

Balada

(De Margot la Gorda)
FRANCOIS VILLON

*Si amo y siervo a mi señora de buen corazón,
me tendréis por vil o tonto?
Ella tiene en sí virtudes para un gusto sutil.
Por su amor ciño escudo y daga;
cuando vienen gentes, corro y tomo una jarra
y me voy discretamente, sin hacer ruido;
le sirvo agua, queso, pan y fruta.
Si pagan bien les digo bene stat,
volved por aquí cuando estéis en celo,
a este burdel donde trabajamos.*

*Pero hay gran enfado
cuando Margot va a acostarse sin dinero;
no la puedo ver, mi corazón la odia a muerte.
Tomo su vestido, su cinturón y su camisa,
le juro que lo tendrá en pago.
A los lados se me agarra: "¡Es el anticristo!",
grita y jura por la muerte de Jesucristo
que no será así. Empuño entonces un trozo de lo que sea
en este burdel donde trabajamos.*

*Después se hace la paz y me suelta un gran pedo,
más gordo que un escarabajo venenoso.
Riendo me pone la mano sobre la cabeza,
"¡go, go", me dice y me golpea el muslo.
Borrachos los dos dormidos como un zueco.
Al despertar, cuando le suena el vientre,
se monta sobre mi, para que no estropee su fruto.
Gimo bajo ella, que me deja más liso que una tabla;
con tantos excesos me agota
en este burdel donde trabajamos.*

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DROGA- DICCION TALLER DE CULTURA Y DROGA

Por: ANCÍZAR NARVÁEZ MONTOYA
Comunicador Social
Universidad de Manizales

Ante todo, quiero agradecerles por haberme invitado a esta conversación, porque me parece, primero un reconocimiento, y segundo, que es muy interesante compartir en esta clase de espacios y sobre todo cuando hay gente de diversas disciplinas que tienen un interés común.

Me han comprometido con un tema sobre el cual yo no tengo un discurso elaborado: el problema de los medios de comunicación y la drogadicción; sin embargo, yo con mucho gusto accedí porque también es una posibilidad de uno hacerse una reflexión sobre un problema que no había considerado. Así que yo les ruego me perdonen si resultan provisionales mis conceptos sobre esto.

Primero quisiera poner de presente que los medios de comunicación actuales, especialmente la televisión, han producido un fenómeno, digamos, nuevo en las relaciones entre los jóvenes y adultos y ese fenómeno nuevo consiste en que estos medios pusieron al alcance

de los niños y de los jóvenes cosas que antes se les ocultaban: me refiero al sexo, la violencia y el problema, también cabe mencionarlo aquí, de la droga.¹

Entonces como antes estos asuntos existían un poco a espaldas de los niños y de los jóvenes, ahora los niños se familiarizan con ellos independientemente de la autoridad y de la influencia de los padres y de los adultos en general. Por lo tanto se ha llegado a un fenómeno que es nuevo desde el punto de vista cultural y este es el de la pérdida de una autoridad basada en la valoración del conocimiento que los adultos tenían de dichos fenómenos y que los jóvenes no tenían.

Eso es una primera aproximación. Otra aproximación que podemos hacer es la siguiente: Nunca como ahora se le han exigido tanto a dos instituciones: la Escuela y a los Medios de Comunicación. En este país se les exige a la Escuela y a los Medios que resuelvan los problemas de la sociedad, es decir, que prevengan las enfermedades, que curen la violencia y hasta que curen la pobreza, como si los medios de comunicación y la escuela fueran los generadores de sociedad y no un reflejo, hasta cierto punto, de esa misma sociedad. Eso ha distorsionado el papel que tradicionalmente se le atribuía a los medios de comunicación, un papel que los teóricos, llamados clásicos, han definido como de difusión.² Pero últimamente el papel fundamental de los medios de comunicación es el de la recreación, del entretenimiento.

¹ MARTIN-BARBERO, Jesús. Medios y modernidad en Colombia. Ponencia presentada en el seminario internacional

"Qué sabemos de los jóvenes?". Santafé de Bogotá. Septiembre 4, 5 y 6 de 1.996.

² STATERA, Gianni. Las investigaciones sobre los efectos de los mass. De Gustavo Gili S.A. Barcelona, 1995.p.p. 51 y ss.

Es por eso que, de hecho, estas instituciones entran en contradicción con las cosas que les están pidiendo, que desde mi punto de vista no están en capacidad de cumplir, justamente a la prevención de problemas como la drogadicción y la violencia y la delincuencia y otras situaciones que afectan a las sociedades contemporáneas.

Yo voy a tratar de plantear la relación en términos, primero exclusivamente comunicacionales y luego sí desde una reflexión más general.

Los medios de comunicación ejercen en la sociedad unas mediaciones, es decir, no son en sí mismos un instrumento, sino una mediación, son un espacio a través del cual los grupos sociales se relacionan entre sí; comparten o niegan o rechazan símbolos, rechazan valores, rechazan actitudes o promueven actitudes, valores. Por supuesto que esto depende del acceso que cada grupo social tenga a dichos medios de comunicación. Son varias las mediaciones: una es la mediación cognitiva, es decir, por la cual se accede a cierto conocimiento, a partir de los medios de comunicación: esa mediación cognitiva la cumplen los medios a través de lo que los teóricos de la comunicación llaman la construcción de relatos, los relatos tienen medios.

Qué es un relato? Se supone que es una narración figurativa de la sociedad, es decir, los medios crean, construyen una historia, digámoslo así, una metáfora de lo que es la sociedad, como ellos la ven entonces, a través de eso, los medios crean nuestros mitos sobre la sociedad.

Esa es una función cognitiva, porque a través de ello mucha gente, en este país y en las sociedades modernas, tiene una idea de la sociedad en que vive.

Una segunda mediación, es una mediación estructural, es decir, cómo los medios crean esa metáfora, entonces ahí viene lo que se llama en términos de comunicación, los ritos: los ritos de la programación, los ritos del género, los ritos del horario de la programación, los ritos del lenguaje de cada uno de los medios.³

Aquí estamos hablando de un lenguaje, mientras que en la mediación cognitiva estamos hablando de un contenido. En eso me parece que hay una contradicción en el papel que se les ha asignado a los medios, en esto que tiende a ser mito de la drogadicción; mito no en el sentido de que sea mentira, sino mito en el sentido de construcción de relato de la sociedad, de construcción metafórica de la sociedad.

Por qué hay una contradicción? Básicamente por lo siguiente: Se trata de un problema de lenguajes: la tradición mediática, es una tradición basada en un lenguaje mediático, valga la redundancia, cuyas características son esencialmente un lenguaje de lo correcto, un lenguaje figurativo, un lenguaje del relato: es decir, de una manera de contar, de decir con nombres propios, con tiempo, con espacio definido, es una forma de contar que podríamos, si se permite la comparación, asimilar con la historia que cuentan los abuelos, que es

³ MARTIN SERRANO, Manuel. La mediación de los medios de comunicación. En DE MORAGAS M. Op. Cit. P.p 141 y ss

imperativa, que en términos comunicativos se le dice conativa, es decir, usted tiene que hacer esto, debe hacer esto. Y entonces interviene el otro elemento, es un lenguaje que no es descriptivo, ni es un lenguaje diagonal, sino que es un lenguaje prescriptivo. Mientras que todo el lenguaje televisivo es un lenguaje que nos invita a relacionarnos de una manera más o menos de intercambio, porque nosotros vemos lo que queremos, hacemos la interpretación de los programas, escogemos los géneros, escogemos los horarios, mientras tanto, repito, el lenguaje contra la drogadicción es un lenguaje supremamente autoritario, es el lenguaje tradicional de la persuasión y eso entra en contradicción con el medio y con la sensibilidad del espectador. Desde este punto de vista, se está desperdiciando la posibilidad de hacer de la televisión un espacio de discusión, así se puede llamar, sobre el problema de la drogadicción; y hablando de discusión no en el sentido académico como nosotros lo hacemos, sino de discusión en el sentido de dialogar, de poner en relación diversos puntos de vista y vivencias sobre la droga, lo que la gente piensa y cómo se familiariza con el problema de la drogadicción, porque no están utilizando el lenguaje de la televisión.

Estamos llevando el lenguaje, o más bien el logos tradicional, la lógica y el lenguaje que son más o menos dos términos que traducen lo mismo (logos en la etimología griega) a la televisión, que es un medio basado principalmente en lo sensorial, en la memoria sustrato y en el imaginario de la gente.

una historia en forma de relatos: en cambio, la discusión sobre el problema de la drogadicción está basada en la tradición letrada y discursiva, es decir, la discusión se hace desde el discurso de la historia, de la sociología, de la economía, que son lenguajes racionales. Son lenguajes abstractos, que provienen de una tradición escrita, una tradición lógica, esto es, lo que llamamos el pensamiento lógico. Entonces, mientras el problema se discute en un lenguaje intelectual, la cultura común de la gente se está construyendo en otro lenguaje, que es un lenguaje mediático, basado en la tradición oral-icónica. Para poner un ejemplo, nosotros discutimos aquí en términos muy elaborados el problema, pero la cultura de la gente común y corriente se está formando en otro lenguaje como es de la televisión, de la radio, del cine, el video y la música contemporánea y de la sensibilidad, y bueno, de otras cosas que vamos a hablar ahora, es decir, hay una evidente separación entre lo que es la preocupación por el problema de los especialistas y la preocupación y la vivencia de la gente común y corriente, que se construye a través de los medios.

Esto nos trae al centro del problema que yo resumiría en los siguientes términos: el intento de prevenir de la drogadicción por los medios fracasa, porque la forma en que se transmiten los mensajes contra la droga por televisión, básicamente no respeta el lenguaje de la televisión. Me explico, si el lenguaje de la televisión es un lenguaje, vamos a ponernos de acuerdo en éste término, de relato, en cambio los mensajes que transmite la televisión sobre la droga son mensajes muy racionales, discursivos. Además, son muy directos, tienen una forma

Qué es lo que ha fallado en esas campañas? Primero, que mientras el lenguaje televisivo es un lenguaje que toca la sensibilidad de los jóvenes, es un lenguaje basado en eso, en la sensorium, los mensajes contra la droga son mensajes demasiado lógicos, racionales. La televisión tiene un lenguaje que está perfectamente de acuerdo con la cultura, o con las nuevas culturas juveniles, que tienen una reivindicación del hedonismo, es decir, del placer, de la sensualidad, que están basados en la ética del tener. Nosotros, los más adultos, tenemos la ética del deber, del deber ser y los medios están prescribiendo en todo momento qué es y que se debe hacer. Además, para los jóvenes la temporalidad del futuro, entonces, con esa misma lógica les vendemos el mensaje a los jóvenes, sin ofrecerles una alternativa para el presente.

Y es que hay un aspecto que yo no sé si se ha explorado lo suficiente y es el problema de que la gente de hoy en día y especialmente los jóvenes, tiene básicamente proyectos personales - no el proyecto de la familia, ni el proyecto de la comunidad, ni mucho menos el proyecto político utópico que muchos tuvimos, sino que es el proyecto de su vida, para ellos - es un proyecto personal con todos estos elementos del presente, del cuerpo, de la sensibilidad, de la renovación permanente y el cambio permanente: yo creo que esos elementos que son muy patentes sobre todo en la televisión no se han utilizado como lenguaje televisivo para plantear el problema de la drogadicción. En una palabra, no hay propuesta individual, ni para el presente.

Ahora bien, hay varias maneras de ver los medios de comunicación y eso hace más de 50 años que se está trabajando teóricamente. Por ejemplo, la visión desde el funcionalismo es que los medios tienen unas funciones y deben producir unos efectos en la sociedad. La función de los medios sería la de persuadir a la gente para que actúe de determinada manera.⁴ Últimamente se han hecho muchas investigaciones en América Latina en las cuales se niega el papel de los medios como simples emisarios del poder, pero sigue la pregunta acerca de por qué sí pueden jugar a favor del poder en términos *hegemónicos*, es decir, creando *consenso* y la respuesta es que crean consenso porque usan el lenguaje apropiado para la cultura de los receptores, el lenguaje del relato, el lenguaje sensorial, el lenguaje de la música, el lenguaje figurativo. No se hacen disertaciones intelectuales, lógicas, racionales, sino que se hacen relatos en los cuales los receptores se ven identificados y se ven representados y de esa manera ellos construyen la hegemonía; y los medios de comunicación son ante todo una cultura y una cultura juega con saberes, con conocimientos, pero también con valores y sobre todo con lo imaginario, con los sueños, con el inconsciente colectivo e individual y en esa parte es donde yo creo que no ha sido utilizado el lenguaje de los medios, como ustedes dicen, para que los jóvenes se vean interpretados cuando se tematiza el problema de la droga. La propaganda oficial dice: "hechos contra la droga, tantas y tantas hectáreas de cultivos destruidos, tantos y tantos kilos decomisados": eso es para un informe, eso es para la

⁴ STATERA, Gianni. Op. Cit.

ONU, pero eso no es un lenguaje televisivo y en ese sentido me parece que éste está fuera de toda la posibilidad de influir en una reflexión sobre el problema de la droga.

Bueno esto es que tiene que ver específicamente con las posibilidades de los medios de comunicación en esa materia, en materia de prevención de la drogadicción; estoy hablando exclusivamente en términos comunicacionales.

Ahora vamos a hacer otras consideraciones que hacen que los medios de comunicación no vayan a ser muy efectivos en un problema como éste. Por qué razón? Yo veo dos cosas, una es que el problema de la droga es el problema de la sociedad contemporánea. A partir de los años cincuenta, que es la época de consumo, de la sociedad de consumo, la época del surgimiento de los jóvenes como consumidores y como generadores de una cultura propiamente juvenil, los jóvenes comienzan a tener una identidad propia como grupo social, con reivindicaciones juveniles y eso es posible porque entran a ser parte del consumo. Entonces la sociedad norteamericana, por ejemplo, es una sociedad que desde el cincuenta, es decir, después de la guerra, en la época de mayor prosperidad, ha tenido tremendos problemas de drogadicción; entonces uno se pregunta por qué es crónico en una sociedad como aquella y puede avanzar en la especulación de que en estas sociedades la droga juega un papel no solamente evasivo sino un papel de control de grupos sociales potencialmente conflictivos; porque es una sociedad conflictiva, es una sociedad que

construye su prosperidad sobre muchas miserias, entonces, no es una sociedad naturalmente sana, es una sociedad enferma y en eso la droga como el alcohol, como muchas cosas, juega un papel.

Yo quiero compartir con ustedes la preocupación por un problema que es el que siempre surge y es el problema de la ética. Hay una antropóloga que se llama Margareth Mead, quien habla de ese problema, de cómo en las culturas *prefigurativas*⁵ los adultos no tenemos nada que enseñarles a los jóvenes sobre las realidades que ellos están viviendo; sin embargo, nosotros nos abrogamos ese derecho. Sobre este caso específico de la drogadicción para mí el problema, bastante serio, es saber hasta qué punto nosotros estamos autorizados para decirles a los jóvenes qué es lo que hay que hacer y qué es lo que no hay que hacer, es una situación que están viviendo ellos y que nosotros no hemos vivido - no en la magnitud ni en la dimensión en que ellos la están viviendo. Porque ese problema va asociado a una nueva cultura juvenil, a un nuevo sensorium juvenil y ese nuevo sensorium juvenil no tiene nada que ver con el que nosotros tenemos; nosotros no lo entendemos, simplemente no lo entendemos, ahí cabe preguntar: quién es el que tiene la razón, quién es el que tiene la autoridad para decir "así es que se debe proceder, así es como se debe rehabilitar"?. Estas preguntas tienen que ver con el papel que les asignamos a los medios de

⁵ Para la autora existen tres clases de cultura: "Postfigurativa, en la cual los niños aprenden primariamente de sus mayores; Cofigurativa, en la cual ambos niños y adultos aprenden de sus padres, y Prefigurativa, en la cual los adultos también aprenden de sus niños". MEAD, Margareth, Culture and commitment. A study of the generation gap. Leader De. Greenwich, Conn., 1972. p.20.

comunicación para tratar de superar esa propaganda machacona contra la droga.

Volviendo al caso de las culturas distintas, en las que los jóvenes tienen que aprender de sus padres y no de los adultos y, a su vez, los adultos aprender de los jóvenes, el principal problema es que ellos no tienen los mismos intereses de nosotros los adultos; sin embargo, el mundo de los adultos, la cultura de los adultos, está ahí y también es una posibilidad, es un aprendizaje que hemos hecho, es una experiencia buena o mala que nosotros tenemos, que tampoco sería sano para la sociedad desperdiciar. En este sentido, lo que nos ha faltado es el cómo legitimar la experiencia propia de los jóvenes, es decir, no considerar que la única experiencia válida, sabia y madura y, por consiguiente correcta, es la nuestra, sino que hay otro aprendizaje y es el que ellos están haciendo y que nosotros no estamos en condiciones de hacer, que también debe ser validado.

Y es que todos los espacios de legitimación están hechos desde el marco de los adultos y las formaciones simbólicas de los jóvenes no tienen legitimidad, lo cual las convierte en un caso de estigmatización. Pero tampoco se trata de que intentemos ser como ellos, es decir, de que los profesores y los padres queramos hablar como los muchachos, vestir como ellos, asistir a sus "parches"; nosotros no tenemos que hacer nada en una miniteca y al contrario yo creo que es contraproducente, porque ellos definitivamente saben que eso no es absolutamente sincero porque sencillamente nosotros no lo disfrutamos, así como los

muchachos van obligados a las fiestas familiares y no las disfrutan. Yo creo que en eso hace falta sincerarnos y entender que los jóvenes necesitan tener espacios propios.

Últimamente se ha mitificado mucho el concepto de juventud haciendo creer que si los jóvenes tienen derechos es porque los demás no los tienen y se ha formado en un pecado, en una culpa, envejecer. Ahora todo el mundo quiere volverse joven y yo pienso que lo que hay que reivindicar es el derecho también a ser adulto, a tener una cultura adulta, así como el derecho que tienen los niños a ser niños y los ancianos a ser ancianos. A mi me parece que más que un problema generacional es un problema multicultural, porque nosotros ya tenemos unos gustos, unas prácticas, unas maneras de disfrutar y tenemos derecho a seguirlas, sin tener que aceptar que lo que está de moda y les gusta a los jóvenes también nos tiene que gustar para poder decir que entendemos a los jóvenes.

Tan absurda como esa mirada sesgada de los adultos culpables, es la asociación que se hace entre jóvenes, consumo de droga y rock, por ejemplo, pues los adultos consumimos alcohol y oímos rancheras y nos matamos y eso no se considera patológico. Porque según los violentólogos, más del 80% de las muertes violentas no las produce la guerrilla ni el narcotráfico, sino la violencia cotidiana, las riñas, la violencia familiar, los accidentes de tránsito. Si la sociedad fuera lo suficientemente honesta lo primero que tendríamos que estar discutiendo aquí sería el problema del alcoholismo, o por lo menos el derecho de cada grupo social y generacional a tener sus propios vicios.

