



LOS *LOBBIES* Y EL DEBATE SOBRE LAS DROGAS: UNA IMAGEN EN CUESTIÓN

LOBBIES AND THE DEBATE ABOUT DRUGS: AN IMAGE IN QUESTION

AUTORES

David Caldevilla Domínguez
Universidad Complutense de Madrid (España)
davidcaldevilla@ccinf.ucm.es

Cristina González Oñate
Universitat Jaume I de Castellón (España)
onate@com.uji.es

RESUMEN

La Opinión Pública debate, desde hace años, sobre la posible despenalización, e incluso legalización, de algunos tipos de drogas o la totalidad de las mismas. Es un tema polémico que divide a los votantes y que algunos partidos políticos presentan como seña de identidad. En este punto, surgen las campañas de imagen gestionadas por lobbies o grupos de presión que realizan trabajos de fidelización y cohesión del grupo pro/anti despenalización o de captación de seguidores (proselitismo). Los Medios de Comunicación son la herramienta y altavoz de unas opiniones, y en ocasiones, silenciador de otras. Esta investigación describe las posiciones de los medios en un 'mapa de situación' que resulta de su durante una década, de 1999 a 2009 aunque centrándose en las tendencias de los últimos años.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



PALABRAS CLAVE

Despenalización – Legalización – Drogas – Lobbies - Medios de Comunicación para Masas - Sociedad.

ABSTRACT

Public Opinion debates for years about the possible decriminalization, and even legalization, of certain types of drugs or all of them. It is a contentious issue that divides the voters and that some political parties use as trademark. At this point, emerging image campaigns are ran by lobbies that perform group works in order to convince not only in favour but also against drugs decriminalization, and also, they pretend to recruit followers (proselytizing). Media are 'the tool and the speaker', and sometimes other positions silencers. This paper describes the media's position in a 'location map'. We have been following media during a decade, from 1999 to 2009, although focusing on publications of the last years, to conclude as it follows.

KEY WORDS

Decriminalization – Legalization – Drugs – Lobbies - Mass Media - Society.

ÍNDICE

0. Puntualización previa a la Introducción
1. Introducción
2. El "cabildeo" o *lobby* y su forma de actuación en la disputa sobre la despenalización del consumo de cierto tipo de drogas
3. Posicionamiento de los medios impresos ante la despenalización/legalización de las drogas
 - 3.1 El País
 - 3.2 EL Mundo



- 3.3 ABC
- 3.4 La Razón
- 3.5 Revistas Médicas y de consumo
- 3.6 Resultado de la Prospectiva en el medio prensa
- 4. La Radio y la despenalización de las drogas
- 5. Las cadenas de televisión y la despenalización de las drogas.
 - 5.1 TVE y La 2
 - 5.2 Antena 3
 - 5.3 TElecinco
 - 5.4 Canal +
 - 5.5 TElemadrid
 - 5.6 Resultado de la investigación en le madio actual televisivo
- 6. Conclusión
- 7. Bibliografía

0. Puntualización previa a la introducción

Antes de comenzar debemos hacer un inciso sobre lo que significa legalizar y despenalizar ya que estos dos extremos se hallan en el origen de la cuestión de las drogas. Recordemos que en España no es ilegal consumir drogas de cualquier tipo, lo ilegal es su tráfico. En Gran Bretaña, por ejemplo, es ilegal tanto el consumo como el tráfico de ahí que unas fotos con imágenes de consumo -como el famoso caso de Kate Moss- incriminen al fotografiado y en España no.

El concepto de legalización incluye el matiz de considerar correcto tanto jurídica como socialmente algo, con sus limitaciones marcadas por el ordenamiento jurídico positivo. Así, decir que se ha legalizado algo significa 'se ha dado estado legal a

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



algo'. En parte es sinónimo a despenalizar ya que despenalizar significa 'dejar de tipificar como delito o falta una conducta anteriormente castigada por la legislación penal'. Es decir, el matiz se deriva de que se puede despenalizar algo, como por ejemplo el consumo y tráfico de drogas, pero no se considera como legal. El hecho de legalizar incluye no sólo conductas sino sustancias (se puede legalizar la marihuana o la cocaína) en cambio despenalizar sólo afecta a conductas. En el caso que nos ocupa, todas las campañas de imagen existentes nunca se han planteado legalizar las drogas sino despenalizar su tráfico y, por ende, su consumo aunque en el caso español esto ya era una realidad.

En la misma línea es imprescindible distinguir entre drogas blandas y duras. Veamos:

- *Droga dura* es aquella que causa una adicción y/o una dependencia física y psíquica. A este grupo pertenecerían la cocaína, los opioides (morfina, heroína, etc.), el alcohol, o las anfetaminas, que son comúnmente descritas como drogas duras.
- *Droga blanda* causa una sola adicción y/o dependencia, la cual puede ser a nivel psíquico o físico indistintamente. Suelen ser derivados del cannabis (marihuana, hachís, etc.), a la cafeína, etc. Por lo general el término se aplica a sustancias cuyo consumo no conlleva patrones de comportamiento social desadaptativos.

En su origen esta distinción pretendió servir para distinguir las drogas altamente adictivas que comportan serios daños a la salud (duras), de las poco adictivas, que no presentan un riesgo grave para quien las consumen (blandas).

La distinción entre drogas duras y blandas es importante en la legislación de los Países Bajos, entre otros estados, donde ciertas *drogas blandas* gozan de la tolerancia oficial, aunque casi siempre están sujetas a restricciones en cuanto a su



REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)

comercio, producción y consumo. De hecho, en el momento de redacción del presente trabajo, fines del 2009, ha comenzado un debate social para convocar un referéndum para poder volver a penalizar/ilegalizar el consumo de manera total, postura que podría vencer en esa aún hipotética consulta, ya que las encuestas estudiadas indican tendencia a la interdicción.

El presente artículo derivado de una investigación inter-universitaria desde 1999 hasta 2009 aunque centrado especialmente en los últimos 24 meses (Caldevilla, 2005), supone una sinopsis de los diversos *lobbies*, sus portavoces y medios de transmisión empleados para concienciar a la sociedad de la 'bondad' de sus propuestas en lo referente a la situación legal de las drogas o la 'maldad' de las propuestas ajenas.

1. Introducción

Vivimos en una sociedad donde el tema de las drogas protagoniza uno de los debates más polémicos y persistentes para la Opinión Pública, y por ende, para la Opinión Publicada. Ya se trate de las sustancias que generan adicción, aunque legales (alcohol y tabaco especialmente), como si hablamos de las ilegales o psicotrópicas. En el Resumen Ejecutivo del Informe Mundial sobre las drogas 2009 de la UNODC (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito) dice que...

"se han alzado algunas voces, limitadas pero en aumento entre los políticos, los medios de difusión y hasta la Opinión Pública, que afirman: "la fiscalización de drogas no está dando resultados". El volumen de estas voces sigue aumentando y el mensaje se está extendiendo".

Recordemos que en 2007 los periódicos se hacían eco de noticias como esta: "El 8% de la mortalidad en España está producida por el tabaco y el alcohol, y sólo el 0,4 %

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html>



está relacionada con el consumo de drogas ilegales" (La Vanguardia, 17-XI-2007). Algunas de las que actualmente están tipificadas como drogas ilegales, podrían regularse dentro del ámbito jurídico positivo, e incluso, según algunos expertos, este extremo proporcionaría ciertos beneficios a la sociedad, ya que consideran que actualmente muchas de las llamadas "drogas blandas" tienen aplicaciones paliativas en algunos tipos de enfermedades.

Por otro lado, también, hay voces públicas que abogan por un control legal de todas ellas sin que se prohíban taxativamente, ya que algunas de éstas pueden prestar realmente un servicio positivo a la humanidad, según su opinión, y otras, generar delincuencia. Otro grupo, quizás el actualmente mayoritario, en cambio, quiere su prohibición, ya que opinan que el mal que causan todas no supera lo beneficioso de su posible aportación.

Evidentemente, aquí entran en juego intereses sociales, ideológicos y económicos de quienes ostentan cargos en partidos políticos, instituciones, empresas y desean o pretenden modificar la Opinión Pública según convenga en cada momento; intentando que sus opiniones influyan inconscientemente, cuando en realidad son el resultado de una continua y planificada campaña de imagen por parte de estas dos visiones sociales sobre las drogas, cuyo objetivo es 'fidelizar' proselitísticamente al mayor número de personas dispuestas –de un modo u otro– a mantener sus criterios públicamente. Son los llamados "*lobbies*" o grupos de presión. Hablamos aquí de personas e incluso empresas considerados como líderes de opinión (los famosos *think tanks* o tanques de pensamiento, ligados a partidos políticos y fundaciones), que se mueven por los entresijos de la sociedad, a través de los medios de comunicación social para masas, a fin de inculcar su doctrinario desde dentro del propio sistema al que quieren informar y guiar. Es la forma más segura y directa de seleccionar la vía más rápida y efectiva de expansión.



De lo que no cabe la menor duda es de la existencia de grupos de presión o *lobbies* en relación a este candente y cíclico tema sobre la despenalización parcial, o no, del consumo de drogas, que periódicamente salta a las primeras planas de la atención pública con cadencias casi matemáticas, más allá de la pura casualidad.

2. El “cabildeo” o *lobby* y su forma de actuación en la disputa sobre la despenalización del consumo de cierto tipo de drogas

En español se llama ‘cabildeo’ a la práctica del *lobby*, lo que vendría a ser el *lobbying*. Para dar una definición exacta recurriremos a la Real Academia Española, quien define *lobby* en su última edición del diccionario de la lengua española (DRAE, 22ª edición, 2001) como “*grupo de personas influyentes, organizado para presionar en favor de determinados intereses*”. Y definen cabildear como “*la gestión con actividad y maña para ganar voluntades en un cuerpo colegiado o corporación*”.

El prestigioso publicista Óscar Rossignoli, resume el cabildeo como

“[un proceso] a través del cual se busca alcanzar cambios específicos en políticas institucionales. En el que es posible involucrar a varias organizaciones e individuos. Que generalmente es abierto y público. En el cual los grupos de ciudadanos hacen valer su derecho para tratar de cambiar la sociedad. En el que se recrea la democracia de manera integral. En el que se capacita a los ciudadanos para la influencia política. Educativo en el que se rescatan, tanto los saberes profesional y práctico de los ciudadanos. Que fomenta el trabajo de red entre grupos o instancias civiles, sociales y políticos.” (Rossignoli, 2008: 67)

Acudimos también al experto en Relaciones Públicas, Carlos Bonilla Gutiérrez, quien asevera que el *lobbying*



“se basa en una metodología consistente en tres etapas: recopilación y sistematización de la información, establecimiento de alianzas y diseño e implantación de campañas de comunicación.” (Bonilla Gutiérrez, 2003: 77).

Coincidimos plenamente con la primera visión aportada: los *lobbies* realizan el análisis previo y continuo de los medios de comunicación: prensa, Internet, radio y televisión... pues, al fin y al cabo, suponen el campo de batalla donde medir fuerzas en oposición.

En el presente artículo, fruto de la investigación de 10 años sobre el tema de la despenalización o no de las drogas, analizaremos los medios de comunicación para masas y en especial lo referido a los últimos 24 meses dada su importancia derivada de su cercanía temporal. Así, conoceremos los grupos de presión y sus intereses (Caldevilla, 2005).

El estudio se ha realizado sobre los tres pilares comunicativos básicos: Prensa escrita (impresa o digital), Radio y Medios Audiovisuales. Se ha descartado inicialmente Internet, dada la excesiva extensión que un estudio de este medio comportaría, posponiéndolo para una segunda parte de esta investigación.

Comencemos por el principio: La Prensa

3. Posicionamiento de los medios impresos ante la despenalización/legalización de las drogas

La elección de información ofrecida por los Medios de Comunicación para Masas, tanto en el ámbito informativo como en el publicitario, proyectan una sensación de libre elección de pensamiento por parte de los ciudadanos, algo que no siempre se produce ya que nunca se ofertan todos los puntos de vista ni la totalidad de datos necesarios para ser conocidos sobre las drogas en un mismo periódico. Se abruma

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):

Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. N° 23.

Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.

[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



con una profusión de elementos, en sintonía con el sesgo ideológico defendido mediante la línea editorial y se silencian o minimizan otros, por ser contrarios.

En nuestra investigación analizamos la línea editorial de los periódicos de mayor tirada, que forman parte de nuestro abanico cotidiano en el kiosco y analizamos su proclividad o aversión a una posible despenalización de todas o algunas de las drogas existentes. La evaluación de sus posturas o posicionamientos con respecto a este tema es fruto de un seguimiento exhaustivo de todos los periódicos punteros en España y que aquí citamos. Para no convertir el artículo en una profusa y abundante enumeración que, aunque interesante, impediría continuar con una línea de contenidos desarrollada con un fin, sólo pondremos un ejemplo de cada uno de los periódicos que ratifica la línea editorial que descubrimos posee, pudiéndose comprobar en sus ediciones impresas o digitales fácilmente la veracidad de nuestras conclusiones.

El fruto de esta investigación se deriva de que la premisa inicial en todo estudio sobre comunicación persuasiva se basa en el control ejercido sobre los medios por parte de los poderes económicos y políticos. Convenimos con Sánchez Medero en que existe un control:

"... que no se limita únicamente a las informaciones aparecidas en los medios, y que hace que dichas informaciones (...) puedan controlarse mediante la centralización de las fuentes de información en unidades institucionales, también [este control] se refiere a los discursos oficiales. Dentro de las técnicas de comunicación de las instituciones políticas, el ocultamiento de información es un modo frecuente de censura que se emplea para dar cobertura a un hecho o crear una determinada imagen de la realidad". (Sánchez Medero, 2008: 146).

Queda clara la postura de los acentos y silencios en el juego de dominio de los grupos de presión ante los medios de comunicación para masas. El refrendo de la



orientación de una tendencia vendrá dado por los elementos de opinión que se acentúen.

Como apunte añadir que, donde se suele comprobar con mayor asiduidad, aunque no exclusivamente, la línea editorial, es en los artículos de fondo propiamente dichos. Las informaciones diarias pueden estar influidas por estos enfoques, sin duda, pero resulta más sutil y por ende de mayor dificultad en su descubrimiento.

3.1 El País

Acudiendo a su libro de estilo encontramos que se compromete a "*guardar el orden democrático y legal establecido por la constitución*", además "*acoge a todas las tendencias excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines*".

Es por ello por lo que deducimos que la imparcialidad que dicen manifestar es aplicable a cualquier tipo de noticia: "*El País rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses*" (Libro de estilo de El País, Edición del 2009).

La línea editorial del diario El País es clara. Se manifiesta a favor de la legalización sólo de las drogas llamadas 'blandas'. También son partidarios de su aplicación para usos terapéuticos que suele constituirse como su argumento más fuerte para defender su postulado.

La legalización evitaría el contrabando de drogas que origina que los capos del negocio amasen cantidades de dinero suficientes como para sobornar a instituciones que prohíben ese tráfico ilegal. Supondría la regulación de la venta tanto en lo referente a la fijación de precios y al control de calidad, como al control sobre los

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



consumidores, con especial atención a los toxicómanos habituales. En el terreno de la delincuencia es posible que se redujera la cantidad de atracos y de actos delictivos motivados por la necesidad de comprar droga a alto precio.

Su línea editorial no se muestra especialmente a favor de la liberación plena de drogas duras o sintéticas, y no entiende dicha liberación sin control. Una regulación que evitaría peligros al ser eliminados por la legalización. Su carácter liberal y progresista hace ver que la despenalización controlada podría ser positiva pues la sociedad se vería en este caso favorecida, ya que esto supondría ofrecer información sobre el uso de la droga y su control. Mantener las drogas al margen de la ley supone no tener una visión real de la sociedad.

En agosto de 2009 se podía leer: *"Las drogas: una nueva derrota"*. De Ignacio García-Valdecasas del 04-08-09.

"El consumo de estupefacientes es una catástrofe sanitaria, pero podemos estar haciendo un ejercicio de hipocresía: cada vez son más quienes afirman que el problema lo generamos nosotros. ¿Qué ha ocurrido exactamente para que en 60 años se haya pasado de una situación de tolerancia, con unos pocos drogadictos conocidos y compadecidos, a una situación de represión con un problema masivo de drogodependencia? ¿Es posible que el detonante del proceso fuera precisamente el comienzo de la cruzada represiva? [...] La represión produce graves daños y no soluciona nuestro problema de drogodependencia. Es obvio que la estrategia seguida los últimos 50 años ha fracasado. Es urgente cambiar de rumbo, cambiar la derrota. Por supuesto que las drogas son una maldición. Se trata de encontrar la manera más eficaz de luchar contra ellas y sólo desde la legalización se podrá atacar la raíz del problema: las causas del consumo masivo. Mientras tanto seguiremos falseando la realidad".



3.2. El Mundo

Siempre se ha considerado al accionariado mayoritario de *El Mundo*, de origen italiano cercano a la familia Agnelli, como un sosias de los intereses norteamericanos en Europa, junto a diarios como *Le Figaro* (Francia) cuyo accionista mayoritario es la familia Dassalut y *El Corriere de la Sera* (Italia), en cuyas bambalinas también se hallan los Agnelli (más conocidos por su empresa estrella, la FIAT).

En lo relativo a la situación legal de las drogas en España, el diario *El Mundo* es parco a la hora de manifestar abiertamente su postura. No obstante, por la reiteración de tópicos en lo publicado dedicado a este tema, *El Mundo* se muestra reacio al tráfico libre, no muy comprensivo con los consumidores crónicos de drogas duras, como la heroína o la cocaína a las que se achaca la perpetración de delitos habituales, e indiferente al consumo de drogas blandas, como la marihuana o el hachís.

Estos dos diarios representan las dos posturas políticas de los dos partidos más relevantes del panorama político español: el PSOE (*El País* y grupo PRISA por ende además de La Sexta) y el Partido Popular (*El Mundo* junto con Antena 3, Onda Cero, COPE, La Razón, ABC), respectivamente. Ante estas dos vertientes, *El Mundo* trata de escoger "la calle del centro", intentando mostrar, aunque sin lograrlo, cierta imparcialidad ante un panorama bastante bipolar.

Se puede comprobar en: "*La salud es lo primero*". De Daniel Sirera del 11-02-07.

"Además, los que plantean que en España las drogas deberían ser legales tendrían que ser conscientes de que su legalización no puede ser una decisión unilateral de un país, y mucho menos de una comunidad autónoma, por mucho que lo diga el tripartito. Para empezar a plantearse en serio una decisión de este tipo debería haber un acuerdo internacional que hoy no existe. Ni la Organización

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



Mundial de la Salud ni la Comunidad Internacional creen que las drogas deban ser legalizadas. Tampoco resulta válida, desde mi punto de vista, la distinción entre las llamadas drogas duras y blandas. Las drogas son drogas, y distinguirlas, dulcificando los efectos de algunas, no hace más que incentivar su consumo. El discurso de las drogas blandas las hace más atractivas y, por tanto, los jóvenes no las perciben de manera perjudicial y acaban convirtiéndose en la puerta de entrada a otro tipo de drogas, igualmente perjudiciales."

3.3 ABC

El *ABC* es un diario de postulados monárquicos, de gran tradición, que se fundó en 1904, y destaca por ser uno de los periódicos más influyentes en la Opinión Pública española, con un importante cambio de accionariado hace unos años que reubicó su anterior línea editorial ultraconservadora frente a algunos temas. El caso de este periódico es semejante al de la emisora COPE, ya que ambos tienen muchos puntos en común con los postulados de la Iglesia Católica. El *ABC* materializa esa relación mediante la elección de sus colaboradores y creadores de sus columnas de opinión.

ABC aborda los temas desde una línea editorial bastante conservadora, lo cual podría hacernos sospechar que su opinión acerca de las drogas ha de ser también conservadora, defendiendo un 'no' rotundo a ellas, pero no es del todo cierto. Desde hace algunos años, y contra lo que inicialmente consideramos como hipótesis en nuestra investigación, su opinión acerca de este asunto es más próxima a los liberales de lo que cabría esperar.

Ejemplo rescatado del blog oficial del Director Adjunto del *ABC*: "¿Legalizar las drogas?" de Eduardo San Martín, del 14-03-09.



“En cuanto a la vía que propone como alternativa, The Economist recuerda que legalizar no es fomentar. Hay ya drogas perfectamente legales –alcohol, tabaco- que están sometidas a una fuerte regulación, a una fiscalidad muy onerosa y a restricciones en el consumo. La recaudación por esos nuevos impuestos pueden utilizarse en prevención y educación, y en perseguir a quien infrinja las nuevas normas. En suma, se trata de convertir un problema criminal en un asunto de salud pública. “Un siglo de fracaso manifiesto es una buena razón para intentarlo”, concluye el semanario. Hace veinte años ya me pareció una solución defendible. El ejemplo histórico más a mano es el fin de la Prohibición del alcohol en Estados Unidos: sigue habiendo alcohólicos, pero van al hospital, no a la cárcel, y los mafiosos han tenido que dedicarse a otros negocios (a la droga, por ejemplo) Hoy, veinte años después, pienso que no hay otra alternativa...”.

3.4 La Razón

Este diario muestra una línea editorial muy parecida a la del periódico *ABC*, del que se puede considerar supone una escisión. Las páginas de *La Razón*, defienden una visión del mundo ultraconservadora, muy cercana a la Iglesia Católica y a la COPE, por lo tanto. El tema de las drogas es mencionado de manera cíclica en sus páginas y su posición es muy restrictiva frente a este asunto, por lo que la posible despenalización, total o parcial, se halla fuera de sus postulados.

De hecho, se aprecia una marcada tendencia negativa hacia la droga, a sus consumidores y por supuesto a su legalización y/o despenalización. Su visión de las cosas se podría definir perfectamente a partir del siguiente artículo.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



Ejemplo: *“España se consolida como el país que más cocaína consume en el mundo”*
de P. Serrano, el 05-11-08.

“España «tiene el dudoso mérito» de ser el país con mayor tasa de cocainómanos, lo que atribuyó a que se trata de una droga «que se relaciona con el éxito social». Además de la cifra global, otros datos corroboran el alto porcentaje de consumidores de la droga. Por ejemplo, el de los ingresos por problemas de drogas: uno de cada dos está motivado por la cocaína, según explicó Soria. Sobre el fracaso de las políticas contra el consumo de cocaína, el ministro de Sanidad señaló que «los planes de actuación no tienen una visibilidad inmediata». Por su parte, Pérez Rubalcaba atribuyó a «una leyenda urbana» el alto consumo de cocaína. «Dicen que con esta droga no pasa nada. Si la toman los artistas y la gente importante... Pero la realidad es que es una droga demoledora para el cerebro, y la gran mayoría de los artistas no la toman»”.

3.5 Revistas Médicas y de Consumo

En general este tipo de publicaciones nos ofrece una imagen de las drogas muy aséptica. No suelen entrar en aspectos legales.

Es decir, son revistas muy especializadas, dirigidas a un público experto en farmacopea (son difundidas casi exclusivamente entre los profesionales de la medicina y ciencias afines), y suelen carecer de cualquier actitud valorativa más allá de la que lleva a extraer conclusiones científicas sobre efectos sufridos por el organismo debido al consumo de las distintas sustancias químicas.

Sea como fuere, al margen de los organismos que las editan, al ser realizados sus artículos por médicos e investigadores, el contenido puede ser considerado técnico, y, en general, se arroja una imagen negativa de las drogas. Es cierto que en algunos



REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)

artículos hemos hallado, desde un punto de vista meramente científico, que puede hablarse positivamente de algún aspecto de las drogas (por ejemplo de sus efectos terapéuticos). Incluso hallose algún artículo acerca de la prevalencia de infección por el SIDA (Síndrome de Inmuno-Deficiencia Adquirida) entre los drogodependientes, en el que se abogaba por seguir una política más activa en cuanto a la prevención y al tratamiento en este colectivo.

Así podemos leer: *"El debate sobre la legalización de la droga ¿Prohibida porque es peligrosa o peligrosa porque está prohibida?"* de Juan Domínguez del 12-02-07.
Revista: *Medicina y vida*.

"Se resucita el debate sobre la legalización de la droga. Los menguados frutos de la represión llevan a pensar si lo peor del problema de las drogas no será que están prohibidas, pues esto causa un comercio ilícito muy lucrativo con su cortejo de delincuencia en la calle. También se aduce el respeto a la libertad del individuo: el Estado no es quien para dictar a la gente lo que debe o no consumir. Si se examina con detenimiento la cuestión, se concluye que esa propuesta se enfrenta con dificultades insuperables en la práctica, y que la legalización sería un experimento demasiado peligroso. Finalmente, aun reconociendo que la prevención es más fundamental, se puede deducir que también la represión contribuye a contener la plaga."

3.6 Resultado de la prospectiva en el medio prensa

Como hemos podido comprobar, los periódicos están muy vinculados a los poderes económico-político-ideológicos por lo que es difícil encontrar informaciones que no se encuentren matizadas y al servicio de una ideología. De esta forma, cualquier información es tamizada por la línea editorial, siendo completamente imposible que



el ciudadano pueda tener una opinión objetiva para tomar partido, por lo que la sociedad se halla dividida claramente en posiciones dicotómicas.

4. La Radio y la despenalización de las drogas

Analizaremos ahora el resultado obtenido en lo relativo a las cadenas de radio de mayor audiencia en España. En el presente estudio hemos citado ejemplos que pueden ser hallados en las páginas web correspondientes a cada una de las emisoras.

4.1 SER

La cadena radiofónica SER (Sociedad Española de Radiodifusión) tiene como objetivo principal los programas de información. Sabe impregnar a toda su programación de una línea editorial clara, de un estilo propio que traspasa las barreras radiofónicas para lograr expandirse por todas las ramificaciones mediáticas del grupo PRISA (Promotora de Informaciones, s.a.), al que pertenece. PRISA supone un conglomerado de empresas informativas entre las que destacan: En prensa: El País, As, Cinco Días, Cinemanía, Claves...; En radio: SER, M80, Máxima FM, Cadena Dial, Radio Olé...; En televisión: La Cuatro, Canal + y sus canales temáticos. Además de poseer varios medios en los tres ámbitos principales de la comunicación en Europa y América.

Los Informativos de la Cadena SER, según su propia fuente, no tienen una línea de opinión preestablecida sobre el tema de la legalización/despenalización de las drogas. Según su ideario, su función sólo consiste en informar sobre hechos acontecidos en referencia a las drogas y sus ramificaciones, informando sobre las opiniones de los diferentes partidos políticos, personas de relevancia y grupos sociales. En la realidad, hemos constatado que se recogen más las opiniones

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



favorables a la despenalización/legalización de las drogas, como sucede con El País, que las negativas.

Esta emisión es arquetípica: *"El Consejero de la Generalitat (Joan Saura) defiende la legalización de "todas las drogas" para combatir el narcotráfico"*, del 06-02-07:

"En declaraciones a TV3, el titular de Interior de Cataluña ha sido preguntado este martes si es partidario de legalizar el consumo de marihuana, a lo que ha respondido: "Se deben legalizar todas las drogas. Lo he defendido siempre".

El líder de Iniciativa ha aclarado que "legalizar no quiere decir estar a favor de que la gente consuma drogas, sino que comporta un conjunto de medidas para tratar de acabar con el narcotráfico y las enfermedades, por lo que estoy a favor de un proceso de legalización de las drogas".

El político catalán ha precisado que la mejor manera de que no se tomen las drogas no es prohibirlas parcialmente, y ha recordado por ejemplo que en España hay un alto índice de personas que fallecen debido a un mal consumo de alcohol. "El alcohol mal tomado es una droga mortífera", ha dicho a modo de ejemplo."

4.2 COPE

La cadena radiofónica COPE (Cadena de Ondas Populares Españolas) siempre defiende en los tratamientos de temas de actualidad, tanto en general como en el de las drogas, una ideología de carácter conservador.

Su línea editorial es contraria a las drogas, tanto en su consumo como en lo relativo a su legalización.

Llegamos a esta conclusión, en primer lugar, porque ésta es la emisora de la Conferencia Episcopal y ésta, públicamente, se compadece de los drogadictos incluso

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



con programas de ayuda, pero ataca ferozmente el mundo de las drogas. En segundo lugar por el escaso tratamiento que de este tema hacen. Comparando con otras emisoras de radio y a su vez, con los otros medios (prensa y televisión) podemos observar que la inclusión de noticias relacionadas con el tráfico de drogas es recurrente en el resto de los medios, mientras que en la emisora COPE, es muy escasa. La aparición de noticias de esta temática, al margen de la incautación de alijos, es poco frecuente, aunque la línea editorial es nítidamente contraria a cualquier cambio legislativo de corte permisivo.

Hemos elegido como muestra, dada su fácil accesibilidad, el siguiente inserto en el blog de la COPE: "*¿Debemos legalizar las drogas?*" de Antonio Martínez, el 03-07-08.

"Cuando planteo el tema ante mis alumnos -es profesor de la universidad San Pablo CEU-, les explico que, en este cuestión, parecemos abocados a un callejón sin salida. Por un lado, la situación actual (prohibicionismo y penalización del tráfico de drogas), no resulta satisfactoria, ya que, de todos modos, el consumo existe y el narcotráfico representa, además de un negocio formidable, un problema de primer orden en todo el mundo, a lo cual hay que añadir la delincuencia asociada al consumo de estupefacientes. Ahora bien: por otro lado, legalizar las drogas tampoco resolvería el problema, sino que sólo alteraría los términos en los que se plantea."

4.3 Onda Cero

Onda Cero es actualmente, tras varios cambios en su accionariado, una emisora de radio perteneciente al grupo de Antena 3 Televisión (Telefónica, BSCH y Bertelsman), que se configura a imagen de los grandes grupos de comunicación, como sería el caso del resto de las cadenas de radio como la COPE (Conferencia Episcopal) o la cadena SER (Grupo PRISA), etc.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



Al estar ligada Onda Cero a Antena 3, la línea editorial de ambas es paralela, pues se trata de la propia de una cadena privada para la que el mercado es una prioridad.

Afirman que siguen una línea imparcial tanto en el tema de la legalización de drogas como en cualquier otro. No obstante, su ideario es conservador-laico, cercano al ala más liberal del Partido Popular frente a la más religiosa que hallaría eco en la COPE, el *ABC* o *La Razón*.

Como muestra de esta tendencia apuntamos las palabras de alguien muy ligado a la emisora, como lo es el ex presidente del Gobierno José María Aznar en entrevista en dicha radio que es citada en un informativo de esa misma semana.

“Los estudiantes entran en el debate del hachís”. Lidia Garrido/Elvira de Miguel 19-10-94.

“Las declaraciones de Aznar, hace escasos días a Onda Cero, en las que afirmaba: «prefiero abrir un debate para ver cómo terminamos con la droga y no para ver cómo la legalizamos», no dejan lugar a dudas acerca de la posición de su partido respecto a este asunto.”

4.4 RNE

Radio Nacional de España se encuentra en la misma situación que Televisión Española, ya que ambos pertenecen al grupo público-estatal Radio y Televisión Española, por lo que en ambos casos su línea editorial concuerda directamente con la del Gobierno de turno de la nación en cada legislatura.

En el caso actual, el PSOE (tendente a la permisividad con las drogas blandas), con ejemplos como éste: *“Y mañana hablaremos de... La guerra contra las drogas, diez años perdidos”* en *Todo empieza hoy*, programa matinal de Radio 3, el 16-03-09.



“La ONU ha reconocido que la guerra contra las drogas ha fracasado. En la última década la prohibición del consumo, la represión de la producción y la criminalización, lejos de reducir el narcotráfico lo han fortalecido. Los grandes carteles de la droga han aumentado sus riquezas por lo que distintas organizaciones exigen una alternativa al enfoque prohibicionista. Consideran que las políticas antidroga deberían poner más atención en los drogodependientes y ver el problema como una enfermedad social. Plantean por ejemplo el reparto de jeringuillas esterilizadas. También la legalización de determinadas drogas. El presidente de Bolivia, Evo Morales, ha pedido que se retire la hoja de coca de la lista de estupefacientes prohibidos. Diez millones de personas la mastican en los países andinos. Nosotros nos planteamos ¿Hay un debate vedado en torno a la forma de atajar el problema de las drogas? Si efectivamente no nos atrevemos a hablar de ello claramente ¿deberíamos abrirlo para encontrar un punto intermedio entre la legalización y la criminalización?”.

4.5 Resultado de la investigación en el medio radio

Dentro de nuestra investigación hemos hallado que en la radio (como en la prensa) la imparcialidad es una meta difícil de conseguir, ya que los titulares de los Medios de Comunicación para Masas (MCM) son altavoces de las diversas ideologías, intereses políticos y bastión de ideologías. Cada medio explota sus herramientas para captar acólitos (proselitismo), y pocas veces, la información en sí contempla todas las lecturas del problema.

En este sentido, cabe destacar lo apuntado con respecto a los Medios de Comunicación para Masas (MCM) en el artículo La Sociedad de la Información y el

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html>

derecho de los menores: Contenidos e Indefensión en relación con Europa. (Martínez Eder, 2008) y que citamos a continuación:

“La televisión y la contracultura que transmiten, no siempre reflejan la sociedad a la que sirven, sino que la influyen.”

Y añade:

“El responsable de lo emitido es siempre el emisor. Tiene todo el poder para programar, emitir, publicitar, crear hábitos.”

Como conclusión del estudio realizado, la COPE sería la más silenciosa al respecto y la más negativa dentro del mapa de medios, mientras la SER sería la más favorable y más divulgadora del tema.

5. Las cadenas de televisión y la despenalización de las drogas.

Nuestra investigación también contempla las cadenas de televisión como medio para masas y principal bruñidor actualmente de Opinión Pública. Medio completo el audiovisual, ya que cuenta con imagen y sonido, algo que puede resultar más convincente a la hora de dirigir la información hacia un lado u otro y convencer de manera más plena a un número muy amplio de personas. Como ejemplos propondremos algunos programas de televisión donde se ha tratado el tema que nos ocupa e informaciones que las cadenas de televisión han emitido y de entre las que hemos seleccionado las que pueden ser halladas en sus páginas web.

En cuanto a la línea editorial, cabe destacar que se caracteriza por seguir el mensaje institucional de absoluta contrariedad a las drogas (incluyendo los muy frecuentes anuncios de las diversas campañas del Ministerio de Sanidad y Consumo, el de Interior y de la FAD -Fundación de Ayuda contra la Drogadicción-), a pesar de que desde el Departamento de Informativos se nos aseguró que *“no existe una línea editorial específica para este tema”*.



5.1 TVE y La2

A tenor de lo investigado, se puede afirmar que desde los informativos de la televisión pública se ofrece una imagen esencialmente negativa de la droga y su entorno, enfatizando siempre (generalmente mediante imágenes tétricas y morbosas) los aspectos de marginación, inestabilidad y desestructuración familiar a los que conduce su consumo. De este modo, se presenta la droga como fuente de fraude y delito, de fracaso escolar y desarreglos conductuales en los jóvenes. Se enfatiza en las campañas de protección y prevención, sobre todo dirigidas al colectivo infantil y juvenil por parte de los organismos públicos.

Su línea editorial se muestra radicalmente contraria a la despenalización de drogas duras o sintéticas e incide en los programas de recuperación de exdrogadictos, dedicando programa especiales como el recientemente emitido, el 10 de octubre de 2009. Por el contrario, en relación a las drogas blandas ha emitido programas de debate en los que se hace especial hincapié en el control de dicha posible despenalización y los peligros que podrían ser eliminados por su legalización, pero siempre el tono final es reacio a cambiar el *statu quo* actual.

El tema de las drogas es más recurrente que en otras cadenas en especial en reportajes y programas de debate como el siguiente: "*Legalización de las drogas*". Programa 59" segundos. En él se invita a políticos y periodistas de diferentes ideologías a opinar sobre temas diversos, en concreto el 18 de febrero de 2007 y el 3 de marzo de 2009 se trató el tema que nos ocupa. No hubo ninguna postura hegemónica, pero la mayoría de los invitados sí estaban a favor de la legalización/despenalización parcial o total, ya que las encuestas mostradas afirman que la mayoría de los votantes del PSOE se identifican con esta postura despenalizadora frente a una mayoría de los conservadores del PP que no lo ven con buenos ojos.



5.2 Antena 3

La línea editorial de Antena 3 Televisión sigue la postura propia de una cadena privada; una línea con gran capacidad de adaptación al negocio, al mercado, y en definitiva a las modas televisivas.

Al margen de estas cualidades de cadena privada, la línea editorial de Antena 3 respecto al tema de las drogas es bastante conservadora, tal y como se comentó en el caso de ONDA CERO. Pese a no tomar postura nítidamente sobre el tema, en general están en contra de la legalización/despenalización porque apoyan subrepticamente la penalización incluso del consumo. Sin embargo, no han emitido ningún espacio especial en el que se traten los problemas que causa el consumo de drogas o donde se debata su regularización. No se emiten ni documentales, ni reportajes, ni debates sobre estos temas.

En cuanto a los informativos, estos difunden noticias sobre consumo y tráfico de drogas siempre que tengan una especial relevancia, sin pormenorizar visiones contrapuestas sobre el asunto de fondo, permaneciendo en la mera enumeración de acontecimientos referentes a los cárteles de Suramérica o a la labor de los Cuerpos de Seguridad del Estado.

Como ejemplo más clarificador diremos que no hemos hallado ningún programa que trate el tema de la despenalización/legalización y, de hecho, este silencio oficial se constata con que en la página web oficial de Antena 3 noticias, no hay ninguna relacionada con la posible legalización/despenalización de las drogas.

5.3 Telecinco

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



Telecinco es un medio que contribuye a difundir las campañas contra la droga que promueven tanto el Ministerio del Interior (plan Nacional Anti-Drogas) como la FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción), e incluso las patrocina. Hay que tener en cuenta, que Telecinco es colaborador de estas campañas publicitarias que emite y en sus 'Doce meses, doce causas' creada en enero de 2004, suele incluir siempre la titulada 'Por una juventud sin drogas' (febrero de 2004, marzo de 2007 y enero de 2008). Sin embargo, hemos podido comprobar que Telecinco permite en sus programas que se difundan algunas ideas despenalizadoras acerca sólo de las drogas blandas, mediante métodos indirectos y sutiles.

Finalmente, se puede apreciar que Telecinco es una cadena bastante liberal y progresista, no sólo en el tema de las drogas, sino en muchos más pese a su accionariado de carácter conservador. Casi nunca se decanta por una opinión u otra sobre cualquier asunto, no deja entrever una marcada línea editorial, en general, pese a la evidente tendencia de sus accionistas italianos -grupo de Silvio Berlusconi-. Telecinco cubrió ampliamente la siguiente noticia que en otros medios pasó casi desapercibida:

"Latinoamérica va hacia la despenalización del consumo de drogas, dicen expertos", emitida el 08-08-09 (www.telecinco.es/informativos/sociedad/noticia/1019330/). En ella no hay ninguna afirmación sobre que la legalización de las drogas es positiva, pero sí hablan de lo beneficioso que ha sido hacerlo en Latinoamérica.

5.4 Canal +

La posición de Canal + con respecto del resto de cadenas generalistas de nuestro país le da la oportunidad de alejarse de la abundancia de la llamada telebasura (Caldevilla, 2004) que viene acompañando paso a paso a nuestra televisión.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. N° 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html>



El pertenecer a una plataforma digital le confiere la oportunidad de no tener que depender siempre de los índices de audiencia, ni de la publicidad (al menos en gran medida). Canal + vive por y para sus abonados. Pertenece al grupo PRISA, quien toma a este canal como el buque insignia audiovisual del grupo. La programación es esencialmente deportiva y cinematográfica, con subcanales muy especializados por contenidos (no incluidos en nuestra investigación) y el servicio de pago por visión, lo cual permite ofrecer al público lo que quiere, con una calidad muy aceptable.

La línea editorial de los informativos de Canal + (ya que no posee programas de debate más allá de alguna entrevista o mesa de tertulianos, ni otros en los que encaje este tipo de cuestiones de interés social de actualidad aunque sí alguna entrevista dentro de éstos y algún monográfico documental como el que estudiamos líneas más abajo) es muy clara ante la temática que abordamos; se muestra neutral. Informa sobre noticias relacionadas con alijos o tráfico de estupefacientes pero cuando hay que abordar el asunto de la posible legalización de las drogas, omite su opinión propia, reflejando casi todas las existentes; es decir, es la cadena que más variedad en posturas ofrece.

El caso más arquetípico de lo dicho es el documental: "*Droga, tratar con el demonio*"¹ que se emitió el 13-12-1996. Se trataba de una serie de 3 episodios en la que se analizaba la situación de las drogas y el debate radical que existía en 1996 sobre la legalización de las drogas al hilo de la situación en Holanda.

5.5 TeleMadrid

La televisión pública de Madrid tiene la misión de servir como vehículo de información, formación de opinión y la difusión de la cultura española y fundamentalmente de la Comunidad Autónoma de Madrid, todo ello con el respeto a la libertad, la justicia, la igualdad, y el pluralismo político, según su ideario fundacional.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html>



Los principios de valoración informativa, en orden de preferencia son: Relevancia, notoriedad, interés mayoritario, conflicto, polémica, novedad, acción, impacto y espectacularidad. El tema de las drogas participa de casi todos estos elementos, aunque no goza de una amplia difusión ni debate.

En los telenoticias se utilizan los informes como explicación de un hecho de actualidad, recurriendo para ello a datos extraídos de fuentes oficiales o de documentación de la propia cadena.

Por ser un ente público, su línea editorial se ajusta a la del partido en el Gobierno de la Comunidad de Madrid. Actualmente la cadena defiende el ideario del Partido Popular frente a las drogas y su situación legal, es decir, aboga por mantener la situación de ilegalidad recalcando los males que conlleva el consumo y los que generaría la posible despenalización, aunque se trate de drogas tipificadas como blandas.

Ejemplo de esto es el tratamiento irónico de algunas situaciones y la presentación de la cara más negativa del asunto como fue el caso de esta emisión: "*La fiesta de 'San Canuto' regresa a la Autónoma de Madrid como despedida previa a los exámenes*", emitida el 18 de enero de 2009.

"Decenas de jóvenes celebraron en el campus de Cantoblanco de la Universidad Autónoma de Madrid la popular fiesta de 'san canuto' pese a que la lluvia y el frío nos han acompañado en esta ocasión. La fiesta transcurrió con normalidad aunque, según reconocen los asistentes, siempre se da algún caso de lipotimia o mareo porque los jóvenes pasan muchas horas bebiendo y fumando.



REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)

La Universidad Autónoma, donde están matriculados más de 30.000 alumnos, además de no autorizar el acto, ha reforzado las medidas de seguridad, tanto en el número de vigilantes de seguridad, que se han duplicado como en el despliegue fuerte dispositivo policial coordinado con la Delegación del Gobierno y el Ayuntamiento de Madrid.

Ni el frío ni la lluvia frenan esta concentración y cientos de jóvenes se concentran a esta hora en el Campus para reivindicar, fumando marihuana y hachís y bebiendo alcohol, la despenalización de estas drogas.

Juan Antonio Cajigal, Gerente de la Universidad Autónoma de Madrid, señala que no está justificada esta concentración, ni alcanza a comprender cuál es su alcance, ya que acaba convirtiéndose en un "gran botellón".

5.6 Resultado de la investigación en el medio audiovisual televisivo

La televisión es el medio de comunicación para masas por excelencia por lo que tiene mayor índice de impacto sobre la Opinión Pública. Crea líderes de opinión, marca tendencias y hace que algo insignificante, por ser punto de referencia obligado, se convierta en magnificado; y que por el contrario, sus silencios condenen al ostracismo a quien (o a lo que) lo sufra.

El poder de persuasión catódico ayuda a generar acólitos, aunque cada vez más ve amenazado su reinado por Internet y sus web 2.0 en cuanto a horas de consumo e impacto. No obstante el mapa de posicionamientos de las diversas cadenas ha quedado claro en lo referido a la posible legalización/despenalización del tráfico de drogas. Es obvio que no hemos podido incluir en esta investigación dos cadenas cercanas ideológicamente como La Cuatro y La Sexta dada su reciente creación ya que la investigación comenzó en 1999 cuando aún no existían. La Cuatro



perteneciente al grupo PRISA, como Canal +, aunque posee parrilla más variada y La Sexta, muy cercana al actual gobierno del PSOE, muestran ambas, una línea a favor de la despenalización de las drogas blandas.

6. Mapa de Actores

A continuación realizamos un análisis de las audiencias para determinar la influencia de los Medios de Comunicación para Masas en la Opinión Pública con respecto a la legalización de las drogas.

En palabras de Carlos Bonilla,

“una vez que se cuenta con el panorama completo de la problemática que rodea al asunto, debe prepararse un Mapa de Actores, basándose en la definición de las audiencias y en la determinación de la influencia que éstas tienen sobre el mismo. Es necesario considerar como audiencias a aquellas personas o instituciones que han tenido en el pasado, tienen y pueden tener en el futuro alguna relación con el asunto (que resulten afectadas en forma positiva o negativa, que participen o influyan en las decisiones, etc.). Las audiencias pueden ser autoridades federales, estatales o municipales; diputados o senadores, organismos empresariales, sindicatos, grupos ecologistas, representaciones vecinales, organizaciones no gubernamentales, etc. En todos los casos depende del ámbito geográfico, temática, e interés público que tenga el asunto que entrará a la discusión. Es necesario que la definición de las audiencias sea producto de un ejercicio minucioso. En la medida en que se determinen con acierto las audiencias, puede construirse un mapa de actores completo, para no correr el riesgo de omitir a alguna audiencia influyente en el proceso.” (Bonilla Gutiérrez, 2003: 87)



De esta forma, los grupos de opinión y presión saben cómo de intensa en repetición y duración temporal y qué elementos intervinientes físicos y personales son necesarios para que sea efectiva la comunicación por realizar ante estos públicos y el tipo de mensajes que han de crearse dependiendo de a quién van dirigidos - segmentos de audiencia- y del medio del que se trate. Por supuesto, todas estas acciones acompañadas de un presupuesto adecuado.

Carlos Bonilla continúa:

“Deben construirse tres escenarios prospectivos: uno deseable, uno catastrófico y otro probable. En cada uno de ellos debemos proyectar las acciones y reacciones positivas y negativas que generaría determinada evolución del asunto en cada una de las audiencias clave.” (Bonilla Gutiérrez, 2003: 88)

El escenario mostrado es el propio de las campañas de imagen orientadas a un debate político bipolar. En el caso de los grupos de opinión más progresistas que abogan por un cambio legislativo aperturista total o parcial de las drogas (despenalización/legalización para drogas blandas/duras), se trata de reforzar las ideas positivas inherentes al cambio, y en el caso del grupo de opinión más conservador, todo lo contrario. Para ello crean un clima social que lo facilite mediante los acentos y silencios mediáticos.

En esta campaña de imagen detectada, hallamos que el escenario futuro más probable es el que muestra una sociedad polarizada, cada vez más, respecto a este tema. Estas tendencias se ven reflejadas en las elecciones. Incluso ante las urnas, el asunto de las drogas sirve como banderín de enganche en cada tendencia política. Recordemos que el tema de la despenalización de las drogas marca una barrera entre posturas más progresistas y conservadoras en la sociedad por lo que, para generar mayor cohesión ideológica en estos grupos definidos, es bueno sacar a



relucir cada cierto tiempo este asunto delicado. Así se evita la disonancia cognoscitiva y se fomenta la unidad del grupo.

7. Conclusión

Las campañas de comunicación buscan influir con argumentos sostenibles a los que ya creen en la postura defendida (afianzamiento de creencias) y a aquellos que no poseen aún una opinión definida plenamente (captación de acólitos o proselitismo). Lo más difícil es hacer cambiar de postulados a aquellos que defienden una postura radicalmente opuesta. Lo que ocurre es que a veces, como dice Óscar Rossignoli

“Para hacerlo, en ocasiones es necesario movilizar a los electores de ese legislador mediante refinadas campañas a nivel popular y en los medios de comunicación, de modo que el público se entere de la cuestión y ejerza presión sobre el legislador para que vote a favor de la causa que uno sostiene.” (Rossignoli, 2008: 107)

Por lo investigado hasta la fecha, creemos como más acertado afirmar que la mayoría de actos sobre la posible legalización/despenalización de drogas son el resultado por el que han trabajado y trabajan los diversos grupos de opinión, que emplean este asunto como arma ideológica, convenientemente azuzada en fechas concretas y siempre cercanas a las elecciones, a fin de atraer votos a una u otra tendencia, en especial el de los jóvenes que votan por vez primera. Los Medios de Comunicación para Masas son la mejor herramienta para defender estos intereses ya que permiten moldear sus mensajes según la segmentación ideológica de audiencia. Se erigen como el altavoz perfecto, o el silenciador adecuado, de las distintas opciones sociales sobre la idoneidad o no de despenalizar el tráfico de algún tipo de drogas o su totalidad. Recordar, a modo de colofón, que estos medios pueden recurrir también a la infoxicación (sobresaturación de información, ruido-interferencia y otras argucias encaminadas a la saturación de la capacidad de recepción por parte del público) lo que supone un arma de desinterés y silencio paradójicamente.



8. Bibliografía

AGENCIA EFE (2009): "Latinoamérica va hacia despenalización del consumo de drogas, dicen expertos". Emitido por la cadena de televisión TeleCinco el 08-08-2009. Disponible en: www.telecinco.es/informativos/sociedad/noticia/1019330/1019330. Consultada en 09-09-2009.

BONILLA GUTIÉRREZ, Carlos (2003): *Las tres fases del cabildeo*. Fondo de Cultura. México.

Cadena SER (2007): "El Consejero de la Generalitat (Joan Saura) defiende la legalización de "todas las drogas para combatir el narcotráfico"". Emitido el 06-02-2007. Disponible en: www.cadenaser.com/espana/articulo/consejero-interior-generalitat-defiende-legalizacion-todas-drogas-combatirnarcotrafico/csrgsrpor/20070206csrgsrnac_15/Tes. Consultada el 29-12-2009.

CALDEVILLA DOMÍNGUEZ, David (2005): *Campaña de imagen sobre la legalización de las drogas*. Visión Net. Madrid.

CANAL + (2006): "Droga, tratar con el demonio". Emitido el 13-12-2006.

COSTA, Antonio María (2009): *Prefacio del Resumen Ejecutivo del Informe Mundial sobre las drogas 2009 de la UNODC* (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito). Disponible en: www.pnsd.msc.es/novedades/pdf/resumenonudd.pdf. Consultada en 17-10-2009

DOMÍNGUEZ, Juan (2007): "El debate sobre la legalización de la droga ¿Prohibida porque es peligrosa o peligrosa porque está prohibida?" en la Revista *Medicina y Vida*. Disponible en: www.medicinayvida.org/index.php?option=com_content&task=view&id=85&Itemid=27. Consultada en 17-11-2009

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



FERREYRA, Eduardo (2003): "Marihuana: ¿Legalizar o despenalizar?". Disponible en:
www.mitosyfraudes.org/Polit/legalizar.html. Consultada en 15-11-2009

FISAS ARMENGOL, Vicent (1998): *El lobby feroz: Las OO.NN.GG. ante el comercio de armas y el desastre*. ICARIA. Madrid.

GARCÍA-VALDECASAS, Ignacio (2009): "Las drogas: una nueva derrota" en el diario *El País* del 04-08-2009. Disponible en: www.almendron.com/tribuna/26200/las-drogas-una-nueva-derrota/. Consultada en 19-11-2009.

GARRIDO, Lidia y DE MIGUEL, Elvira (2009): "Los estudiantes entran en el debate del hachís" en el diario *El Mundo* del 15-07-2009. Disponible en: www.elmundo.es/papel/hemeroteca/1994/10/19/campus/9740.html. Consultada en 19-11-2009.

GÓMEZ, Paz (2003): "Descubren psicopatías y demencias en la mitad de los adictos a drogas. En 15 o 20 años aflorarán muchos casos" en la *Revista de Comunicación Vivat Academia*. Disponible en: www2.uah.es/vivatacademia/anteriores/n49/sociedad.htm#Consecuencias.

HIDALGO, Juan Carlos (2003): "Diez razones para legalizar las drogas". Disponible en: <http://liberalismoonline.wordpress.com/2009/08/27/diez-razones-para-legalizar-las-drogas-j-carlos-hidalgo/>. Consultada el 25-11-2009.

LA VANGUARDIA (2007): "La droga legal mata más en España que la ilegal" Publicado el 15-11-2007. Disponible en: www.lavanguardia.es/premium/publica/publica?COMPID=53412102949&ID_PAGINA=22088&ID_FORMATO=9&turbourl=false. Consultada el 17-10-2009.

MARTÍNEZ EDER, Maribel (2008): "La Sociedad de la Información y el derecho de los menores: Contenidos e indefensión en relación a Europa" en la *Revista de Comunicación Vivat Academia* nº 93. www2.uah.es/vivatacademia/anteriores/n93/opinion.htm#La%20Sociedad%20de%20la%20Informaci%C3%B3n%20y%20el%20derecho%20de%20los%20menores.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
[http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2023/InicioN23.html)



MARTÍNEZ, Antonio (2008): "¿Debemos legalizar las drogas?". Publicado en el Blog de La COPE el 03-07-2008. Disponible en: <http://blogs.cope.es/bajoelsoldemedianoche/2009/07/03/>

PÉREZ GIL, Carlos (2009): "Legalizar las drogas blandas y hablar esperanto, peticiones de los españoles a la UE" Disponible en: www.soitu.es/soitu/2009/03/08/info/1236514211_347005.html. Consultada el 23-11-2009.

RADIO 3, programa 'Hoy empieza todo' (2009): "Y mañana hablaremos de... La guerra contra las drogas, diez años perdidos". Emitido el 16-03-2009. Disponible en: <http://blogs.rtve.es/hoyempiezatodo/2009/3/16/y-manana-hablaremos-de-la-guerra-contra-drogas-diez-anos>. Consultada el 28-12-2009.

ROSSIGNOLI, Óscar (2008). Cabildeo: "Herramienta de Influencia". Disponible en: www.sappiens.com/CASTELLANO/articulos.nsf/Relaciones_Públicas/Cabildeo:_Herramienta_de_influencia/B848EE1D412E1266C12574B2001581D9!opendocument Consultada el 25-11-2009.

SAN MARTÍN, Eduardo (2009): "¿Legalizar las drogas?". Publicado en el diario ABC el 14-03-2009. Disponible en: www.abc.es/blogs/san-martin/public/post/legalizar-las-drogas-712.asp] Consultada el 17-12-2009.

SÁNCHEZ MEDERO, Rubén (2008): "Campañas propagandísticas: su uso en la formación de la opinión pública. El caso del Comité de Información Pública de los EE.UU. durante la Primera Guerra Mundial" en *Revista ZER*, nº 25. Disponible en: www.ehu.es/zer/zer25/zer25-7-sanchez-medero.htm.

SERRANO, R. (2008): "España se consolida como el país que más cocaína consume en el mundo". Publicado en el diario *La Razón* el 05-11-2008. Disponible en: www.larazon.es/noticia/espana-se-consolida-como-el-pais-que-mas-cocaina-consume-en-el-mundo. Consultada el 07-11-2009.

REVISTA DE LA SEECI.

Caldevilla Domínguez, David. González Oñate, Cristina (2010):
Los lobbies y el debajo sobre las drogas: una imagen en cuestión. Nº 23.
Noviembre. Año XIII. Páginas: 30-64.
<http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 23/InicioN23.html>



SIRERA, Daniel (2007): "La salud es lo primero". Publicado en el diario El Mundo el 11-02-2007. Disponible en: www.elmundo.es/papel/2007/02/11/opinion/2083427.html. Consultada el 09-12-2009.

TeleMadrid (2009): "La fiesta de 'San Canuto' regresa a la Autónoma de Madrid como despedida previa a los exámenes". Emitido en TeleMadrid el 18-01-2009. Disponible en: www.telemadrid.es/actualidad/noticia.pag?codigo=212743&titular=la_fiesta_de_san_canuto_regresa_a_la_autonoma_de_madrid_como_despedida_previa_a_los_examenes. Consultada el 25-05-2009.

TVE 1: (2007): "Legislación de las drogas" especial del programa 59". Emitido el 13-02-2007.