

Droga e información: hay que verificar los cuentos (*)

Claude Nobels

RESUMEN

El autor se interroga sobre las motivaciones que subyacen a las actitudes del informador sobre las drogodependencias.

SUMMARY

The author explores the informant's motivations in the field of drug use.

«Cuando se es niño, uno se interesa por las historias. Nos gustan, sobre todo, los relatos de acontecimientos que se encadenan con rapidez: ...llega el lobo, llama a la puerta, la abuela le dice: "¡pase, pase!", y se zampa a la pobre vieja. Las consideraciones sobre las motivaciones del lobo, la situación social de la abuela, la influencia del mal tiempo sobre el hambre del malvado animal, en verdad, no importan demasiado y uno "pasa" bastante de ellas.

Lo que cuenta, cuando se es pequeño, lo que intriga, lo que apasiona es saber si el lobo se tragará o no a la pequeña caperucita..., es decir, de alguna manera a uno mismo. Se sueña con ello, se pide con insistencia que nos lo cuenten una y otra vez... Y después, cuando ya se es adulto, tras las largas jornadas de trabajo, cuando no se tiene demasiado tiempo para leer... cuando sólo se dispone del tiempo justo para dar un respiro entre el trabajo y la cama... uno no se va a poner a leer gruesos tomos con sesudas reflexiones... Entonces, también nos interesamos por los robos y atracos... por los asesinatos» (DU-

NETON, C; PAGLIANO, J.P. 1978)... por la droga... En el fondo de uno mismo, en alguna parte, muy lejos, existiría, incluso, el deseo de «colocarse» un poco.

El filtro de la información es uno de los componentes esenciales de todo proceso de comunicación, ya sea personal o mediado por los mass-media. Toda información es una realidad subjetiva, que no des cansa más que en juicios de valor fundados en las experiencias. Diversas investigaciones nos han mostrado las constantes en el empleo de ingredientes para proporcionar una información «que pueda interesar y gustar a todo el mundo».

Para conseguir este objetivo es necesario:

1) referirse a la *autoconservación*, es decir, recoger informaciones relativas a suicidios, luchas, homicidios, accidentes, higiene, drogas, alimentación, etc.

2) incluir en ellas algo del orden de las relaciones afectivas: amor, hijos, divorcio, dramas de celos, desviaciones sexuales, etc.

3) halagar la vanidad del público.

Correspondencia:

Avenue du Fusain, 47, 1020 BRUSELAS. BELGICA

(*) Texto publicado originariamente en PSYCHOTROPES, 1985; 2: 56-8.

Traducido del original francés por A. ROIG-TRAYER.

Se publica con la autorización del autor.

Para seleccionar y tratar esta información, es además muy útil:

- simplificar
- favorecer la identificación
- practicar el sensacionalismo (estudios de WHITE, DE VOLDER y OOSTGAARD).

La historia de caperucita roja ha conocido ya diversas modificaciones. En nuestra época, una de las formas habitualmente utilizadas tienen por contexto las drogas ilegales. Sin entrar en los detalles del propio relato, una versión (aunque hay otras) consiste en asimilar la familia a la familia —no debe sorprender que con el tiempo nada haya cambiado a este nivel—, la pequeña caperucita al joven toxicómano o en situación de llegar a serlo, el lobo al traficante (el camello) y el leñador salvador al especialista, médico, psiquiatra o similar, aureolado de un poder mágico, de una fuerza y de un saber incuestionado.

Las cosas se complican a veces cuando uno se da cuenta de que caperucita tiene deseos de jugar con el lobo o que prefiere merendarse el queso y la jarrita de miel, en lugar de llevárselo a la abuela. Algunas veces caperucita se convierte en lobo, el lobo se convierte en cordero, el leñador en lobo o incluso, en ocasiones, le corta la cabeza a la abuela, por error, intentando abrirle el vientre. Toda esta confusión desconcierta considerablemente y, de una forma u otra, se filtra, se simplifica y se adapta según las circunstancias para salvaguardar una moral maniquea, «...una historia».

Ya sea a través de los media, de boca a boca, o en el marco de reuniones diversas, muchas informaciones circulan sobre la droga. Pero sea cual sea el tipo de información, dos temas esenciales están subyacentes: la muerte y el placer. Y un informador puede cometer graves errores si no tiene esta realidad en la cabeza. Algunos, sin embargo, consiguen evitar toda referencia a esta temática refugiándose detrás de argumentaciones pseudo-todo-lo-que-se-quiera. Así, añadiendo a la ignorancia del informador la del público, estos dos temas adquieren diversas connotaciones. Y el re-

sultado es una «hermosa historia», bien anudada, en la que la trama descansa sobre EL BIEN y EL MAL y no sobre el placer y la muerte.

En estas condiciones se comprende el importante rol de los seleccionadores de noticias, los informadores, los conferenciantes, los especialistas de la droga. Su discurso será portador de roles y determinará las decisiones de los gobernantes y de los gobernados dentro de un espíritu de «burocracia» informativa.

Estos déficits de información, más o menos importantes, dibujan una caricatura grosera del fenómeno. Los informadores, por su elección de ciertas noticias, ciertos hombres, ciertos hechos y ciertas opiniones, orientan hacia una determinada visión del mundo, de la familia, de la sociedad, de lo humano y de lo que afecta a lo más profundo; el sentido o sinsentido de la vida, el goce y lo que de ahí más directamente se deduce: la dependencia, la creación, la facultad de elegir y —término ambiguo deliberadamente citado aquí— la libertad.

El desarrollo de las ciencias humanas ha contribuido notablemente a un mayor dominio del campo cultural por la élite intelectual. Al mismo tiempo, la vulgarización de una determinada psicología y sociología ha favorecido la emergencia de numerosos aprendices de brujos y charlatanes. Podemos acordarnos de lo que ocurrió tiempo atrás con la «ola» de información concerniente a la educación sexual. El mismo tema «delicado», la misma referencia a la muerte y al placer, la misma influencia cultural, provoca que asistamos a las mismas supercherías con el tema «droga y toxicomanía». Maravillosa repetición de un pasado que nos ha proporcionado abundantes amarguras.

Las mismas actitudes, también en el joven público: nadando en las mayores contradicciones, la reacción es experimentar las cosas, para distinguir por ellos mismos lo verdadero de lo falso. Y, ¿quién se atrevería a llevarles la contraria?

Tanto para la droga como para el sexo, el análisis de la información que circula de boca a boca revela criterios omnipresentes:

- 1) lo más importante no se dice jamás
- 2) el contenido está poco relativizado
- 3) tanto el contenido como la forma están teñidos de angustia y de miedo

Constatación sorprendente: todo lo que afecta al goce y a la alteración de la conciencia desencadena en nuestras civilizaciones pasiones tempestuosas que entorpecen el espíritu crítico y restan el necesario rigor a los razonamientos.

Nadie duda de la importancia de los medios de comunicación de masas para intervenir en la formación, el mantenimiento y el refuerzo de las actitudes sociales e individuales. ¿Qué observamos, si no, en la mayoría de informaciones que tienen por tema a la droga? Una imagen parcial o negligentemente errónea de presentar el problema con toda su complejidad, una exposición que igual sirve para una cosa como para otra. La orientación del discurso expresa, en cualquier caso y muy claramente, el malestar frecuentemente sentido frente a ciertas personas que rechazan la vida tal y como es aceptada por el consenso social, prefiriendo drogarse. Este malestar refuerza ciertas actitudes parciales o negativas hacia la droga —no importa hacia cuál— y sus usuarios —no importa cuáles—. La asociación de ideas más frecuente desde hace bastantes años es: droga-juventud-criminalidad-peligro.

¿Podría el informador cambiar de discurso? ¿Se atrevería a hacerlo? Si su público recibiera una exposición más compleja, *«donde las ideas se expresan con muchos matices, donde las palabras pueden resultar algo difíciles de comprender, donde es necesario hacer algún esfuerzo para continuar, para imaginar los matices de ciertas ideas, sentimientos, argumentos, se abandonaría. Este relato para él no va bastante aprisa. Resulta cargante»*. (DUNETON, C.; PAGLIANO, J.P. 1978).

Entonces el informador, presionado por mil y una pequeñas cosas, comenzando por su autocensura, cuenta historias, acontecimientos en cadena que hacen temblar, que hacen soñar, pero que no demandan ninguna reflexión particular. Habla del malvado «camello» mal afeitado que des-

vía a los pequeños angelitos (nuestros hijos) del recto camino virtuoso. Habla del yonqui con «el pavo o el mono», del loco, del asesino... Habla de padres hundidos. Habla del producto, esa cosa innoble... Eventualmente hace una llamada a algún rescatado del infierno de la droga que relatará sus horribles tormentos. Felizmente, él ya ha salido... ¿Salido de qué?, deberíamos preguntarnos.

Todo esto resulta alegre, vivo, cautivante... atrayente. Es como una captura, un encarcelamiento. Se nos priva de libertad porque la moral de esta historia es: *«el peligro está en la calle. Permanezcan en sus casas»*, porque se mantiene el miedo latente de las gentes, en lugar de enseñarles a vivir con él para ir más lejos.

Ya es hora de preguntarse sobre las actitudes del informador, de formular la pregunta: ¿Cuál es su deseo? ¿Dónde se sitúa en relación a esta problemática? ¿Qué interés encuentra en mantener el error? Si el informador mantiene y entretiene el miedo del otro, su discurso cobra entonces todo su sentido. Es su propio poder el que está cultivando a expensas de la ignorancia de su público. Y para seducir a un público ansioso, ¿qué más simple que aportar *soluciones*?

Nada ha cambiado bajo nuestros cielos estrellados: cantidad de gurús, adivinos, brujos, religiosos o manipuladores de almas de todo tipo utilizan esta estratagema desde la noche de los tiempos. Aunque, bien entendido, todo informador siempre debe seducir un poco. Esto forma parte del éxito de su trabajo. Pero ello no le impide colocarse en una posición tal que le permita ayudar a su público a terminar con los errores que circulan sobre «la droga y los drogadictos».

Denunciar estos errores no supone, ni mucho menos, detentar la verdad. Es ahí, precisamente, cuando todo se esclarece. No existe UNA verdad, sobre todo en la información. Y sin embargo, es posible crear un clima favorable al cuestionamiento de la opinión pública, de la información y del propio informador. Entonces, este último no transmite ya una moral incontestable.

La seducción no se convierte en una reducción. En su actitud crítica y autocrítica el informador hace circular en su lenguaje algo que es fundamental: LA DUDA. Tarea difícil: la presión del público para que se reconozca el poder del informador es tan fuerte que no es fácil renunciar a este poder. No es fácil saber renunciar a satisfacer, a gustar completamente y enseguida.

Consideraciones vanas, dirán algunos: «la tarea del informador es, ante todo, relatar objetivamente los hechos y además, es necesario vender». Es así como, con desconcertante habilidad, los informadores se desresponsabilizan completamente de lo que dicen o lo que escriben escondiéndose tras la objetividad de los hechos. La cortesía es la sagacidad de estos seductores sociales. De hecho en hecho, de historia en historia, van arrastrando permanentemente su miedo a decepcionar.

Esta eterna proyección en el otro, en la lejanía, en el «espacio exterior» le evita el informador el encuentro consigo mismo. Y esconderse tras la objetividad, es mentir, mentirse, en primer lugar, a sí mismo.

Por el contrario, siendo consciente de su subjetividad, el informador renuncia a su **empresa**, permite a quienes componen su público responsabilizarse, **dominando, en**

primer lugar lo que se les dice. Ellos son considerados como sujetos pensantes, amantes y capaces de tomar decisiones. Estimar de esta manera el auditorio resulta bien distinto que transmitirle un saber que se pretende necesario y suficiente.

Si el informador renuncia al vedetismo, a las estratagemas de la baja seducción, se encuentra confrontado a su propia competencia. Tiene un rol aceptable, una posición clara y un deseo propio que podemos respetar porque él respeta también a todos aquellos a quienes se dirige y a quienes habla.

Pero, ¿cuál es el deseo del informador? Y, ¿a quién le rinde cuentas?

BIBLIOGRAFIA

- DUNETON, C.; PAGLIANO, J.P. (1978). *Anti-manuel de français*. París, Ed. Seuil.
- DUVERT, T. (1977). *El buen sexo ilustrado*. Barcelona, Ed. Ucronia.
- OLENDER, M.; SOJCHER, J. (Eds.) (1979). *La séduction*. París, Ed. Aubier-Montaigne.
- VERDIGLIONE, A. (1977). *Droga y lenguaje*. Barcelona, Ed. Anagrama.