

Opinión pública, Comunicación y prevención de drogodependencias. El tratamiento informativo de la cocaína, alcohol y marihuana en la prensa española de información general (2009-2010)

Pilar Paricio Esteban¹
Francisco Núñez-Romero Olmo
Cristina Rodríguez Luque

Resumen

España se sitúa a la cabeza en consumo de drogas en Europa y, en particular, en consumo y prevalencia de cocaína, siendo los datos de consumo y edad de inicio especialmente preocupantes también en el caso del alcohol y la marihuana. Sin embargo, la percepción de las drogodependencias como un problema de salud no está instaurada en la sociedad.

Ante esta situación, las instituciones que trabajan en materia de prevención desarrollan programas y campañas de sensibilización. En la prevención, un factor clave es la comunicación. Existen diferentes investigaciones sobre el papel socializador de los medios y, según los principales estudiosos de los efectos cognitivos de la comunicación de masas, los medios no sólo informan sino que conforman opinión.

En este sentido, analizar el tratamiento informativo del tema y, en particular, de la cocaína, marihuana y alcohol, puede ayudarnos a conocer los modelos informativos vigentes, si la distinta consideración legal (dos sustancias son ilegales y otra legal) se corresponde con diferencias en el tratamiento periodístico y si existe una correlación entre agenda mediática y pública. La investigación aportará una información valiosa para las instituciones que trabajan en prevención a la hora de orientar sus campañas a través de los medios.

Palabras clave

Cocaína, alcohol, cannabis, legalidad, prevención, comunicación, medios.

Abstract

Spain is at the top of the European countries in drug consumption, particularly in the prevalence consumption of cocaine. The data of consumption and the age of initiation are particularly relevant, also in the case of alcohol and marijuana. However, the perception of drug dependency as a health problem is not situated at the same level in society.

In this situation, Institutions working on prevention are developing programmes and awareness campaigns. In prevention, a key factor is communication. There are different

¹ Los autores pertenecen al Grupo de investigación, *Comunicación, análisis de campañas y del tratamiento informativo en la prensa*, en la Universidad CEU Cardenal Herrera.

studies about the social role of the mass media and, as the main researchers of cognitive effects of the media assert, the function of the media is not only informative, they do create opinion.

In this sense, the study of media coverage of drug dependency and, in particular, of cocaine, marijuana and alcohol, may help us to learn about current informative models, if the different legal consideration (two substances are illegal and another, legal) are connected to differences of media coverage, and if an interrelation between media agenda and public agenda exists. This research will contribute with valuable information to institutions that are working on prevention in order to orientate their campaigns in the mass media.

Key words

Cocaine, alcohol, cannabis, legality, prevention, communication, media.

Índice

1. Introducción. 2. Drogodependencias, prevención y medios de comunicación. 2.1. Adicción, consumo de drogas y agenda pública. 2.2. Cocaína, marihuana y alcohol. Aspectos legales. 2.3. Prevención, comunicación y medios.
3. Objetivos y Metodología de la investigación. 3.1. Hipótesis y objetivos. 3.2. Corpus y Metodología. 4. Resultados. 4.1. Cobertura. 4.2. Temáticas, frames y secciones; 4.3. Intensidad formal. 4.4. Dirección de la información. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía

1. Introducción

España ocupa los primeros lugares en consumo de sustancias adictivas a nivel europeo (EMCDDA, 2010). Sin embargo, ha decrecido considerablemente la preocupación en los ciudadanos por el consumo de drogas en la última década (Cuesta y Menéndez, 2010) y la percepción de las drogodependencias como un problema de salud no termina de estar implantada en la opinión pública española.

Ante esta situación la sensibilización y concienciación del riesgo para la salud del consumo de drogas implica un esfuerzo especial en materia de prevención. En la prevención un factor clave es la comunicación. El público necesita información sobre los efectos y consecuencias de las drogas para poder tomar decisiones racionales y una comunicación efectiva es importante para que esas decisiones se tomen correctamente (Sithi-amorn y Ngamvithayapongse, 1998).

Según los principales estudiosos de los efectos cognitivos de la comunicación de masas, los mensajes transmitidos a través de los medios no sólo informan sino que guían nuestras experiencias influyendo en la sociedad y conformando opinión. En este sentido, analizar el tratamiento del tema en los medios y en particular, de las sustancias cuyo consumo, prevalencia o edad temprana de inicio se manifestaba especialmente preocupante, puede ayudarnos a conocer si el tema forma parte de la agenda mediática y el mensaje proyectado sobre dichas sustancias a través de los medios a la sociedad.

El estudio presentado en este artículo analizará el tratamiento periodístico del abuso de sustancias adictivas y, en particular, del consumo de cocaína, alcohol y marihuana/cannabis² en la prensa de información general.

Los estudios precedentes en el caso español se concentran en las últimas décadas del S.XX y principios del S.XXI y se centran en el tratamiento informativo de las drogas en prensa generalista, televisión y publicidad (Berrío, 2000; Colectivo Abierto de Sociología, 1997; Costa y Pérez, 1987, 1989; Del Río, 1991; Fernández-Cid, 1996; Ferrer y Dacosta, 1994; García del Castillo y López-Sánchez, 2009; García Nebreda, 1987; Martín Nieto, 1998; Megías et al, 2004; Ministerio de Sanidad, 2000; Oliva, 1986; Pantoja Vargas y Abejón, 2004; Paricio, Sanfeliu, y Sanfeliu, 2002; Partenen y Montoenm, 1989; Prieto, 1987; Quintá, 1989; Rekalde, 2002; Romani, 2004; Solans, 1991; Vega Fuente, 1995).

Los estudios más recientes han sido los desarrollados por el propio grupo (Paricio, 2010; Paricio, 2011; Paricio, Rodríguez, Sanfeliu y Núñez-Romero, 2011; Paricio, Rodríguez y Núñez-Romero, 2012; Paricio, Rodríguez y Rabadán, 2012) no encontrando análisis comparativos actuales que traten las tres sustancias objeto de estudio.

El análisis se enmarca en tres Proyectos de investigación financiados en la II, III y IV Convocatoria de Ayudas para la Realización de Proyectos de Investigación y Formación en Materia de Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos de la Fundación para el Estudio, Prevención y Asistencia a las Drogodependencias (Conselleria de Sanitat de la Generalitat valenciana): *Análisis y diseño de campañas y programas de sensibilización y prevención de las drogodependencias en los medios de comunicación; Análisis y diseño de campañas publicitarias y programas de comunicación para la sensibilización y prevención de las drogodependencias y Comunicación institucional y prevención en materia de drogodependencias: análisis de campañas y acciones de comunicación orientadas a la prevención en los centros escolares y en los medios de comunicación en la Comunidad Valenciana.*

2. Drogodependencias, prevención y medios de comunicación

2.1. Adicción, consumo de drogas y agenda pública

Según la RAE (2005), la adicción es la dependencia del consumo de alguna sustancia o de la práctica de una actividad o el hábito de quien se deja dominar por el uso de alguna o algunas drogas tóxicas o por la afición desmedida a ciertos juegos. Hablar de adicción nos conduce a hablar de drogas. La FAD, en 1998, definía el término Droga como la sustancia química que crea dependencia y es consumida con fines diferentes a los terapéuticos y sin control médico (FAD, 1998).

El consumo de drogas se ha convertido en uno de los problemas psicosociales más preocupantes en España. A pesar del aumento de campañas informativas sobre los riesgos y consecuencias negativas del consumo de sustancias adictivas, estupefacientes y juventud son un binomio de difícil disociación (Romero y Carcelén, 2010).

El *Informe Anual del Observatorio Europeo de Drogas y Toxicomanías* sitúa a España a la cabeza del continente en el consumo de cocaína, éxtasis y anfetaminas (EMCDDA, 2010). Aun cuando en la *Encuesta Domiciliaria sobre Alcohol y otras drogas de 2010* se percibe una

² En el seguimiento de las informaciones consideraremos como descriptores tanto marihuana como cannabis por el uso habitual de la doble terminología al proceder la marihuana de la planta *cannabis sativa*. Los términos cannabis y marihuana, entre muchos otros, hacen referencia a las sustancias psicoactivas que son consumidas de la planta *cannabis sativa*.

reducción del consumo de cocaína por primera vez desde 1995, España se encuentra en los primeros lugares del continente en prevalencia de esta sustancia con un 4,8% en la población entre 15 y 34 años, siendo el segundo país en el continente tras el Reino Unido (EMCDDA, 2011).

Si atendemos a la Encuesta Domiciliaria sobre consumo de alcohol y Drogas (EDADES), el alcohol es la sustancia psicoactiva más consumida en España (79%) y el cannabis es la droga ilegal más consumida (11%). Además, España está en 2010 entre los países de más alta prevalencia en el consumo de *cannabis* con un 10,6% de prevalencia (EMCDDA, 2011).

Por otro lado, el número de españoles que reconoce beber alcohol “habitualmente” (todos los días o todos los fines de semana) ha crecido casi un 15% pasando del 33,4% al 47% y el consumo habitual de cannabis se ha duplicado pasando del 4,3% de la población, en 1999, al 7,5% registrado en 2009 (FAD).

La media de edad de inicio en el consumo de drogas se sitúa entre los 13-14 años (Fundación Proyecto Hombre) y, concretamente, según la Encuesta Estatal sobre Uso de Drogas en Enseñanzas Secundarias (ESTUDES), la edad media de inicio de consumo de alcohol en 2008 es de 13,7 años (consumo esporádico) y de 15,6 años (consumo semanal). Además, el 4% de la población entre los 15 y 16 años ha probado la cocaína al menos una vez, el doble de veces que la media de la Unión Europea (EMCDDA).

A pesar de los datos ofrecidos y de los efectos y consecuencias del uso y abuso de sustancias adictivas, con particular atención a la cocaína, alcohol y cannabis, la percepción de la drogodependencia como un problema entre la población española no parece tan clara. En 1997, según el CIS, la “agenda pública” marcaba las drogas como el tercer asunto más preocupante para la sociedad (CIS). Paradójicamente, en 2010 descendía al puesto undécimo en la Encuesta del CIS sobre las principales preocupaciones de los españoles y en el último avance de 2011, tan sólo un 0,8% de los encuestados sitúa las drogas como el problema principal. Por consiguiente, parece que la droga ha dejado de estar presente en las agendas del público.

2.2. Cocaína, marihuana y alcohol. Aspectos legales

Si atendemos a los datos ofrecidos hay tres sustancias donde los índices de consumo, prevalencia y temprana edad de inicio llaman especialmente la atención: cocaína, alcohol y cannabis.

La cocaína es un potente estimulante del sistema nervioso central obtenida del procesamiento químico de las hojas de coca. Su consumo produce efectos en la actividad, atención y concentración de la persona actuando sobre el cerebro. A medio y largo plazo puede producir problemas físicos y psicológicos además de la adicción afectando al funcionamiento cerebral y provocando daños importantes en los sistemas circulatorio y respiratorio. Puede haber graves complicaciones médicas asociadas al abuso de la cocaína como alteraciones en el ritmo cardíaco y ataques al corazón; ataques cerebrovasculares, convulsiones, dolores de cabeza y hasta coma y complicaciones gastrointestinales, como dolor abdominal y náusea. Las muertes ocasionadas por la cocaína suelen ser el resultado de un paro cardíaco o de convulsiones seguidas por un paro respiratorio. Las investigaciones también han demostrado que existe una interacción potencialmente peligrosa entre la cocaína y el alcohol. De hecho, de las muertes ocasionadas por la

combinación de dos drogas, las que ocurren más comúnmente son las ocasionadas por la combinación de la cocaína con el alcohol (NIDA, 2010).

La posesión, cultivo y distribución de la cocaína son ilegales para fines no médicos ni gubernamentales en prácticamente todas las partes del mundo. A pesar de que su libre comercialización es ilegal y se ha visto penalizada en casi todos los países, su uso en todo el mundo sigue siendo muy extenso en muchos ámbitos sociales.

La legislación española y, concretamente, el Código Penal³ castiga las conductas que atentan contra la salud. El artículo 368 condena con penas de prisión y multas a los que ejecuten actos de cultivo, elaboración o tráfico, o de otro modo promuevan, favorezcan o faciliten el consumo ilegal de drogas tóxicas, estupefacientes o sustancias psicotrópicas o las posean con aquellos fines (Altés, Baños y Nuño de la Rosa, 2011). En este sentido, castiga con penas mayores de prisión de tres a seis años y multa cuando se trata de sustancias que causan grave daño para la salud como es el caso de la cocaína.

El cannabis es una droga que se extrae de la planta *cannabis sativa* y su consumo habitual provoca una serie de daños orgánicos y psicológicos favoreciendo enfermedades pulmonares, alterando el sistema cardio-circulatorio, depresiones, psicosis y en los jóvenes puede influir en las funciones de atención, abstracción y memoria, estando relacionado con el fracaso en el aprendizaje.

En relación al cannabis, de acuerdo con la ONU, se trata de “la sustancia ilícita más utilizada en el mundo” (UNODC, 2010).

La regulación legal del consumo de cannabis varía dependiendo de los países, existiendo detractores y defensores de su despenalización (Pozzi, 2011). Las legislaciones nacionales suelen contemplar penas por tráfico, cultivo o posesión cuya dureza varía dependiendo del país. Los Países Bajos son el único Estado de la Unión Europea donde se permite la venta, de una cantidad máxima de 5 gramos de marihuana y sus derivados en los llamados *Coffee shops*.

En el caso español, el Código Penal en el referido artículo 368 del Capítulo III (Delitos sobre la Salud Pública) del Título XVII (De los Delitos contra la Seguridad Colectiva), condena a los que ejecuten actos de cultivo, elaboración o tráfico, o que de otro modo promuevan, favorezcan o faciliten el consumo ilegal de drogas. En el caso de la marihuana está castigado con penas menores de 1 a 3 años y multa. Por otro lado, el uso terapéutico de la sustancia está regulado.

En el caso de la cocaína y la marihuana el autoconsumo no está penado y, tan solo se sancionará administrativamente, cuando dicho consumo se produzca en la vía pública.

El alcohol es una droga depresora del sistema nervioso central que inhibe progresivamente las funciones cerebrales afectando a la capacidad de autocontrol, estando su uso continuado directamente relacionado con daños como cirrosis hepáticas y encefalopatías. El alcohol daña las células cerebrales, así como los nervios periféricos, de forma irreversible (Stevens y Lowe, 2011).

³Figura en el Título XVII. De los Delitos contra la Seguridad Colectiva, Cap. III. Delitos Sobre la Salud Pública, en el que el bien jurídico protegido es la salud pública.

Además, su uso durante los fines de semana entre los jóvenes provoca graves trastornos físicos y psicológicos que pueden derivar en comas etílicos, embarazos no deseados y accidentes de tráfico. El alcohol es responsable del 30-50% de los accidentes con víctimas mortales (Gisbert y Villanueva, 2005). Por otro lado, según un estudio realizado por Meyer y Quenzer (2005), con una concentración en sangre del 0,45%, la mitad de los sujetos sometidos al test mueren. Esta es unas seis veces el nivel de la embriaguez corriente (0,08%), aunque se suele producir el vómito o la pérdida de conciencia bastante antes de alcanzar ese nivel en la mayoría de la gente. En España el alcohol es una droga legal y su consumo, posesión, distribución... no se considera a efectos penales que atente contra la salud pública. Administrativamente se regulan los lugares de distribución y está prohibida la venta a menores y el consumo por menores en lugares públicos siendo sancionadas dichas conductas administrativamente.

Por consiguiente, nos encontramos con dos sustancias ilegales (cocaína y marihuana) y una sustancia legal (alcohol). Este aspecto junto con aspectos culturales que en nuestro país van asociados al consumo de alcohol pueden influir sin duda en los datos de aumento de consumo, prevalencia y edad de inicio especialmente preocupantes en esta sustancia en España.

2.3. Prevención, comunicación y medios

A la luz de la situación expuesta, diversas instituciones públicas y privadas que trabajan en materia de prevención y asistencia a las drogodependencias implementan programas de prevención orientados a sensibilizar a la sociedad para generar una cultura de rechazo a las drogas⁴ y educar a los más jóvenes para que desarrollen estilos de vida saludables y positivos. Otros objetivos son: retrasar la edad de inicio, prevenir o reducir daños (Plan Nacional de Drogas).

Un factor esencial en la prevención y asistencia de las drogodependencias es la información orientada a la educación en la prevención. En la sociedad de la comunicación y en la era de la información, los medios actúan como mediadores entre la población y la realidad y, en muchos casos, como prescriptores. Como apuntan Beneit, García y Mayor (1997), tienen el poder de generar estados de opinión dada la gran credibilidad que suscitan en los individuos.

Los medios llegan a públicos amplios y multiplican el alcance de los mensajes. Como afirma Rojas, “sin el concurso de los medios el poder para difundir mensajes entre un público masivo disminuye drásticamente” (Rojas, 2005: 147). Éste es un aspecto clave a la hora de considerarlos como público para proyectar campañas de corte social que tratan de sensibilizar a la sociedad en su conjunto ya que “tienen la capacidad de aumentar el conocimiento de la población sobre un determinado tema, informando y sensibilizando a los individuos y colectivos sobre determinados hábitos nocivos y prácticas de riesgo que se pretenden modificar” (Beneit, García y Mayor, 1997, p. 288).

Entre los fines sociales que persigue la información en los diarios está educar a los públicos y servir de instrumentos para la libre comunicación de las opiniones (De la Mota, 1988). Además, los medios son una fuente principal de información sobre temas relacionados con salud y aunque los jóvenes hacen un consumo de los medios de

⁴ Con particular atención a las sustancias referidas (cocaína, alcohol y marihuana) contando con programas específicos (www.pnsd.msc.es/; www.fad.es/; www.fepad.es/; www.proyecto hombre.es/). Consultado el 12 de Junio de 2012.

comunicación que se orienta fundamentalmente hacia el entretenimiento, no desprecian su uso como fuente de información (Martínez Verdú, 2007).

En 1973, la UNESCO reconoció que los medios de información representan un poderoso medio de acción para formar actitudes y transmitir conocimientos en materia de drogas. Es cierto que los medios poseen limitaciones ya que, por ejemplo, la recepción de un mensaje en los medios no provoca cambios permanentes de actitudes o hábitos fuertemente arraigados (Beneit, García y Mayor, 1997). No obstante, son un elemento importante de influencia en la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann (1996). En este sentido, si bien la función comunicativa de los medios no tiene en su mano el poder para acabar con el problema, sí que, tal y como explica Carlos Arturo Carvajal, Asesor en Prevención Integral de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), puede favorecer la comprensión de los factores causales asociados al consumo compulsivo y problemático de sustancias y contribuir a desvelar los contextos y las condiciones socioculturales de riesgo para el abuso de sustancias, a fomentar estilos de vida y prácticas sociales saludables, a ayudar a la desestereotipación y la desestigmatización de los consumidores y contribuir a una visión más realista y objetiva de la dinámica global de la producción de sustancias que se prestan a un uso indebido. Además, los medios pueden ayudar a sensibilizar sobre el principio de la corresponsabilidad en los distintos ámbitos y niveles de la problemática-individual, familiar, comunitario y transnacional (Carvajal, 2010).

Por consiguiente, los medios podrían poseer un potencial muy importante para desarrollar políticas y actuaciones en materia de drogodependencias y, por su poder de influencia en el público, pueden desempeñar también un gran papel en la educación y prevención (Pantoja y Abeijón, 2004).

Tomando como base los estudios precedentes y las diferentes teorías sobre los efectos cognitivos de los medios en la opinión pública, es necesario enmarcar la investigación desde las teorías de la agenda setting, de la tematización, del encuadre o framing, de la espiral del silencio y de la construcción social de la realidad.

La Teoría de la agenda setting ha sido definida como la canalización que la mente de los ciudadanos sufre hacia unos repertorios de temas de preocupación pública en detrimento de otros que no son mencionados o destacados como consecuencia de la selección previa de asuntos que realizan los medios de comunicación. McCombs y Shaw (1972: 177) afirman que “They apparently learn, furthermore, in direct proportion to the emphasis placed on the campaign issues by the mass media.[...] it is hypothesized that the mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes toward the political issues”⁵.

Así pues, “a estas alturas parece innegable, gracias a los estudios de la agenda setting, que los medios industriales de comunicación ejercen una influencia decisiva en la libertad formal de opinión de las gentes, como consecuencia del condicionamiento previo de lo que es o no es ofrecido a nuestra atención por dichos medios” (Dader, 1990a: 90). El autor reconoce esta teoría como la explicación por antonomasia de la formación de la opinión pública y del universo de preocupaciones públicas de los individuos.

⁵ “Ellos aparentemente aprenden, es más en proporción directa con el énfasis que los medios conceden a los temas en la campaña (...) como hipótesis, los medios configuran la agenda para cada campaña política influyendo en la relevancia de las actitudes hacia temas políticos (Traducción de los autores)”.

La fijación de la agenda en los medios conduce a la tematización de la realidad. De este modo, los aspectos tratados en los medios determinan los núcleos temáticos de interés de los ciudadanos y los silenciados apenas se encuentran entre ellos (Luhmann, 2000). Este extremo conectaría con la Teoría de la Espiral del Silencio (Noelle-Neumann, 1993).

Por otro lado, en cada paso del proceso de comunicación, se toman decisiones, se excluye o incluye información, se ignoran asuntos y se incluyen recursos gráficos para ilustrar los temas. Cada uno de estos pasos es, en esencia, la imposición de un encuadre. Por otra parte, según Robert Entman (1993: 52): “To frame is to select some aspect of a perceived reality and make them more salient in a communicating text in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and for treatment recommendation for the item described”⁶.

En este sentido, los medios encuadran y seleccionan la información orientando a los miembros de la sociedad para percibir esos temas como relevantes y pueden generar estados de opinión (Muñoz Alonso, 1992). Siguiendo a Dader (1990b) los medios tienen el poder de definir el grado de relevancia de un tema. El encuadre de la información en una u otra sección del medio puede determinar un tipo de lectura social distinta para un texto idéntico. Por otro lado, Mar Fontcuberta apunta que “el formato de un medio refleja el valor que otorga a las informaciones que presenta y los receptores interpretan el medio en función de las reglas que él mismo enseña” (Fontcuberta, 1993: 65).

Las teorías analizadas se encuentran estrechamente vinculadas a la construcción social de la realidad, según la cual la información es poderosa porque crea realidades (Camps, 1990). Esta teoría destaca el poder de los medios de comunicación para producir realidad. El medio actúa como un espejo que refleja la realidad social y, al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea ésta (Castillo, 2011).

Centrándonos en la comunicación de las drogas, no sólo el análisis de la presencia o ausencia de las drogas en la agenda temática de los medios, sino su encuadre, serán determinantes a la hora de comprender la vinculación entre su tratamiento informativo y la percepción del tema por parte del público. Podríamos, en este sentido, preguntarnos, cuál es el tratamiento del fenómeno propiciado por los medios. Las investigaciones precedentes que abordan el tratamiento periodístico de las drogas, referidas en el apartado introductorio, ponen de manifiesto que los medios generalistas, cuando informan sobre las drogas, lo hacen en clave de información de sucesos o de tribunales y pocas veces lo hacen teniendo en cuenta su función formativa y/o educativa. Además, estos estudios insisten en la gran oportunidad que ofrecen los medios como plataformas o canales para la difusión de las campañas de prevención y sensibilización frente a la drogadicción.

Por otro lado, algunos estudios alertan de que el consumo de drogas está desapareciendo de las agendas de los medios de comunicación (López de Luzuriaga y Bermejo, 2004; Pantoja Vargas y Abeijón, 2004) y puede contribuir a reducir la percepción de riesgo en determinadas sustancias (Cuesta y Menéndez, 2010).

⁶ “Enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos destacar en un texto comunicativo, de tal manera que promueva la definición particular de un problema, una interpretación causal, una evaluación moral y una recomendación sobre el mismo” (Traducción de los autores).

3. Objetivos y metodología de la investigación

3.1. Hipótesis y Objetivos

La presente investigación tiene por objeto analizar el tratamiento periodístico recibido en la actualidad por las drogodependencias en la prensa de información general con particular atención al tratamiento recibido por tres sustancias donde los datos sobre índices de consumo, prevalencia o edad de inicio podrían parecernos especialmente preocupantes: la cocaína, el alcohol y la marihuana/cannabis⁷. El estudio nos permitirá inferir los modelos de información vigentes sobre el tema, si existen diferencias en el tratamiento recibido por las sustancias objeto de estudio y entre drogas legales e ilegales (dado que las sustancias que centran nuestra atención son de diferente tipo contando con una legal, una ilegal y una ilegal con uso legal para aplicaciones médicas, lo que podría influir en el tratamiento mediático y, atendiendo a las teorías mencionadas del encuadre, tematización..., también podría incidir en la percepción pública situándola a medio camino entre las legales e ilegales). Además el análisis nos permitirá descubrir si existen interrelaciones entre la agenda mediática y la pública.

Para ello, basamos la investigación en las siguientes hipótesis principales:

1. Siendo la drogadicción un problema de primer orden en el caso español, y dados los datos especialmente preocupantes de consumo y prevalencia a nivel europeo y de edad temprana de inicio, entendemos que la información dirigida a prevenir el uso y abuso de sustancias adictivas en general y, en particular, de cocaína, alcohol y marihuana, debería tener un peso importante en la prensa de información general (tanto en lo que respecta a la cantidad de información como a la intensidad formal de su tratamiento).

Esta hipótesis se sustenta en las siguientes hipótesis secundarias o variables dependientes:

- Hipótesis secundaria 1: Las tres sustancias objeto de análisis serán las que reciban mayor atención dados sus datos de consumo, prevalencia y edad de inicio.
- Hipótesis secundaria 2: La prevención será el tema principal más destacado en las informaciones objeto de estudio.
- Hipótesis secundaria 3: Los encuadres del tema como un problema de salud (Nueva investigación, Contexto general científico-médico y Epidemiología) deberían ser los predominantes en los textos estudiados.
- Hipótesis secundaria 4: El tono de las informaciones será claramente negativo alertando sobre el peligro para la salud del consumo de estas sustancias adictivas.

2. Presuponemos que podríamos encontrar diferencias en el tratamiento de las drogas ilegales objeto de estudio, cocaína y marihuana, y la legal, alcohol.

Esta hipótesis se apoya en las siguientes hipótesis secundarias o variables dependientes:

⁷En el seguimiento de las informaciones consideraremos como descriptores tanto marihuana como cannabis por el uso habitual de la doble terminología. Nosotros analizamos sustancia y no la planta (cannabis sativa). Por otro lado, el uso legal para determinados tratamientos médicos se centra en la marihuana (el cannabis medicinal, también llamado *marihuana medicinal*, se refiere al uso de la planta de cannabis como un medicamento). De ahí que nuestro interés se centre en esta sustancia.

- Hipótesis secundaria 1: El modelo punitivo donde la temática se centra en tráfico de drogas y el encuadre y secciones donde aparece la información es coherente con dicha temática. Se podría dar más en las noticias sobre sustancias ilegales que sobre la legal.
- Hipótesis secundaria 2: Podría haber diferencias en la dirección o tono de la información entre sustancias legales e ilegales.

Los objetivos específicos del estudio son los siguientes:

- Analizar el tratamiento informativo de las drogas y de las diferentes sustancias adictivas con particular atención a la cocaína, alcohol y cannabis.
- Conocer los distintos aspectos relacionados con el consumo de drogas tratados en las informaciones con el fin de delimitar los temas más destacados.
- Conocer las secciones y encuadres que recibe el tema para verificar si se mantiene el modelo informativo descrito en estudios precedentes o cobran más fuerza los frames relativos a salud más en línea con el enfoque buscado por las entidades que trabajan en materia de prevención.
- Analizar la intensidad recibida por el tema y, en particular, las sustancias objeto de análisis, aspecto determinante a la hora de que un tema pase de la agenda mediática a la pública (los temas con tratamiento menos destacado captan menor atención).
- Conocer la dirección/tono de las informaciones.

3.2. Corpus y Metodología

La investigación se centra en prensa de información general nacional y el periodo objeto de estudio es los años 2009 y 2010. Las cabeceras seleccionadas han sido: *El País*, *El Mundo* y *ABC*. Los criterios adoptados para la elección de los soportes han sido tirada/difusión y que cubran espectro ideológico diferenciado en base a la línea editorial del medio. Se han escogido los dos diarios nacionales de más tirada *El País*, con 1.924.000 lectores, y *El Mundo*, con 1.282.000. Para cubrir el espectro ideológico diferenciado en base a la línea editorial del medio, se eligió también *ABC*, con 756.000 lectores en el año móvil de febrero a noviembre de 2010 (AIMC, 2010).

Finalmente el corpus de la investigación estará integrado por 1.495 textos sobre el tema en los tres diarios seleccionados (449 en *El País*, 722 en *El Mundo* y 325 en *ABC*).

Para la evaluación de la cobertura y el tratamiento informativo de las drogodependencias con particular atención a la cocaína, alcohol y la marihuana se aplicará el método del análisis de contenido.

El análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952: 18). Más tarde, Holsti y Krippendorff ampliaban sus aplicaciones a la realización de inferencias (Holsti, 1969; Krippendorff, 1980).

En relación a los objetivos de la investigación, aplicaremos los siguientes tipos de análisis de contenido: análisis categorial y análisis evaluativo de dirección (Bardin, 1986) y de la intensidad (Canga Larequi, Coca García, Peña Fernández, y Pérez Dasilva, 2010; Casasús, 1998; Kayser, 1982; Martínez Albertos, 2001; Paricio, 2011; P. Paricio Esteban, Núñez-Romero Olmo, y Rodríguez Luque, 2011; P. Paricio Esteban, Rodríguez Luque, Sanfeliu Aguilar, y Núñez-Romero, 2011; Rodríguez Luque y Núñez-Romero, 2011;

Paricio, Rodríguez y Rabadán, 2012) y análisis de contenido desde la perspectiva del framing (Entman, 1993; Scheufele, 1999) con una fiabilidad de un 90% en todas las variables en el coeficiente Kappa de Cohen.

Con el análisis categorial analizaremos fuentes, secciones, temas tratados y sustancias, definiendo, para ello, un sistema de categorías e índices, y con el análisis evaluativo analizaremos variables de intensidad formal como la ubicación y género periodístico y la dirección o tono de la información. El último tipo de análisis nos permitirá conocer el encuadre desde la perspectiva del enfoque o frame priorizado en el tratamiento periodístico de las drogas.

Se define como unidad de análisis la unidad redaccional –entendida como “agrupación unitaria y generalmente autónoma de dos o más elementos de estructura (título y texto; título e ilustración; título, texto e ilustración)” (Casasús, 1998: 119-120; Paricio y Rabadán, 2010)– cuyo texto trata el tema de las drogas como tema principal o secundario.

Para la realización del estudio se ha elaborado una ficha de análisis que ha sido aplicada a cada una de las unidades de análisis y los datos obtenidos han sido tratados con software estadístico.

4. Resultados

4.1. Cobertura

La cobertura que recibió la droga en las tres cabeceras analizadas durante el periodo de estudio definido queda definida por los datos que se muestran en la Tabla 1. Tal y como se puede observar, se publicaron un total de 1.495 textos relacionados con las drogas, lo que nos deja un total de 0,69 textos por cabecera y día, es decir, aproximadamente siete textos cada 10 días por periódico.

Por cabeceras, *El Mundo* es la que más atención prestó al tema, con un 48,23% de los textos estudiados, seguida por *El País* (30,03%) y *ABC* (21,74%). Además, en el año 2009 se publicaron muchos más textos que en 2010. De hecho, en el primer año de estudio se publicaron el 63,55% de los textos.

Figura 1. Cobertura de la droga

Periódico	2009	2010	Total
ABC	197	128	325
El Mundo	454	267	721
El País	299	150	449
Total	950	545	1.495

Para tener una panorámica general sobre el tratamiento de las drogas realizado por los tres diarios, hemos contabilizado cuántos textos se dedicaron, en total, a cada una de las sustancias que pudiesen ser objeto de estudio (Tabla 2).

Figura 2. Textos según las sustancias tratadas

Droga	Textos
Tabaco	280
Alcohol	331
Cannabis/Marihuana	154
Hachís	153
Cocaína	387

Heroína	80
Crack	4
Crystal	16
Éxtasis	43
Anabolizantes	22
Psicofármacos	20
Drogas en general	385
Otra	109

En esta investigación nos hemos centrado en el tratamiento que recibieron la cocaína, el alcohol y el cannabis/marihuana. En este sentido y, como se aprecia en la Tabla 3., de las tres sustancias, la cocaína es la que más atención recibe, ya que es tratada en un 25,89% de los textos que se publican sobre drogas. Le sigue el alcohol (22,14%) y, finalmente, el cannabis/marihuana (10,3%).

Figura 3. Cobertura de alcohol, cannabis y cocaína

Periódico	Alcohol			Cannabis/Marihuana			Cocaína		
	2009	2010	Total	2009	2010	Total	2009	2010	Total
ABC	52	25	77	19	8	27	59	25	84
El Mundo	106	76	182	63	24	87	116	66	182
El País	48	24	72	29	11	40	92	29	121
Total	206	125	331	11	43	154	267	120	387

Por periódicos, en *ABC*, la cocaína es tratada en el 25,85% de los textos que hablan de droga, el alcohol, en el 23,7% y el cannabis/marihuana, en el 8,3%. En *El Mundo*, cocaína y alcohol reciben la misma cobertura (25,24%), mientras que el cannabis/marihuana es tratado en el 12,1% de los textos que hablan de drogas. Finalmente, en *El País*, la cocaína es tratada en el 26,9% de los textos sobre drogas, el alcohol, en el 16% y el cannabis/marihuana, en el 8,9%.

4.2. Temáticas, frames y secciones

Temáticas

Si nos centramos sólo en el análisis de las tres sustancias (un total de 773 textos), observamos que la temática principal de los textos donde se informa de alguna de las tres suele ser Tráfico de drogas (35,45%), seguida de Prevención (24,45%). La temática menos desarrollada es Datos sobre el consumo (10,74% de los textos). Por sustancias, según muestra la Tabla 4., la temática principal de los textos que hablan sobre cocaína es Tráfico de drogas (67,96% de los textos); la de los textos que hablan sobre alcohol es Prevención (36,25%) y la de los textos que hablan sobre cannabis, Datos sobre el consumo (36,36%).

Figura 4. Temáticas según sustancias

Temática	Cocaína	Alcohol	Cannabis / Marihuana	Total
Tráfico de drogas	263	5	68	336
Consecuencias del consumo	26	102	16	144
Datos sobre consumo	25	38	24	87
Prevención	54	120	30	204
Ocio y otros	19	66	16	101
Total	387	331	154	872

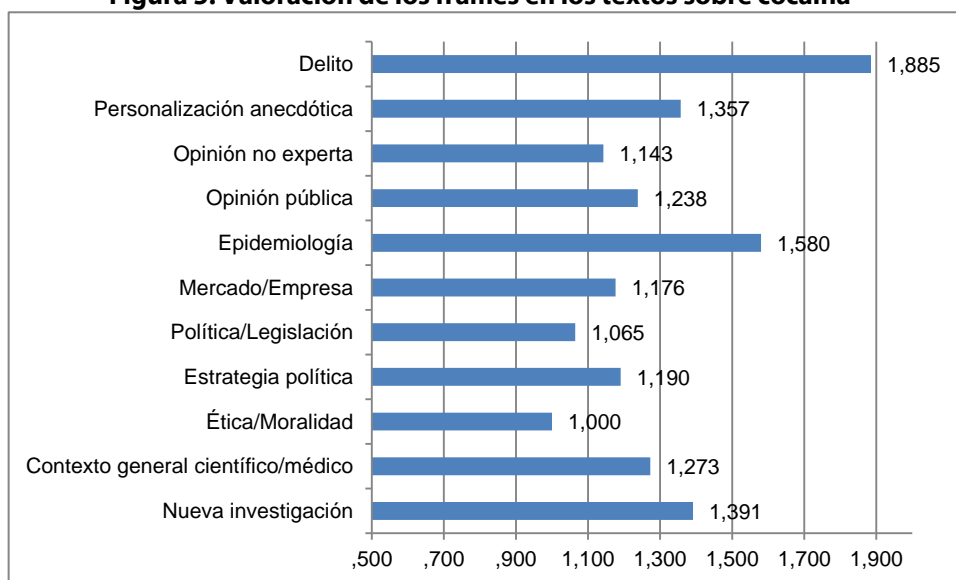
En este caso, observamos que, en el caso de la cocaína, que es una sustancia ilegal en España, la temática principal es claramente Tráfico de drogas (68%). Sin embargo, con el alcohol, que es una sustancia de consumo legal para los mayores de 18 años, la temática

principal cambia y es Prevención la que sobresale (36,3%), aunque también hay muchos textos sobre Consecuencias del consumo (30,8%). Es interesante que en el caso del cannabis/marihuana, una sustancia ilegal en España, salvo en los casos de prescripción médica, la temática principal de los textos sea Tráfico de drogas (44,2% de los textos sobre esta sustancia), aunque también son numerosos los textos sobre Prevención (19,5%).

Frames

Hemos analizado los frames o encuadres principales presentes en los textos que tratan sobre las tres sustancias estudiadas para saber cómo enfocan los periodistas la información que transmiten independientemente del tema que estén tratando. Cuando la cocaína aparece en la información, el 81% de los textos tienen como frame destacado Delito. El porcentaje se reduce aunque sigue siendo el frame predominante en el caso de alcohol y marihuana (cuando el alcohol está presente en la información, el 54% de los textos tiene como frame destacado Delito y el 48,7%, en el caso de la marihuana, tienen como frame destacado Delito).

Figura 5. Valoración de los frames en los textos sobre cocaína



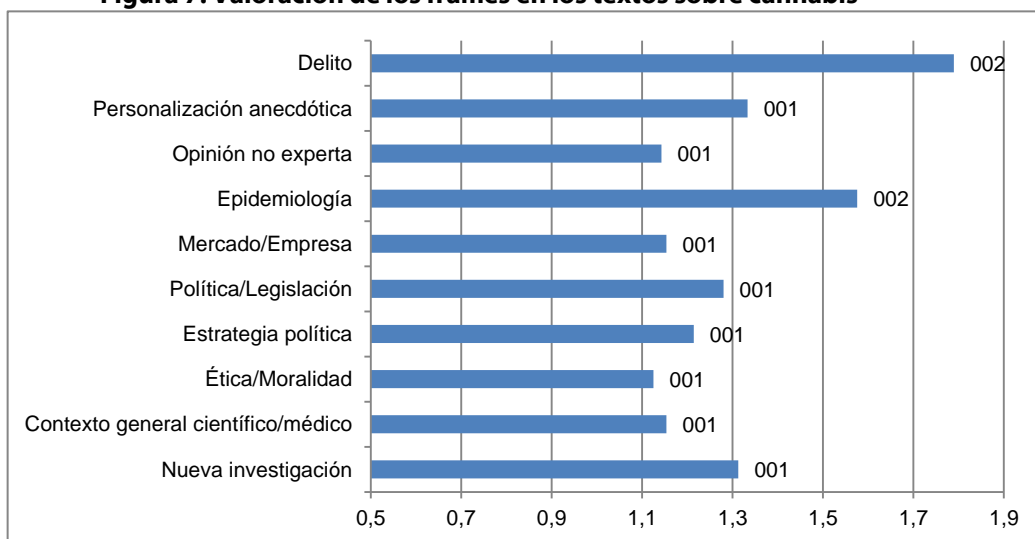
Cuando la cocaína está presente en los textos, podemos clasificar los textos y los enfoques tal y como se muestra en la Tabla 5., donde se observa que, además del frame Delito, que es sin duda el más importante, el frame Epidemiología también destaca sobre los demás.

Figura 6. Valoración de los frames en los textos sobre alcohol



En el caso de los textos que tratan sobre alcohol, además del frame Delito, que se muestra como el más importante, también destaca, como ocurría en el caso anterior, el frame Epidemiología, en este caso, con valores más cercanos al frame Delito porque los valores de Delito son menores (Tabla 6).

Figura 7. Valoración de los frames en los textos sobre cannabis



En los textos sobre cannabis/marihuana, Delito se muestra como el frame más importante, seguido por Epidemiología, lo que nos muestra que, cuando los periodistas tratan el cannabis/marihuana en sus textos, también lo hacen desde la perspectiva de la ilegalidad de la sustancia y desde la perspectiva del número de personas que consumen la misma (Tabla 7).

Secciones

La mayor parte de los textos que tratan sobre cocaína, alcohol y marihuana (32%) se ubican en Secciones regionales⁸, aunque también se encuentran bastantes textos en Nacional (23%) y en Sociedad (18%).

Figura 8. Ubicación en secciones

Secciones	Cocaína	Alcohol	Cannabis / Marihuana	Total
Cultura	0%	2%	2%	1%
Deportes	2%	2%	9%	3%
Internacional/Mundo	8%	3%	7%	6%
Nacional	30%	16%	10%	22%
Ocio	1%	0%	0%	0%
Opinión	3%	5%	4%	4%
Otros	5%	9%	9%	7%
Salud	1%	4%	4%	3%
Secciones regionales	30%	38%	22%	32%
Sociedad	14%	17%	27%	17%
Sucesos	7%	3%	5%	5%

Por sustancias, los textos sobre cocaína suelen ubicarse en las Secciones regionales o en Nacional (30% en ambos casos); los textos sobre alcohol, en las Secciones regionales (38%) o en Sociedad (17%) y los textos sobre cannabis/marihuana, en Sociedad (27%) o en Secciones regionales (22%).

4.3. Intensidad formal

Para evaluar la intensidad formal de los textos estudiados, por un lado, hemos analizado el género periodístico de las unidades redaccionales y, por otro lado, se ha realizado un análisis morfológico comparado siguiendo el método Kayser, que nos ha permitido conocer la importancia formal otorgada por cada periódico a las sustancias estudiadas en una escala sobre 100 puntos.

En primer lugar, en cuanto al género periodístico utilizado en las unidades redaccionales que tratan el tema de las drogas (Tabla 9), lo primero que debemos indicar es que el 82% de los textos son noticias, lo que nos permite afirmar que desde la perspectiva del género no se profundiza demasiado en la información siendo textos descriptivos de los acontecimientos de los que informen. Además, sólo un 6% son reportajes, que es el género periodístico que se utiliza para profundizar en las informaciones aportando una visión de conjunto, abordando causas, posibles consecuencias y conexiones con otras informaciones relacionadas.

Figura 9. Número de textos según género periodístico

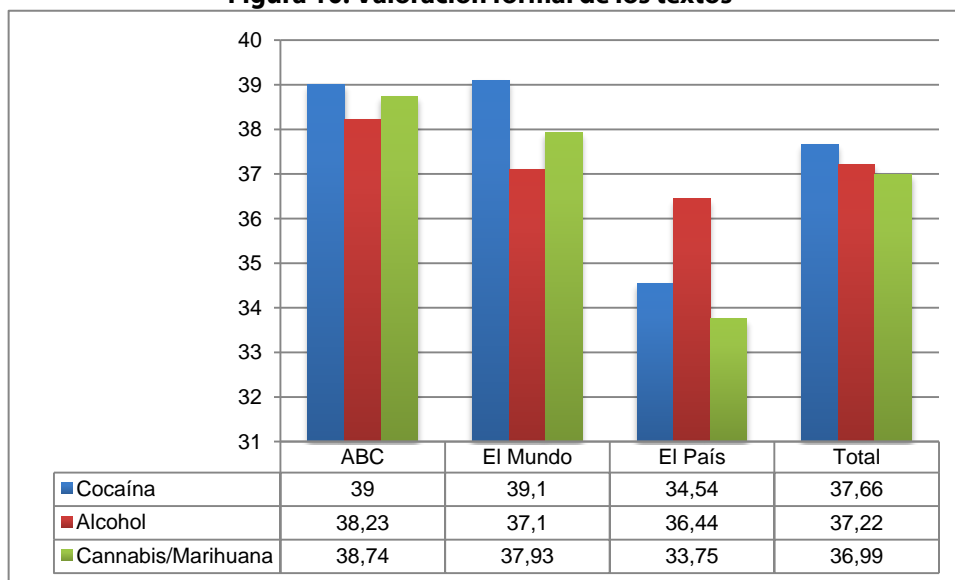
Géneros	ABC	El Mundo	El País	Total	% total
Artículo	4	5	9	18	2%
Breve	5	16	6	27	3%
Columna	9	1	9	19	2%
Crítica	0	0	0	0	0%
Crónica	0	11	4	15	2%
Editorial	1	6	0	7	1%
Entrevista	11	4	6	21	2%
Noticia	142	391	180	713	82%
Reportaje	16	17	19	52	6%

⁸ Se consideran Secciones regionales las secciones correspondientes a local, comarcas o alguna comunidad autónoma.

En el caso de los textos en los que se trata la cocaína, los porcentajes son similares, ya que el 87% (335 textos) son noticias. En los textos sobre alcohol, el porcentaje de noticias alcanza el 78% (257 textos) y en los referidos a cannabis, el 79% (12 textos).

En cuanto a la valoración formal tras aplicar el método Kayser, los resultados obtenidos han sido los que se describen en la Figura 10.

Figura 10. Valoración formal de los textos



Por sustancias, observamos que la cocaína es claramente menos valorada en *El País* que en *ABC* y en *El Mundo*, lo que significa que el diario del grupo PRISA otorgó menos importancia a los textos sobre cocaína que los otros dos periódicos estudiados desde la perspectiva de la intensidad formal. En los textos sobre alcohol no hay grandes diferencia entre los tres diarios si bien, *ABC* sea el que más importancia de los tres otorga a estos textos y *El País*, el que menos. Sobre cannabis/marihuana, de forma clara, *ABC* y *El Mundo* otorgaron mucha más importancia a las informaciones que *El País*, que es, con diferencia, el que menos valoró formalmente estos textos. Las unidades redaccionales sobre cocaína y cannabis/marihuana del diario *El País* son las menos valoradas de todo el estudio.

4.4. Dirección de la información

La dirección de los textos analizados es, fundamentalmente, neutra (Tabla 11). En relación a los textos sobre cocaína, el 95% tienen un tono neutro. Le siguen los textos de tono contrario y sólo un 1,3% tienen una dirección positiva. En los referidos al alcohol, el 91% tiene un tono neutro al que siguen los textos de tono negativo y sólo el 2% tienen una dirección positiva. Por último, en los textos sobre cannabis, el 88,3% tienen tono neutro. Le siguen también los textos de dirección negativa y sólo el 2,6% tienen un tono positivo.

Figura 11. Tono de los textos

Tono	Cocaína	Alcohol	Cannabis
Ambivalente	4	9	4
Neutro	367	301	136
Negativo	11	14	10
Positivo	5	7	4

5. Conclusiones

Las principales conclusiones de la investigación son las siguientes:

1. La cobertura del tema en los medios objeto de estudio se puede considerar escasa lo que indica que no es uno de los temas principales de la agenda mediática con una media de menos de una noticia al día. Únicamente *El Mundo* realiza un tratamiento mayor (casi el 50% de las informaciones sobre el tema). Es llamativa la escasa presencia en *ABC* (menos de la mitad que en *El Mundo*).

La cocaína es la que más atención recibe seguida de cerca por el alcohol (las dos, más de un 20% de las informaciones). Destaca la poca atención que prestan los medios estudiados al cannabis/marihuana (menos de la mitad de cobertura que la recibida por la cocaína y el alcohol) ya que, como se ha visto anteriormente, es una sustancia con elevados niveles de consumo en España en comparación con otros países de la Unión Europea y la más consumida en el mundo. En este sentido, la hipótesis secundaria 1 que suponía que las tres sustancias serían las que recibirían la mayor cobertura se cumple en el caso de la cocaína y el alcohol pero no en el caso de la marihuana.

2. El análisis morfológico indica una baja intensidad en el tratamiento del tema, lo que redundaría en la baja visibilidad de los textos y podría influir en que el tema no pase a la agenda pública. En este sentido, aunque la cobertura es elevada en alguno de los diarios objeto de estudio, la intensidad es baja. *ABC* es el que más valoró los textos analizados (sin embargo, es el soporte con menos cobertura) y *El País*, el que menos.

Aunque no existe gran diferencia entre los textos sobre las tres sustancias estudiadas, en *El Mundo*, hay una tendencia a valorar más los textos sobre cocaína, seguidos por cannabis/marihuana y, finalmente, alcohol. En *El País*, por su parte, la tendencia es dar mucho más valor a los textos sobre alcohol que a los textos sobre las demás sustancias.

Por consiguiente, los medios no conceden una relevancia elevada al tema, lo que podría influir en que no termine trasladándose a la agenda pública. Si atendemos, por ejemplo, al género periodístico, predomina el informativo (sobre todo las noticias) siendo escasa la profundidad de los textos estudiados. En este sentido, es difícil que este tipo de tratamiento contribuya a aumentar la percepción social del riesgo para la salud que constituye el consumo de drogas.

3. En relación a la temática principal, tráfico de drogas es la que destaca sobre las demás. En estos resultados se observa que los medios analizados durante 2009 y 2010 enfocan de un modo distinto estas tres sustancias, cuyo consumo es percibido también como distinto por los propios ciudadanos: en el caso de la cocaína, que es una sustancia ilegal en España, la temática principal es claramente Tráfico de drogas lo que se repite también con el cannabis/marihuana, donde también casi un 20% tratan el tema de la prevención. Sin embargo, en el alcohol, que es una sustancia de consumo legal para los mayores de 18 años, la temática principal cambia y es Prevención la que sobresale seguida de cerca por Consecuencias del consumo. Por consiguiente, solo en las informaciones sobre alcohol se cumple la hipótesis secundaria 2 donde suponíamos que dados los preocupantes índices de consumo, prevalencia... la prevención sería la temática más tratada.

4. Las informaciones suelen ubicarse en secciones coherentes con la temática predominante (tráfico de drogas) donde se relatan actuaciones policiales, como Nacional o Secciones regionales. Además, los textos que tratan la segunda temática más desarrollada, Prevención, suelen ubicarse en secciones donde se habla de problemas de salud o de campañas institucionales en este ámbito como Sociedad existiendo también una coherencia entre la temática y la sección donde figura el texto informativo.

5. Los periodistas, cuando escriben sobre cocaína, alcohol o cannabis/marihuana, lo hacen desde la perspectiva del delito –la tenencia o consumo y los actos delictivos consecuencia del consumo o tráfico de estas sustancias–. Estos datos son coherentes con las temáticas principales de los textos, excepto con la temática Prevención en los textos de alcohol, lo que nos hace intuir que cuando los medios escriben sobre prevención y alcohol lo hacen desde la perspectiva del delito (“no debería consumir usted alcohol si va a conducir porque es un delito”, pero no “porque es malo para su salud”). En este sentido y atendiendo al encuadre de la información queda refutada la hipótesis secundaria 3 donde en relación con los objetivos de los programas de prevención institucionales presuponíamos que los frames relacionados con el encuadre del tema como un problema de salud (Nueva investigación, Contexto general científico-médico y Epidemiología) deberían ser los predominantes en los textos estudiados.

6. En relación a la dirección de la información, predominan los textos neutros en las tres sustancias siendo casi nulos los positivos y muy escasos los textos negativos, lo que refutaría la hipótesis secundaria 4 donde a priori pensábamos que habría una presencia mayor de textos negativos alertando con rotundidad del peligro para la salud del consumo de drogas y, en particular, de las tres sustancias analizadas.

Por todo ello, podemos inferir que:

- Dada la reducida cobertura e intensidad del tratamiento periodístico de las drogas, en general, y las sustancias objeto de estudio, en particular, y sobre todo de la marihuana, la primera Hipótesis principal del estudio donde presuponíamos una importante presencia en los medios de la prevención (dados los preocupantes datos de consumo de drogas en España y, en particular, en el caso de la cocaína, alcohol y marihuana), quedaría refutada confirmándose sólo en términos de cobertura en *El Mundo*. Teniendo en cuenta el efecto agenda setting de los medios de comunicación, este comportamiento puede contribuir a disminuir la percepción de importancia del problema del consumo de drogas en la agenda pública (CIS, 2011), a pesar de que España es líder en la Unión Europea en términos de consumo de cocaína y cannabis (EMCDDA 2010; UNODC, 2010). Por otra parte, de acuerdo con la teoría del framing, los periódicos estudiados transmiten a la sociedad que la perspectiva más importante en la discusión sobre las drogas es el delito y no dan una relevancia significativa a la perspectiva de salud.
- En relación a la segunda hipótesis principal del estudio formulada por la que considerábamos a priori que podríamos encontrar diferencias en el tratamiento de las drogas ilegales (cocaína y marihuana) y la legal (el alcohol), quedaría confirmada solo en relación a la temática y sección predominante en la información, ya que en el caso de cocaína y marihuana (sustancias ilegales) el tema predominante es tráfico de drogas mientras que las informaciones sobre alcohol se centran más en prevención y consumo siendo diferente la sección en la que se ubican las informaciones de alcohol frente a las otras sustancias, coherente con la diferente

temática tratada. Sin embargo, queda refutada en relación al frame o encuadre ya que en los tres casos la perspectiva “Delito” es la mayoritaria por lo que la hipótesis secundaria 1 quedaría confirmada solo en parte. En relación a la Dirección o tono de la información no existen diferencias en el tratamiento de las tres sustancias por lo que la hipótesis secundaria 2 quedaría refutada.

Otra conclusión del estudio es que en 2010 se observa un incremento en la presencia del tema Prevención en las cabeceras objeto de estudio lo que apunta la tendencia, que habría que contrastar en estudios posteriores, de que los medios están trabajando en el sentido adecuado para ofrecer una información orientada a la prevención del consumo de drogas.

6. Bibliografía

- AIMC. (2010). *Febrero a noviembre de 2010 (3º Año Móvil 2010). Resumen General EGM*. Disponible en <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>. Consultado el 26-06-2012.
- ALTÉS, M. A; BAÑOS, J. R. y NUÑO DE LA ROSA, J. A. (2011). *El Código Penal de 1995 y sus posteriores reformas*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- BARDIN, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.
- BENEIT, J.V.; GARCÍA, C. Y MAYOR, I. (1997). *Intervención en drogodependencias. Un enfoque multidisciplinar*. Madrid, Síntesis.
- BERELSON, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press.
- BERGER, P.L. y LUCKMANN, T. (1986). *La construcción social de la realidad*. Madrid: Martínez de Murguía.
- BERRIO, J. L. (2000). "Medios de comunicación y drogas". En ARANA, X., VEGA FUENTE, A. y MARKEZ ALONSO, I. (Eds.): *Drogas: cambios sociales y legales ante el tercer milenio*, 219-234. Madrid: Dykinson.
- CAMPS, V. (1990). *El derecho a la información y el deber de informar*. Letra.
- CANGA LAREQUI, J., COCA GARCÍA, C., PEÑA FERNÁNDEZ, S., y PÉREZ DASILVA, J. (2010). "Terrorismo y política dominan las portadas de la prensa vasca. Análisis de contenido y superficie de las primeras páginas de los diarios autonómicos". En *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 61-70. Disponible en http://www.revistalatinacs.org/10/art/883_UPV/05_J_Canga_et_al.html (28 de febrero de 2010). DOI:10.4185/RLCS-65-2010-883-061-070.
- CARVAJAL, C. A. (2010). "La creación mediática de los imaginarios colectivos sobre las drogas". En OBSERVATORIO DE DROGODEPENDENCIAS DE CASTILLA-LA MANCHA (Ed.), *Jóvenes, Drogas y Comunicación. Número seis. 2010*, 93-106. FISCAM.
- CASASÚS, J. M. (1998). *Ideología y análisis de los medios de comunicación* (4ª ed.). Barcelona: CIMS 97.
- CASTILLO, A. (2011): "Los medios de comunicación como actores sociales y políticos". En *Razón y Palabra*, 75.
- CIS: Disponible en http://www.cis.es/opencms/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html. Recuperado el 12 de Junio de 2012.
- COLECTIVO ABIERTO DE SOCIOLOGÍA (1997). *Tratamiento periodístico de las drogas y las drogodependencias* (2 ed.). Madrid: Coordinadora de ONGs que Intervienen en Drogodependencias.
- COSTA, P. D., y PÉREZ, J. M. (1987). "La información sobre droga en la televisión en España". En *Comunidad y Drogas*, 14, 31-45.

- COSTA, P. D., y PÉREZ, J. M. (1989). "Droga, televisión y sociedad". En *Comunidad y Drogas*, 8.
- CUESTA, U. y MENÉDEZ, T. (2010). "Drogas, Comunicación y Nuevas Tecnologías de la Información", en MANCHA, O. D. D. C. L. (Ed.): *Jóvenes, Drogas y Comunicación*. Número seis. 2010, 93-106. FISCAM.
- DADER, J. L. (1990a). "La canalización o fijación de la agenda por los medios". En MUÑOZ ALONSO, A., MONZÓN, C., ROSPIR, J. I. y DADER, J. L. (Eds.): *Opinión pública y comunicación política*, 303-304. Madrid: Eudema.
- DADER, J. L. (1990b). "Las provincias periodísticas de la realidad". En *Comunicación y Sociedad*, vol. III, n. 1 y 2, 1990, 85-134.
- DEL RÍO, P. (1991). "La información sobre problemas sociales en España. Medios de comunicación, el problema drogas y la percepción de soluciones". En *Comunidad y Drogas*, Monografías(14), 59-59.
- DE LA MOTA, I. (1988). *Función social de la información*. Madrid: Paraninfo.
- EMCDDA. (2010). *Annual report on the state of the drugs problem in Europe*. Lisboa: Observatorio Europeo de las Drogas y Toxicomanías.
- EMCDDA. (2011). *Annual report on the state of the drugs problem in Europe*. Lisboa: Observatorio Europeo de las Drogas y Toxicomanías.
- ENTMAN, R. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". En *Journal of Communication*, 43, 51-58.
- FAD (1998). *Drogas: Conocer y prevenir*. Madrid: Venali Ediciones.
- FERNÁNDEZ-CID, M. (Ed.). (1996). *Tratamiento periodístico de las drogas y las drogodependencias*. Madrid: Coordinadoras de ONGs que intervienen en Drogodependencias.
- FERRER, X. y DACOSTA, L. M. (1994). "Droga et mass-médias en Espagne. Problèmes et recommendations". En *Psychotropes*, 3, 103-105.
- FONTCUBERTA, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- GARCÍA DEL CASTILLO, J. A. y LÓPEZ-SÁNCHEZ, C. (2009). *Medios de comunicación, publicidad y adicciones*. Madrid: EDAF.
- GARCÍA NEBREDA, B. (1987). *La imagen de la droga en la prensa española*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- GISBERT, J. A. y VILLANUEVA, E. (2005). *Medicina legal y toxicología*. Barcelona. Masson.
- HOLSTI, O. R. (1969). *Content analysis for the social science. Humanities Reading*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- KAYSER, J. (1982). *El diario francés*. Barcelona: ATE.
- KRIPENDORFF, K. (1980). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- LÓPEZ DE LUZURIAGA, U., y BERMEJO, S. (2004). "Qué esperamos los profesionales que tenemos que ver con las drogas de los mdc: la visión de una asociación de usuarios de drogas por la reducción de riesgos". En PANTOJA, L. y ABEIJÓN, J. A. (Eds.): *Los medios de comunicación y el consumo de drogas*, 110-112. Bilbao: Instituto Deusto de Drogodependencias y Asociación Ai laket.
- LUHMANN, N. (2000). *La Realidad de los Medios de Masas. Anthropos*. Barcelona: Universidad Iberoamericana. Iteso.
- MARTÍN NIETO, J. (1998). "Drogas de síntesis y medios de comunicación". En *Claves de la razón práctica*, 87, 68-70.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (2001). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- MARTÍNEZ VERDÚ, R. (2007). "Drogas, adolescentes y medios de comunicación". En ÁLVAREZ POUSA, L., EVANS PIM, J. y CRESPO ARGIBAY, Ó. (Eds.),

- Comunicación e xuventude: Actas do Foro Internacional*, 51-70. Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- MCCOMBS, M. (2005). "A look at agenda-setting: past, present and future". En *Journalism Studies*, 6(4), 543-557.
- MCCOMBS, M., y SHAW, D. (1972). "The Agenda Setting Function of Mass Media". En *Public Opinion Quarterly*, 7.
- MEGÍAS, E. et al. (2000). *La percepción social de los problemas de drogas en España*. Madrid: Fundación de Ayuda contra la drogadicción (FAD).
- MEYER, J. S. y QUENZER, L. F. (2005). *Psychopharmacology: Drugs, the Brain, and Behavior*. Massachusetts: Sinauer Associates
- MINISTERIO DE SANIDAD. (2000). *Actuar es posible: Medios de comunicación y drogodependencias*. Madrid: Ministerio de Sanidad.
- MUÑOZ ALONSO, A. (1992). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema.
- NIDA (2010). "Cocaína: Abuso y Adicción". En *Serie Reportes de Investigación*. NIDA: www.drugabuse.gov/es/publicaciones/serie-de-reportes/cocaina-abuso-y-adiccion. Consultado el 12-07-2012.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1993). "La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación". En *Comunicación y Sociedad*, VI(1 y 2), 9-28.
- OLIVA, M. P. (1986). "Los medios de comunicación social ante las drogodependencias". En *Comunidad y Drogas*, 1, 65-73.
- PANTOJA VARGAS, L. y ABEIJÓN, J. A. (Eds.) (2004). *Los medios de comunicación y el consumo de drogas*. Bilbao: Universidad de Deusto (Instituto Deusto de Drogodependencias).
- PARICIO ESTEBAN, P.; RODRÍGUEZ LUQUE, C. y RABADÁN ZARAGOZÁ, M. J. (2012): "Tratamiento del consumo de alcohol y su prevención en prensa española desde la perspectiva del *framing*: *El País*, *El Mundo*, *Abc* y *La Razón*". En *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 322-346. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. Recuperado el 12 de Julio de 2012, de http://www.revistalatinacs.org/067/art/958_Valencia/14_Cristina.html
DOI: [10.4185/RLCS-067-958](https://doi.org/10.4185/RLCS-067-958) / [CrossRef link](#)
- PARICIO, P.; RODRÍGUEZ, C. y NÚÑEZ-ROMERO, F. (Coords.) (2012). *Adicciones, estrategias de prevención y comunicación*. Villafranca del Penedés (Barcelona): Erasmus.
- PARICIO ESTEBAN, P. (Coord.) (2011). *La prevención de las drogodependencias. Los medios de comunicación: cómplices necesarios*. Vilafranca del Penedés (Barcelona): Erasmus.
- PARICIO ESTEBAN, P.; NÚÑEZ-ROMERO OLMO, F. y RODRÍGUEZ LUQUE, C. (2011). "Fuentes, temas y encuadres en la información sobre drogas en la prensa española. El caso de *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón* (Enero-Junio 2009)". En *Revista de Comunicación de la Universidad de PIURA*, 10.
- PARICIO ESTEBAN, P.; RODRÍGUEZ LUQUE, C., SANFELIU AGUILAR, P. y NÚÑEZ-ROMERO, F. (2011). "Las revistas para adolescentes como mediadoras sociales. Una aproximación al tratamiento de las drogas en 2008 y 2009". En *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinaria de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 12, 13-38.
- PARICIO, P. (Coord.) (2010). *Campañas y comunicación institucional para la prevención de la drogadicción*. Villafranca del Penedés (Barcelona): Erasmus.
- PARICIO ESTEBAN, P. y RABADÁN ZARAGOZÁ, M. J. (2010). "Comunicación y prevención de las drogodependencias". En PARICIO ESTEBAN, M. P. (Ed.), *Campañas y comunicación institucional para la prevención de la drogadicción*, 37-60. Villafranca del Penedés (Barcelona): Erasmus.

- PARICIO ESTEBAN, P.; SANFELIU AGUILAR, P. y SANFELIU MONTORO, A. (2002). "Las campañas de comunicación y publicitarias sobre sida y drogas". En *Revista española de drogodependencias*, 27(3), 489-513.
- PARTENEN, J. y MONTOENM, M. (1989). *El alcohol y los medios de comunicación*. Madrid: Ministerio de Sanidad.
- POZZI, S. (2011). «Personalidades mundiales llaman a ensayar la regulación del cannabis». En *El País*, 02-06-2011.
- PRIETO, J. L. (1987). "La imagen de la droga en la prensa española". En *Comunidad y Drogas*, 4.
- QUINTÁ, F. (1989). "La tentadora evasión: medios de comunicación y drogas". En *Derechos Humanos: revista de la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos*, 22, 31-32.
- REKALDE, Á. y ROMANÍ, O. (2002). *Los medios de comunicación social ante el fenómeno de las drogas: un análisis crítico*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- RODRÍGUEZ LUQUE, C. y NÚÑEZ-ROMERO, F. (2011). "La visión de las drogas que dan los periódicos ABC, El Mundo, El País y La Razón (enero-junio 2009)", en PARICIO ESTEBAN, M. P. (Ed.), *La prevención de las drogodependencias. Los medios de comunicación: cómplices necesarios*, 33-56. Villafranca del Penedés (Barcelona): Erasmus.
- ROJAS, I. (2005). *Relaciones Públicas: La eficacia de la influencia*. Madrid: ESIC Editorial.
- ROMANÍ, O. (2004). *¿Cómo se ha informado de las drogas en la sociedad española?*. Bilbao: Deusto.
- ROMERO, F. J. y CARCELÉN, R. (2010). "El consumo de drogas en los jóvenes". En PARICIO ESTEBAN, P. (Ed.), *Campañas y comunicación institucional para la prevención de la drogadicción*. Villafranca del Penedés: Erasmus Ediciones.
- SAPERAS, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.
- SCHEUFELE, D. (1999). "Framing as a theory of media effects". En *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- SITTHI-AMORN, C., y NGAMVITHAYAPONGSE, J. (1998). "The role of media and communication in improving the use of drugs and other technologies". In *International Journal of Technology Assessment in Health Care*, 14(1), 71-80.
- SOLANS, M. (Ed.). (1991). *Medios de comunicación, el "problema drogas" y la percepción de soluciones*. Madrid: Ministerio de Sanidad y Consumo.
- STEVENS, A. y LOWE, J. (2001). *Anatomía patológica*. Madrid: Editorial Harcourt.
- UNODC (2010). *World Drug Report 2010*. United Nations Publication. <http://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/WDR-2010.html>. Consultado el 10-07-2010.
- VEGA FUENTE, A. (1995). "Los medios de comunicación social y las drogas: entre la publicidad y el control social". En *Revista española de drogodependencias*, 20(2), 99-111.