

A mídia de massa, ao veicular formas simbólicas sobre drogas como o crack, produz e/ou reforça certas subjetividades e certos modos de viver. Nesse sentido, destacar e interpretar os discursos das mídias de massa frente ao uso/usuário de drogas é um passo importante em direção à compreensão da ideologia subjacente aos discursos midiáticos e ao reconhecimento dos tipos de subjetividades que são produzidas na cultura pós-moderna. Tomando como base o modelo da pesquisa realizada pela ANDI (Agência de Notícias dos Direitos da Infância), em parceria com o Programa Nacional de DST/Aids do Ministério da Saúde, sobre o tratamento dado ao tema do uso de drogas pelos principais jornais e revistas em circulação no País (Brasil, 2005), este trabalho tem como objetivo apresentar os resultados da pesquisa intitulada *Ideologia, produção de subjetividades e drogas: discursos midiáticos sobre o crack na cultura (pós)-moderna*, através da qual se pretendeu conhecer os significados (re)produzidos na mídia escrita ao que se refere a categorias como cuidado à saúde, tráfico de drogas, geracional. O método consistiu em uma análise quantitativa das formas simbólicas que se referem ao crack em dois jornais de grande circulação no interior do estado do Rio Grande do Sul (de 06/07/2008 a 06/07/2009). O primeiro passo foi a seleção todas as matérias que mencionavam a palavra crack, para que, em uma segunda leitura, se escolhesse apenas as que tinham o crack como foco. Após, criou-se uma lista *a priori* de questões abordadas ou negligenciadas pelos jornais. À medida que se empreendeu a leitura e a apropriação das formas simbólicas, as questões foram transformadas em 20 variáveis. A análise estatística descritiva dos dados foi realizada com auxílio do *software* IBM SPSS Statistics 18. Os resultados sugerem que a mídia tem tratado o uso de crack como um “caso de polícia”, associando-o diretamente à violência. Contudo, constata-se uma ausência de discussões aprofundadas sobre as causas e as consequências de tal fenômeno.

Palavras-Chave: Psicologia Social; Mídia; Drogas (Crack).