; Vega, 1996; Sánchez Martos, 1997).

A pesar de todo ello, y quizás a partir de una cierta conciencia tanto de la importancia crucial de los MCS en la extensión y consolidación de las Representaciones Sociales sobre Drogas, así como de que se trata ya de un campo profesional establecido, en distintos encuentros y estudios se apunta una doble solución, posible aunque delicada por los equilibrios que requiere: la necesidad de que exista una especialización por parte de determinados periodistas en este tema, al igual que existe en otros campos; así como la creación de "gabinetes de comunicación" o semejantes por parte de los sectores comprometidos en la intervención sobre drogas con lo que, por lo menos se tendería a paliar alguno de los problemas básicos de la información sobre drogas, como es el de la univocidad de sus fuentes, o la del simplismo de sus imágenes.

3. Las percepciones sobre drogas en investigaciones realizadas en España.

Vamos a ver ahora algunos de los aspectos que, analizando datos propios y de investigaciones anteriores, fueron emergiendo en la ya citada investigación de Megías (2000), la más reciente, por el momento, sobre el tema de este apartado.

- *La importancia que el distinto contexto sociopolítico tiene en las opiniones de cada momento.* En las encuestas en que se pide a la población cuales son los principales problemas sociales hay un elemento socioeconómico estructural, como es el paro, que persiste como referencia, más próxima o más lejana, compartiendo el protagonismo de los problemas sociales con "la droga" (o ya "las drogas", en alguna de las últimas encuestas); mientras otros elementos, más específicamente políticos y/o más sujetos a vaivenes temporales, como el terrorismo o la corrupción, por ejemplo, varían más en su relación de importancia respecto a las drogas.

De todos modos, hay una clara línea descendente en la apreciación de la gravedad del problema de las drogas, como puede observarse comparando las encuestas realizadas a lo largo de esta década en una zona especialmente conflictiva como ha sido el País Vasco (o Zona Norte, según el tipo de agregación de cada estudio), en respuesta a que la importancia del problema de las drogas es mucha o bastante:

Pais Vasco 1992	Pais Vasco 1994	Zona Norte 1998
96%	89%	76%

- *En cambio, se entiende que los principales problemas asociados al consumo de drogas son similares a los de la década pasada, aunque puedan variar en su orden de importancia.* Nos encontraríamos con dos tipos de problemas básicos: a) los relacionados con la salud, física y/o psíquica, adicción, Sida, destrucción personal, muerte; y b) los que tienen que ver con problemas familiares, económicos, paro, delincuencia, marginación...

En cambio, en los resultados de los Grupos Focales de Megías (2000) ya se empieza a reflejar el cambio del perfil del riesgo, que también podemos encontrar en diversos medios profesionales, centrado de manera más clara en el primer grupo de problemas, y no precisamente en sus aspectos más extremos, en detrimento del segundo. Cambio de perfil que tiene mucho que ver con la preocupación ante las "nuevas drogas" o las "nuevas modalidades de consumo de drogas" que, una vez más, recae sobre los jóvenes -aunque ahora sean "jóvenes normales"-, por determinados consumos de alcohol o por el de las sustancias agrupadas bajo el rubro de drogas de síntesis.

- *La percepción de lo que son drogas ya no está tan centrada solamente en las ilegales, sino que también las legales se van integrando al concepto.* Con todas las salvedades metodológicas debidas, esta tendencia se puede constatar, incluso ya sólo dentro de la década de los noventa, al comparar el porcentaje de población que consideraba drogas a las legales en el estudio de Andalucía 1992 (5,5%) con la que lo hace en Megías 2000 (15,2), aunque ha habido estudios en que la distancia ha sido todavía mayor (Madrid 1997, 20,7%).

- *La importancia que el distinto contexto sociopolítico tiene en las opiniones de cada momento.* En las encuestas en que se pide a la población cuales son los principales problemas sociales hay un elemento socioeconómico estructural, como es el paro, que persiste como referencia, más próxima o más lejana, compartiendo el protagonismo de los problemas sociales con "la droga" (o ya "las drogas", en alguna de las últimas encuestas); mientras otros elementos, más específicamente políticos y/o más sujetos a vaivenes temporales, como el terrorismo o la corrupción, por ejemplo, varían más en su relación de importancia respecto a las drogas.

De todos modos, hay una clara línea descendente en la apreciación de la gravedad del problema de las drogas, como puede observarse comparando las encuestas realizadas a lo largo de esta década en una zona especialmente conflictiva como ha sido el País Vasco (o Zona Norte, según el tipo de agregación de cada estudio), en respuesta a que la importancia del problema de las drogas es mucha o bastante:

Pais Vasco 1992	Pais Vasco 1994	Zona Norte 1998
96%	89%	76%

- En cambio, *se entiende que los principales problemas asociados al consumo de drogas son similares a los de la década pasada*, aunque puedan variar en su orden de importancia. Nos encontraríamos con dos tipos de problemas básicos: a) los relacionados con la salud, física y/o psíquica, adicción, Sida, destrucción personal, muerte; y b) los que tienen que ver con problemas familiares, económicos, paro, delincuencia, marginación...

En cambio, en los resultados de los Grupos Focales de Megías (2000) ya se empieza a reflejar el cambio del perfil del riesgo, que también podemos encontrar en diversos medios profesionales, centrado de manera más clara en el primer grupo de problemas, y no precisamente en sus aspectos más extremos, en detrimento del segundo. Cambio de perfil que tiene mucho que ver con la preocupación ante las "nuevas drogas" o las "nuevas modalidades de consumo de drogas" que, una vez más, recae sobre los jóvenes -aunque ahora sean "jóvenes normales"-, por determinados consumos de alcohol o por el de las sustancias agrupadas bajo el rubro de drogas de síntesis.

- *La percepción de lo que son drogas ya no está tan centrada solamente en las ilegales, sino que también las legales se van integrando al concepto.* Con todas las salvedades metodológicas debidas, esta tendencia se puede constatar, incluso ya sólo dentro de la década de los noventa, al comparar el porcentaje de población que consideraba drogas a las legales en el estudio de Andalucía 1992 (5,5%) con la que lo hace en Megías 2000 (15,2), aunque ha habido estudios en que la distancia ha sido todavía mayor (Madrid 1997, 20,7%).

Asimismo, esto coincide también con la progresiva dislocación de la heroína del lugar central que ocupa en todas las primeras encuestas, quizás no tanto a nivel meramente cuantitativo (sobre todo en las de jóvenes, la droga que mas citan de forma espontánea es, con mucho, la cannabis), sino principalmente por su gravedad y su asociación a problemas de todo tipo. Mientras que, en cambio, el grupo de "anfetaminas-alucinógenos-drogas de síntesis" adquiere una notable mayor presencia.

- **Aumenta la percepción de que las drogas están ahí y hay que convivir con ellas.** Esto sería coherente con lo que acabamos de ver en el punto anterior, es decir, con la ampliación del ámbito de lo que son las drogas, y podríamos decir que con una cierta conciencia (o, como mínimo, intuición) de que con las drogas legales no se termina con ninguna "ilusión represiva", ni terapéutica, ni de ningún tipo. Todo lo cual marca una línea de cambio respecto, sobre todo, a los estudios realizados en la década anterior. Habría que precisar aquí que respecto a las encuestas: porque en estas cuestiones y en algunas otras, en los estudios donde se han incorporado metodologías cualitativas vemos que hay una problematización mucho más temprana, y que no se manifestará en las encuestas hasta más tarde. Este es el caso del tema que nos ocupa en este punto que, de alguna manera aparece ya en los Grupos de Discusión del estudio de EDIS (1985).

Pero hecha esta salvedad, queda claro que dicha aceptación de la presencia de las drogas en nuestra sociedad incluye puntos de vista muy diversos al respecto. En el estudio que dirigió Megías (2000) elaboramos tres tipologías distintas: desde los que les parece positivo (17%) hasta los "realistas fatalistas" (22%), pasando por los que se incluyen en el "realismo superador" (16,7%), es decir, aquellos que piensan que es un problema social, que tenemos que arreglar nosotros.

Me interesa partir de estos últimos porque en el análisis de la evolución de las medidas que se deberían adoptar para solucionar el problema, vemos que en los distintos estudios van apareciendo medidas de carácter bastante distinto, e incluso contradictorias, por lo menos desde muchas perspectivas profesionales: por un lado hay un cierto incremento de la aceptación de medidas represivas, mientras que por el otro la hay también de otras de tipo más novedoso o "alternativas". En definitiva, parece que lo que se expresa aquí es el deseo pragmático, por encima de orientaciones ideológicas demasiado marcadas, de buscar las soluciones que haga falta para paliar el problema.

- *Hay una visión cada vez más compleja de los "drogadictos", los "consumidores de drogas" o "los que tienen problemas con las drogas".* Mientras que está claro que las actitudes despectivas hacia estos grupos van en franco descenso, las que implican algún tipo de rechazo han sufrido evoluciones distintas, por lo menos por lo que reflejan los estudios de Elzo (1992) y Megías (2000) comparado con los de Madrid 1990-1997.

En el análisis de la evolución en el País Vasco que hace el primero, parecen aumentar las calificaciones negativas de los "drogadictos" así como ciertas actitudes represivas, al mismo tiempo que su consideración como enfermos y la aceptación de la necesidad de medidas de intervención para ayudarles.

Mientras que estos últimos aspectos coinciden con los otros estudios que ahora consideramos, la evolución de las actitudes de rechazo desciende de forma clara en ellos:

	Madrid 90	Madrid 97	España 98
hostilidad, distanciamiento	62,1	57,4	34,9
comprensión, compadecimiento	37,69	42,6	61,3

Estos datos coincidirían también con el progresivo mayor conocimiento que los entrevistados del último estudio reconocen tener de consumidores de drogas en ámbitos muy próximos como la familia, los amigos, etc. En definitiva, se refleja una percepción ambigua y contradictoria del grupo en cuestión que, de algún modo, está mas cerca de la complejidad con la que las cosas ocurren en la realidad de la vida.

- *Progresivamente se constata una mayor y mejor información sobre drogas.* Ello se deduce de todo lo que venimos analizando hasta aquí. Pero no quiere decir que no persista la importancia primordial de los estereotipos en las respuestas, y no sólo en aquél segmento de la población que por edad, clase, ideología, falta de experiencia con drogas ilegales, etc. tiende más a responder mecánicamente a través de las imágenes más hegemónicas de la cuestión. También otro tipo de población, ante ciertas cuestiones, tiende a la respuesta "prefabricada" a pesar de que pueda existir un cierto conocimiento cercano de las mismas.

Así, por ejemplo, cuando en Megías (2000) preguntamos por la importancia del problema de las drogas, el 79,2% dice que es mucho o bastante a nivel España, mientras que el porcentaje baja al 55,5% cuando nos referimos al nivel de barrio o ciudad: no deja de ser un porcentaje exageradamente alto, pero queda claro que el conocimiento de la realidad matiza, por lo menos, el estereotipo, a pesar de que éste tenga mucha fuerza.

Lo mismo podríamos afirmar respecto a un tema que, con mayor o menor fuerza polémica, siempre ha estado presente en las opiniones acerca de las drogas, como es el de la legalización. En nuestro estudio tantas veces citado (Megías 2000), tanto en las respuestas a la encuesta, como sobre todo en las discusiones de los grupos focales, surge la idea de una mayor aceptación de la legalización del *cannabis* que no de otras drogas ilegales. Si se tratara sólo de un "efecto generacional", podríamos decir que los que en su juventud aceptaban ciertas cosas, con su proceso de adultez aceptan otras... o las

mismas, pero en bloque. En cambio, si a ello le añadimos el "efecto experiencia", podemos constatar como muchos actuales padres que en sus épocas juveniles conocieron de cerca el consumo de derivados del *cannabis* se inclinan ahora mayoritariamente por la legalización del mismo, mientras que los niveles de aceptación de la de las demás drogas actualmente ilegales continúan siendo bastante minoritarios, incluso en este grupo. Es decir, ellos, a partir del conocimiento que les ha dado la experiencia, distinguen entre derivados del *cannabis* y otras drogas.

4. Percepciones y distorsiones: un ejemplo, para terminar.

Me gustaría terminar esta charla con la presentación de un caso de comunicación sobre los efectos de un producto (no vamos a entrar a estas alturas a definir si droga o no) que, medio en serio medio en broma, tiene la gran virtud de hacer comprender sensitivamente lo que hasta ahora hemos estado desarrollando a nivel más teórico. Se trata del caso hipotético en el que en producto en cuestión, la Aspirina, se presentara con los mismos criterios que se utilizan todavía muchas veces desde algunas instituciones para presentar las drogas ilegales o no institucionalizadas; lo cual tiene la virtud, además, de permitirnos una reflexión sobre el estilo comunicativo empleado en una literatura de gran importancia en el campo de la salud, como es la de los folletos de los medicamentos, y las comunicaciones sobre los efectos de los mismos en revistas médicas y semejantes.

"Si la Aspirina estuviera prohibida.. Jordi Cebrian

Las Autoridades del Plan Nacional sobre Drogas han detectado la presencia en nuestras calles de una nueva y peligrosa sustancia .

Se trata de una droga que actúa sobre el sistema nervioso, provocando una sensación ficticia de bienestar y ausencia de dolor, pudiendo su efecto ocultar enfermedades muy graves.

Est demostrado científicamente que:

- Su uso está asociado a un síndrome de encefalopatía aguda (Síndrome de Rye), con degeneración grasa de las vísceras, aumentando en 35 veces el riesgo frente a un no consumidor de esta droga.
- Es posible un shock alérgico aunque solo se consuma una vez.
- Tras su consumo prolongado, si se abandona su uso aumenta el riesgo de infarto, así como el de otras enfermedades coronarias.
- Su consumo provoca un descenso de la temperatura corporal, en ocasiones de varios grados.
- Puede dañar los riñones y el hígado en usuarios sensibles, así como ocasionar o agravar úlceras de estomago que, en ocasiones, pueden perforarse.
- Inyectada, puede transmitir infecciones como la hepatitis y el SIDA.
- El riesgo de accidentes de automóvil aumenta con su uso.

ADEMÁS, su consumo puede producir

• Erupciones cutáneas • Dificultad respiratoria • Somnolencia • Vértigos • Cálculos renales • Calambres estomacales • Ataques de gota

La sobredosis puede ser letal, ocasionando visión borrosa, zumbido de oídos, náuseas, vómitos, somnolencia, sudoración, diarrea y muerte. Por su causa mueren 2.000 personas al año en EE.UU., tantas como por la heroína, siendo de hecho la posibilidad de sobredosis similar entre ambas sustancias.

**La aspirina MATA, la jaqueca NO.
Si te ofrecen aspirinas,
simplemente di NO"**

¿Es que en esta comunicación se dice alguna mentira? O, dicho de otro modo, ¿Es que cuando se habla de forma alarmista de los efectos de una droga no institucionalizada es a base de falsedades? Creo que -más allá de que, en efecto, en algunas campañas basadas más en criterios morales que en criterios educativo sanitarios hay mentiras comprobadas -, en general no podemos afirmar, estrictamente hablando, que haya datos falsos. Los sesgos en una u otra dirección que podemos encontrar en las informaciones sobre drogas y medicamentos (o entre drogas no institucionalizadas y drogas institucionalizadas, para entendernos mejor...) están fundamentados en tonos, matices, énfasis, omisiones, estilos narrativos, contexto del mensaje, etc. En realidad, en el ejemplo puesto, lo único que se ha hecho es proceder como las campañas anti-droga basadas en el modelo de "guerra a la droga", es decir, como si toda la realidad de aquel producto fuera solamente la de sus posibles efectos negativos, y nada más. Mientras que se ha invertido el estilo comunicativo utilizado normalmente en los medicamentos, en los cuales los posibles efectos negativos están en letra pequeña bajo el epígrafe de efectos secundarios, incompatibilidades, contraindicaciones y semejantes.

Todos estos elementos comunicativos, articulados de distintas formas, pueden inducir a percepciones erróneas, no ajustadas a la compleja realidad, sobre los posibles efectos tanto de drogas como de medicamentos, alarmando o tranquilizando excesivamente a la población, según los casos. Casos como la magnificación de los posibles riesgos de los derivados de la *cannabis*, al lado de la trivialización de los del *Prozac* o el *Ritalín*, por ejemplo, creo que son contraproducentes cara a una intervención social efectiva en el campo de las drogas desde criterios educativosanitarios. La realidad puede gustarnos más o menos, pero qué duda cabe que el ajustarnos lo más posible a su gran complejidad nos permitirá actuar sobre ella con mayor garantía... si es de lo que se trata, claro. Si se trata de otra cosa, ya no entro, porque ya lo he analizado en otros textos (v. Romaní, 1999), y sería objeto de otra ponencia.

5. Referencias bibliográficas.

Balandier, G. (1988). *Modernidad y poder*. Madrid, Júcar.

Berjano, E. et al. (1988). "Imagen de las drogas en los medios de comunicación social", Musitu, G. (Comp.) *Procesos psicosociales básicos*, vol. I de las Actas del II Congreso Nacional de Psicología Social, Barcelona, PPU: 189-194.

Costa, P.-O., et al. (1988). "La información sobre "Droga" en la televisión en España", *Comunidad y Drogas*, 10: 31-45.

Costa, P.O./J.M.Perez Tornero (1989). *Droga, televisión y sociedad*. Monografía 8 de "Comunidad y Drogas", Madrid, PNSD.

Escohotado, A. (1989) *Historia de las drogas*. Madrid, Alianza Ed. (3 vols.)

Fresco, M; I. De Rementería y O. Romani (1997). *Drogas y Ciudad*, Santiago de Chile, Red Droga y Ciudad (URB-AL, U.E.)

Froján, M^a.X. (1993). *La imagen de la droga en la prensa española. Un análisis de la información publicada entre 1988 y 1992*. Madrid, U.A.M.

Funes, J. (1991). "Drogas y Comunicación: todos los elementos para una crónica del desamor", *Comunidad y Drogas*, monográfico nº 14: 11-23.

García Nebreda et al. (1987). *La imagen de la droga en la prensa española*. Monografía 2 de "Comunidad y Drogas", Madrid, PNSD.

Gonzalez, N. (1994). "Estudios sobre drogas y medios de comunicación en España", id. *La interpretación y la narración periodísticas. Un estudio y tres casos: croacia, drogas, mujer*, Madrid, EUNSA: 73-95.

Megías, E. et al. (2000) *La percepción social de los problemas de drogas en España*, Madrid, F.A.D.

Otero, M^aT. (1996). "Publicidad ilegal de productos de venta legal: las nuevas relaciones públicas", ponencias del curso *Medios de comunicación y drogas*, Sevilla, Comisionado para la Droga de la Junta de Andalucía.

Paez, D. et al. (1992). "Las representaciones sociales del alcohol", *Revista de Psicología Social Aplicada*, Vol. 2, nº 2-3: 33-54.

Perez Oliva, M. (1986). "Los medios de comunicación social ante las drogodependencias", *Comunidad y Drogas*, 1: 65-73. Madrid, PNSD.

Prieto, J.L. (1987). La imagen de la droga en la prensa española", *Comunidad y Drogas*, 4: 29-45. Madrid, PNSD.

Romaní, O. et Comelles, J.M. (1991) "Les contradictions liées a l'usage des psychotropes dans les sociétés contemporaines: automédications et dépendence", *Psychotropes*, Vol.VI nº 3: 39-57.

Romaní, O. (1999) *Las drogas. Sueños y razones*. Barcelona, Ariel.

Sanchez Martos, J. (1997). "Los medios de comunicación social ante el fenómeno de las drogodependencias", *Revista de Estudios de Juventud*, 40: 69-77, Madrid, INJUVE.

VV.AA. (1991). *Medios de Comunicación, el "problema drogas" y la percepción de soluciones*, *Comunidad y Drogas*, Monografía nº 14, Madrid, PNSD.

VV.AA. (1996). "Drogas: educación y Medios de Difusión", *InterDependencias*, 14-15: 45-50.

Vega, A. (1996). "Los medios de comunicación social y las drogas. Entre la publicidad y el control social.", Arana y Del Olmo (Comps.): 153-170.

Referencias de los estudios empíricos sobre drogas en España

1985. EDIS, El consumo de drogas en España, Cruz Roja Española- Dir.Gral. Acción Social Mº. Trabajo y Seguridad Social

1989. Alvira, F. y D.Comas (1990), El consumo de drogas en el municipio de Madrid, Madrid, Ayuntamiento.

1992. Elzo, J. et al. Euskadi ante las drogas 92. Informe sociológico sobre la evolución y actitudes ante el consumo del tabaco, alcohol y demás drogas en los últimos diez años. Vitoria, Servicio Central Publicaciones Gobierno Vasco.

1992. Calvo, F., La mentalidad social vasca ante el fenómeno de las drogodependencias. Vitoria, Servicio Central Publicaciones Gobierno Vasco.

1994. CIS, Opiniones y comportamientos de los españoles ante el consumo de drogas, tabaco y alcohol.

1997. Navarro, J., El consumo de drogas en el municipio de Madrid, EDIS- Ayuntamiento de Madrid.

Mesa Redonda: Tratamiento de los problemas sociales por los medios de comunicación.

Enrique Bellveser i Icardo

Jefe del Dpto. de Planificación y Desarrollo Audiovisual de Radio-televisión Valenciana

La Ley de Creación de la Entidad Pública Radiotelevisió Valenciana manifiesta, en su preámbulo, estar inspirada en los principios recogidos en la Constitución y en la legislación vigente; al mismo tiempo proclama la voluntad de evitar la exaltación de la violencia y la apología de hechos y conductas atentatorias a la vida, la libertad y la igualdad de hombres y mujeres, potenciando la desaparición de los patrones socioculturales que impiden el desarrollo de dicha igualdad. Desde estas premisas, RTVV atiende cotidianamente los problemas que afectan a la sociedad en que vivimos. Los programas informativos diarios y no diarios tratan de dar cobertura a todas aquellas informaciones de tipo social que se producen. Puntualmente otros programas, como pueden ser los magazines o programas de testimonio, abordan estos temas, siempre teniendo en cuenta el carácter de servicio público que tiene RTVV. Buen ejemplo de este servicio es el programa **Solidaris** que se emite semanalmente en horario de *prime time*.

El programa nació y se mantiene en antena, con la vocación de ofrecer toda la información que generan las organizaciones no gubernamentales, tomando el pulso a la sociedad y reflejando los principales problemas de injusticia social de la actualidad. En él se tratan estos temas con el nivel de profundización que requieren, lejos de la urgencia e inmediatez que caracteriza a los informativos generalistas. **Solidaris** es pionero en este tipo de programas y su dedicación ha sido premiada con distinciones de la Conselleria de Benestar Social de la Generalitat Valenciana, Manos Unidas, Rotary Club Jaume I y Unicef.

Además, dentro de las medidas adoptadas por la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, dependiente del Ministerio del Interior, encaminadas a la prevención frente al consumo de drogas, RTVV firmó hace unos años un convenio con el Ministerio del Interior que fijaba la colaboración del Ente Público y de sus sociedades en las campañas de prevención del Plan Nacional sobre Drogas.

Tres elementos básicos puede ayudar a entender la presencia de las cuestiones sociales en la medios de comunicación. Primero, el creciente interés de los ciudadanos por los problemas que les son más cercanos.

Segundo, el papel primordial que juega el asociacionismo para facilitar el acceso a la información (actividades, denuncias, informes o campañas). Y tercero, el doble juego que en este ámbito practica la administración. En muchos casos evitando airear deficiencias o denuncias, y en otra propagando iniciativas e inversiones en este ámbito.

Los problemas sociales ganan terreno en el mundo de la comunicación. Lo hacen a partir del creciente interés que dentro de la sociedad adquiere temáticas que les suelen ser cercanas al ciudadano. Problemas como las pensiones, la adopción, las residencias de la tercera edad, los afectados por el sida, la objeción de conciencia, la mendicidad, el chabolismo, el absentismo escolar, la contaminación,... son cuestiones que el ciudadano observa en su alrededor y por tanto le interesa.

Ambitos sociales como salud, educación, solidaridad o el medio ambiente tienden a desplazar a cuestiones políticas o económicas. Partiendo de ese interés nacen secciones fijas en la prensa escrita, en muchos casos acompañadas de suplementos especiales una vez a la semana. Por ejemplo, ha pasado a ser muy común que en un periódico se ofrezca especiales de Tercera Edad, Solidaridad, Salud, Universidad, Escuela o Ecología.

A la hora de analizar el interés de los medios de comunicación por los temas sociales hay que hablar de un elemento fundamental. El asociacionismo, la creación de innumerables ONGs, fundaciones y otras entidades de carácter social -gran parte de ellas con su propio gabinete de prensa- ha facilitado mucho el acceso de la información a cuestiones que hace un tiempo nunca hubiesen sido cubiertas por un medio de comunicación. (Basta recordar iniciativas como Manos Unidas que invita cada dos años a un grupo de periodistas para conocer sus proyectos en el mundo).

En la otra cara de la moneda se encuentra la administración. En la mayoría de caso, un verdadero impedimento para poder llegar hasta el fondo en denuncias de carácter social. Sin embargo, concedores de la rentabilidad de las informaciones sociales utilizan a los gabinetes de prensa para divulgar de forma continuada todas las acciones que se realizan a nivel nacional, autonómico o local en este ámbito.

En cualquier caso, un aspecto básico en el tratamiento de los problemas sociales es estar a pie de calle. Que el periodista se impregne de la realidad de los problemas sociales acercándose a ellos y viviéndolos cara a cara. Ilusionarse con el trabajo es imprescindible, al tiempo que es necesario tener una sensibilidad especial que pasa por saber escuchar y afrontar situaciones duras e incómodas. No hay que olvidar que detrás de los problemas sociales se puede esconder situaciones muy delicadas, a veces punzantes.

La drogadicción es un problema social que afecta a todos y por lo tanto no es únicamente un problema del individuo que la padece. Por lo tanto estamos hablando de una enfermedad social alejada del vicio. Habría que establecer también una clara diferenciación entre alcoholismo y tabaquismo.

Tratamiento informativo. En referencia a las fuentes de información sobre el fenómeno de las drogas casi un 50% de la información que los ciudadanos tienen de este problema proviene de los medios de comunicación, a mucha distancia se sitúa la información obtenida de amigos y amigas con un 17%, destacando de manera especial también que aproximadamente un 16% no ha recibido ningún tipo de información. Conclusiones extraídas de un informe de Cáritas.

Entre los objetivos que los medios de comunicación deben tener en cuenta a la hora de informar acerca de los problemas sociales y en concreto de la drogadicción está el ofrecer una información completa de todos los aspectos que giran alrededor de este mundo y formar de manera prioritaria aspectos relativos a la prevención y crear opinión encaminada a la desaparición del problema y enfocarlo de manera objetiva.

Hay que evitar algunos tipos de información que propaguen el uso y abuso de las drogas, por lo tanto es necesario cuidar la información que se facilita al lector. Asimismo la información no logrará un fin positivo si se plantea de forma perversa el problema, por ejemplo asociando las drogodependencias a la crisis de los jóvenes.

Objetivos a lograr. Hay que trabajar en la prevención del problema y educar en la consideración de las drogodependencias. Buscar soluciones, proporcionar información coherente y objetiva y lo más científica y documentada posible. Hay que evitar una información con claros matices moralistas y proporcionar ideas claras de manera que el lector pueda orientar en cada caso su propia actuación personal.



AJUNTAMENT DE VALENCIA
CONCEJALIA DE SANIDAD Y CONSUMO



PROGRAMA MUNICIPAL DE
DROGODEPENDENCIAS



FUNDACIÓN DE AYUDA
CONTRA LA DROGADICCIÓN

Con la colaboración de:



**GENERALITAT
VALENCIANA**



Universidad
Cardenal
Herrera
CEU