

Familia, medios de comunicación y drogadicción

Este es un tema crucial para la familia contemporánea, debido al poder de influencia y de manipulación que tienen los medios de comunicación sobre la psiquis de niños, jóvenes y adultos. Hoy en día son muchos y muy variados los mensajes y las voces que los medios de comunicación (radio, televisión, revistas, Internet, etc.) envían a todo el mundo. Son mensajes que están permanentemente al servicio del mercado, es decir, del consumismo alocado al que se ha acostumbrado nuestra sociedad; por eso se la llama «sociedad de consumo».

Esas voces, voces publicitarias, están diciendo constantemente a todos a qué deben parecerse y cómo deben ser y, por supuesto, qué consumir: cómo vestir, como actuar, cómo comportarse, qué poseer, qué comprar, con quien salir, a dónde ir, que bebida tomar, qué droga automedicarse, etc. Es de destacar el hecho de que la mayoría de esos mensajes tienen una estrecha relación con el comportamiento sexual y con la agresividad. La mayoría de los mensajes sobre tendencias, modelos y modas, involucran a una mujer o a un hombre esculturales, con diminutas prendas, y junto a ellos, el producto que se vende, o si no, los muestran en acciones heroicas, llenas de adrenalina y rudeza, para poder explotar, con estas maniobras publicitarias, el deseo sexual y el deseo de poder.

Voces e imágenes inundan, irremediadamente, todo el espacio familiar, y que nos dicen a qué hay que igualarse para estar al día, para estar en forma, para parecer más joven, para parecer un hombre de verdad o un empresario competente; para parecer la mujer, la madre, el niño y el joven que hay que ser. Dietas, ejercicios, modas, detergentes, cremas, jabones, bebidas y cigarrillos, etc.

Esta parece ser la consigna del mundo moderno: «más limpios, más blancos, más sanos» más «lighth». Se ha vuelto a la antigua sentencia griega de «mente sana en cuerpo sano», sólo que ahora esto se ha convertido en un imperativo que ha llevado a las personas, presas del consumismo, a gastar su tiempo y dinero en gimnasios, dietas, cirugías y productos de belleza. Esto por un lado, porque por el otro está todo aquello que sirve para la ostentación, el lujo, la apariencia de poder: el vehículo más potente, el equipo de sonido con más «watts» de salida, el computador más poderosos, los tenis más lujosos, lo último en tecnología, lo más sofisticado de la ciencia, etc. Y aquí es donde se inserta claramente el consumo de drogas, tanto lícitas como ilícitas: se es un «duro» o un «teso» si se consume cocaína o alcohol, o se esta «in» si se fuma marihuana o se toma Prozac, etc.

Existe, entonces, una relación estrecha entre la ciencia y el mercado: El mercado explota el deseo de los seres humanos con el capitalismo. La ciencia nos hace creer que lo que nos falta está en el mercado, pero ningún objeto puede completar al sujeto. La ciencia y el mercado necesitan del individuo. Aparece contemporáneamente un hombre ciervo de la ciencia y una definición nueva de hombre: el esclavo moderno, el proletariado. Este no es más que un sujeto perseguido por la ciencia y el mercado, alienado por la «sociedad de consumo».

El mercado promete el objeto del deseo del sujeto haciendo surgir de aquí ese consumismo alocado del proletario moderno. El proletario moderno se puede decir que es uno de los síntomas del capitalismo. Él se encuentra entre el deseo ideal de una justicia distributiva o el capitalismo que relanza el deseo con cada nuevo objeto que saca al mercado, incluidas las nuevas drogas que prometen desde la felicidad hasta «nuevas experiencias»: desde el Prozac hasta la droga «éxtasis». Lo relanza porque no hay el objeto que venga a satisfacer el deseo del hombre; pero el mercado y la publicidad hacen creer al sujeto con su propaganda, que debe comprar ese nuevo objeto que ha salido al mercado para satisfacer su deseo.

De aquí la importancia de que cada familia, de que cada padre de familia, vigile, supervise, controle y aprenda a mitigar ese poder que tienen hoy en día las imágenes y las voces de la radio, la prensa, la televisión y el computador. El problema de la educación de los niños y jóvenes de hoy, es que ellos están muy bien informados; no es que les falte saber sobre, por ejemplo, la drogadicción y las toxicomanías, sino que saben demasiado. Y a todo esto se suma la consecuencia de la falta de tiempo para la familia, del aislamiento y enfriamiento de las relaciones dentro del hogar familiar, en muchas ocasiones, como una consecuencia de la intervención de los «mass-media» dentro del hogar.

Es un hecho que los medios de comunicación ocupan hoy en día un lugar privilegiado dentro y fuera de la familia. Vivimos en un mundo donde estar informado es una necesidad, si queremos desenvolvernos de forma adecuada en nuestras actividades profesionales y sociales. Por esta razón los seres humanos invierten gran parte de su tiempo escuchando la radio, viendo televisión, leyendo revistas y periódicos, navegando en Internet, etc. Pero el problema comienza cuando el mercado hace uso de dichos medios para incitar a la gente a consumir toda clase de productos que prometen la felicidad al ser humano. Entonces, los medios, que sirven para la transmisión de información, no es que sean malos, sino que, al igual que otro montón de cosas en la vida, lo malo está en el uso y el abuso que se hace de ellos -en este caso por el mercado- y en el tipo de información que se transmite por ellos.

Los medios de comunicación tienen la función de informar, educar, transmitir cultura, brindar

Por: [Hernando Bernal](#).

Psicoanalista.

Psicólogo de la U.S.B.

Magister en Ciencias Sociales y Humanas

de la U. de A.,

cohorte «Psicoanálisis, cultura y vínculo

social»

Docente-Investigador del Programa de

Psicología.

FUNLAM



Luis Caballero

Ilustración para el libro "Le chateau de

hors"

1979

Grabado, litografía hc

40 x 30

registro AP1062

Colección Banco de la República

entretenimiento, etc., pero ellos también se han convertido en la forma de influencia más poderosa: gracias a ellos se establecen en el mundo gustos, modas, modelos, formas de pensar y actuar, ideas e ideales (de carácter utilitarista y materialista); a la economía de mercado le ha resultado fundamental el uso de los medios de comunicación para la promoción de sus productos, pero esto ha tenido como efecto la transformación de la sociedad una sociedad de consumo, que incluye en ella, de manera dramática, el consumo de drogas.

Gracias a la expansión de los medios se observa contemporáneamente un proceso de universalización o de globalización del consumo de drogas en todo el mundo, globalización que hace posible, por ejemplo, que se pueda ver hoy la misma televisión en todo el mundo: los mismos programas, las mismas propagandas, etc. Por esta razón el capitalismo y la sociedad de consumo abarcan hoy al todo el planeta. ¡Y esto no es sin consecuencias para la psiquis de cada ser humano!

Por todo lo anterior es que se hace importante detenerse a pensar y cuestionarse sobre el tiempo que se le dedica a los medios, los contenidos que nos llegan a través de ellos, la función que tienen dentro del hogar y sus efectos en los miembros de la familia contemporánea.

[INICIO](#) | [PRESENTACIÓN](#) | [EVENTOS](#) | [SITIOS RECOMENDADOS](#) | [STAFF](#) | [CONTÁCTENOS](#) | [CORREO](#) | [FUNLAM](#)

© 2000 - 2001