



¿Consumidores o monstruos? Del *ethos* al *pathos* en la estigmatización de los consumidores de marihuana

Antropólogo social.
Profesor en la
Universidad de Costa
Rica. Investigador
en el Instituto
sobre Alcoholismo y
Farmacodependencia.

..... || **Jesús Méndez**

 Existe en todo el mundo un discurso sobre el fenómeno de las drogas que establece caracterizaciones y clasificaciones de esas sustancias y, a partir de eso, y valiéndose de prejuicios y estereotipos, estigmatiza a los consumidores, pasando a concebirlas como monstruos. Para comprender tal proceso de monstrificación de los consumidores de cannabis sativa, este artículo considera medulares los conceptos de *pathos* y *ethos*, trabajados por diversos autores para atender los análisis de discursos dentro de los procesos sociales de configuración de aspectos culturales.

En su libro *Tristes Tropiques* (1955), el antropólogo Claude Levi-Strauss asegura que toda sociedad se fundamenta en la conjunción de costumbres e ideales preformados moralmente en conjunto con un territorio social y un ambiente natural específico. La unión de estos aspectos, aunado a una serie de procesos reflexivos, conforman una especie de guía sobre el orden correcto y adecuado de hacer las cosas, estableciendo un *phatos* o, en otras palabras, una serie de costumbres que estipulan las conductas positivas al tiempo que se define sanciones para las desviaciones.



Volver al índice

El *phatos*, según Levi-Strauss, configura un modelo ideal de comportamiento. No obstante, para funcionar necesita la presencia de un *ethos*, el cual proporciona coherencia y regularidad al aspecto fenoménico de la realidad de los individuos.

En este sentido, y desde muchos siglos antes, Aristóteles, en su *Retórica* (1998), subrayó el papel del *ethos* como un conjunto de atributos que se proyectan en los discursos. Definición que amplió Erving Goffman (1971) al reconocer una dimensión fuertemente actitudinal, valorativa o motivacional que remite a las cualidades morales del orador, considerando en ese sentido las disposiciones éticas, creencias, pensamientos o inclinaciones que generan conductas, prácticas y acciones.

Entonces, se tiene dos conceptos complementarios a considerar: por un lado el *pathos*, entendido como los ideales de comportamiento de un pueblo, comunidad o país, que establece las pautas de acción y la forma de proceder ante determinadas situaciones; y, por otro lado, el *ethos*, que de manera similar se establece como un ideal de vida y de conducta, pero que se constituye con el fin de incidir sobre las prácticas de comportamiento, sobre el *pathos*. El primer concepto se entiende como algo implícito en la sociedad, con un grado importante de dificultad para comprender su origen, y que, por tanto, se reconoce en las acciones; el segundo es algo intencional, generado por un conjunto de actores que establecen una serie de

ideales, actitudes o creencias que buscan influir al primero.

Ahora bien, la monstrificación de los consumidores de marihuana la lleva a cabo el discurso estatal-institucional mediante el rescate de modelos prohibicionistas a los que van intrínsecamente asociadas imágenes arquetípicas descalificadoras de aquellos individuos, y esto tiene que ver con el mencionado *ethos*. El objetivo es impulsar prejuicios y mitos —a los que van asociados temores— sobre la marihuana y sus consumidores, actuando así precisamente sobre el *pathos* de la sociedad costarricense, para cambiar o perpetuar el ideal que se tenga sobre esa droga y sus consumidores.

De la mano de los principios institucionales de estigmatización, ocurre un proceso afín en los medios de comunicación masiva que alimenta y exagera ese *ethos* respecto de la marihuana y sus consumidores e incrementa el ideal de monstruos que pesa sobre ellos. Desde la esfera estatal se establecen tres formas de catalogar a los consumidores de marihuana (del Olmo, 1988), y de parte de los medios de comunicación masiva se establecen tres estereotipos sobre los consumidores (González, 1997). Tales formas de catalogación y tales estereotipos son complementarios.

Según del Olmo (op. cit.), las tres formas de catalogar a los consumidores se dan a nivel médico, a nivel cultural y a nivel ético-jurídico, respectivamente. En el primer nivel, el drogadicto se ve como un paciente y la droga es un virus o una



Khalid Mahmood. Cannabis de Pakistán (tomada de Wikimedia Commons).

enfermedad que hace más evidente el concepto de dependencia; es decir, se trata de un problema de salud pública. En el segundo nivel, el cultural, el drogadicto es alguien que se opone al consenso; se trata de un joven ocioso que busca placeres prohibidos, derivado esto de la falta de empleo y actividades sociales. Y, en el tercer nivel, el drogadicto es un transgresor, alguien que realiza actividades ilícitas y que, por ende, debe ser castigado.

Cada una de las anteriores formas de catalogación se generó durante un momento histórico determinado (Bejarano, 2006), siendo que antes de la instauración del modelo médico-sanitario era común que las drogas fueran vistas como lo negativo y, entonces, los consumidores

y traficantes como lo más bajo de la sociedad. En el caso de la marihuana, esto sucedió claramente en Estados Unidos, pues a principios de la década de 1950 a ella se le asociaba con los mexicanos, iniciándose entonces el estereotipo del latino drogadicto, delincuente y pandillero (History Channel HD, 2012; del Olmo, op. cit.). Fue apenas en 1962 que se inició el modelo médico-sanitario, cuando la Corte Suprema de Justicia de ese mismo país ratificó que el consumidor no es un delincuente sino un enfermo (Del Olmo, op. cit.). Cambio de paradigma que se dio como respuesta a la generalización del consumo de marihuana y otras drogas, resultando consumidores ya no solo individuos de minorías étnicas sino también



A. Baltodano. Muro en San Pedro, San José.

jóvenes de todos los estratos socioeconómicos y procedencias étnicas.

Los tres modelos de catalogación propuestos por del Olmo no son excluyentes, sino que en muchos casos la combinación de ellos era y sigue siendo posible, generando ambivalencias a la hora de establecer perfiles de los consumidores. En el caso de la marihuana, se forman discursos ambiguos y clasistas que aún hoy se mantienen, pues si el consumidor es de clase baja la droga lo hace violento y criminal, pero si es de clase alta lo hace vago y apático (del Olmo, op. cit.); debiendo aplicarse una medida jurídica en el primer caso, y una médico-sanitaria en el segundo.

Por su parte, frente al tema del consumo de marihuana y drogas en general, los medios de comunicación masiva se manejan con base en alguno de los siguientes estereotipos: el de la imprecisión del concepto de droga, el de la fetichización de la droga y el de la subculturización de la droga (González, op. cit.).

Con base en el primer estereotipo, ellos tergiversan el concepto de droga, implantando el ideal de que todas las drogas ilegales tienen efectos idénticos y todas son negativas. Este estereotipo perpetúa la separación entre drogas legales e ilegales, declarando que estas últimas conllevan únicamente consecuencias perjudiciales y, entonces, son mucho más dañinas que las otras. En consecuencia,

la marihuana es equiparada con el crack, la heroína, la cocaína y el LSD, estableciendo que el componente activo o THC (Tetrahydrocannabinol) es peor que el alcohol o el tabaco, aunque pruebas clínicas puedan demostrar lo contrario.

A partir del segundo estereotipo, la droga es vista como un ente mágico con propiedades místicas (González, op. cit.), que afecta el cuerpo humano de manera epifenoménica, siendo un organismo externo a las personas y a la sociedad, que infecta como si fuese un padecimiento, es decir, un ente patológico extraño. En consecuencia, el consumo de marihuana es un mal o enfermedad que infecta a jóvenes con altas carencias sociales o con un marcado rechazo a los valores tradicionales, coincidiendo esto con el modelo médico-sanitario propuesto por del Olmo.

Según el tercer estereotipo, el de la subculturización de la droga, la droga es expresión de actitudes individuales o grupales al margen y opuestas a la sociedad, típicas de la juventud. Con este estereotipo es consistente la idea de que el consumo de marihuana responde a presiones sociales propias de la adolescencia, ayudando al consumidor a satisfacer la necesidad de transgresión y rebelión y permitiéndole jugar un papel protagónico al convertirse en centro de la atención. Que la marihuana fuera expresión de una subcultura o contracultura (Goffman, 2005) se vería constatado por la abundante parafernalia —como elemento de cohesión— que acompaña a muchos de sus consumidores (distintos objetos con la bandera de Jamaica

-supuesta meca de tal droga-, camisetas o artículos con fotografías de Bob Marley y de hojas de marihuana, etc.).

Los modelos institucionales propuestos por del Olmo, así como los estereotipos impulsados por los medios de comunicación trabajados por González, permiten comprender cómo se promueven y mantienen las estigmatizaciones sobre la marihuana y sus consumidores, generalmente con discursos atemporales que persisten en el ideario colectivo o *pathos*. De esta forma, no es extraño ver la combinación de estereotipos institucionales en medios de comunicación, por ejemplo en la prensa escrita, donde se afirma lo dañina que es la droga según estudios médicos ¹, o donde se sostiene la lucha contra la marihuana como lo ideal y se cataloga como éxito la incautación de alijos de ella ², o donde, también, se considera a los productores como monstruos que hacen daño a la sociedad y a la naturaleza ³; estereotipos estos que contribuyen a establecer estigmatizaciones que perduran en el imaginario colectivo.

Derivada de las políticas institucionales y con la ayuda de los medios de comunicación, existe la tendencia a juntar a productores y consumidores de

1 Ver, por ejemplo: http://www.nacion.com/vivir/medicina/Consumo-frecuente-marihuana-cambiar-estructuras_0_1386061513.html

2 Ver, por ejemplo: http://www.nacion.com/sucesos/narcotrafico/Policia-frena-ingreso-marihuana_0_1405859421.html

3 Ver, por ejemplo: http://www.nacion.com/sucesos/desastres/Incendio-Forestal-Parque-Nacional-Chirripo_0_1406259502.html

marihuana dentro de un mismo concepto precedido siempre por el prefijo “narco” (del Olmo, op. cit.). Así, todo lo relacionado con esas sustancias siempre va a ser negativo ⁴ y forma parte del *ethos* que busca convertir en monstruos a consumidores y productores, monstruos que son enfermos o delincuentes pero que, a final de cuentas, son monstruos que corrompen las bases éticas y sanitarias de la sociedad costarricense.

Si bien es cierto que existe un reconocimiento de que esta monstrificación tiene fundamentos económicos y políticos (del Olmo, op. cit.; Escohotado, 1998), no cabe duda de que el *ethos* imperante relacionado con la marihuana y sus consumidores manifiesta que son estos los que ponen en juego el orden social (la familia, las costumbres, la salud, etc.). Criminalidad, redes de narcotráfico, orgías, agresores, ladrones y caos, todos estigmas con un marcado corte negativo que han pasado a formar parte del *pathos* de la sociedad costarricense, tipificando y sobre todo monstrificando a los consumidores de marihuana, lo cual ha disminuido la posibilidad de acercamiento a ellos. Acercamiento que no solo haría viable una mejor comprensión de sus características culturales sino también, y más importante, permitiría un acompañamiento en el tratamiento de los consumidores con problemas graves derivados del abuso de tal sustancia.

⁴ Ver, por ejemplo: http://www.nacion.com/sucesos/narcotrafico/Casa-ocultaba-toneladas-marihuana-Limon_0_1405259516.html

Concluyendo: Existen clasificaciones institucionales y estereotipos mediáticos sobre los consumidores de marihuana, y sobre el consumo, que generan en las estructuras más elementales de la sociedad costarricense, *pathos*, una serie de ideas que monstrifican a consumidores y productores. Si se quiere comprender y dar un acompañamiento adecuado a los consumidores para evitar el uso y/o abuso, es necesario dejar de lado varias de tales concepciones. Y el acompañamiento debe ir de la mano de la comprensión de los aspectos culturales de esas poblaciones y de la des-estigmatización por parte de los medios de comunicación.

Referencias

- Aristóteles. (1998). *Retórica*. Madrid: Alianza.
- Bejarano, J. (2006). *Inseguridad ciudadana: realidades y percepciones*. San José: Pnud.
- Del Olmo, R. (1988). *La cara oculta de la droga*. Bogotá: Editorial Temis.
- Escohotado, A. (1998). *Historia General de las Drogas*. Madrid: Alianza. Séptima edición.
- Goffman, E. (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, K. (2005). *La contracultura a través de los tiempos. De Abraham al acid-house*, Barcelona: Anagrama.
- History Channel HD. (2012, 20 de agosto). *La Historia de la Marihuana*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1w6-jWapvBg>
- González, C. (1991). Legislación simbólica y administración del derecho penal: la Penalización del consumo de drogas. *Revista Jueces para la Democracia* 14, pp. 22-26.
- González, C. (1997). Drogas y control social. *Poder y Control* 2.
- Levi-Strauss, C. (1955). *Tristes Tropiques*. Paris: Librairie Plon.