



Drogas y Salud

Red de **A**ctividades
de
Promoción de **S**alud



Comisión Europea

Consejería de Asuntos Sociales
Comisionado para la Droga

SESIÓN DE TRABAJO: “MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DROGAS DE SÍNTESIS: UNA RELACIÓN AMBIGUA”

Autores: JOAN CARLES MARCH CERDÁ¹ • M^a ANGELES PRIETO RODRÍGUEZ¹ • MANUEL ROMERO VALLECILLOS¹ • NURIA ROMO AVILÉS²

1. Escuela Andaluza de Salud Pública

2. Departamento de Antropología y Trabajo Social. Universidad de Granada

Coordinador de la Sesión de Trabajo: Joan Carles March Cerdá

Relator de la Sesión de Trabajo: Raúl García Martín

Escuela Andaluza de Salud Pública

Introducción

El énfasis actual sobre las necesidades en el cuidado de la salud de la población está incrementando la importancia de conocer el papel potencial de los medios de comunicación en aspectos de la salud y de la utilización de los servicios sanitarios (1).

Esta potencialidad viene dada por la asidua presencia en la prensa, radio, o televisión de algunos tópicos relacionados con la salud y los servicios sanitarios. Esta cobertura genera la puesta en las agendas de individuos y grupos de un discurso sobre la salud, junto a un incremento del conocimiento en diversos temas. Además los medios de comunicación pueden influir en los comportamientos sociales alrededor de la salud de las personas (2).

Las encuestas poblacionales nos muestran que los medios de comunicación son un importante fuente de información acerca de problemas de salud, como el control del peso, el HIV/SIDA,

el uso de drogas, el asma, la planificación familiar o el cáncer de mama (3,4).

Además, hay diversos estudios (5-11) que afirman que los medios de comunicación pueden influir en el cambio de las conductas en salud, en la utilización de servicios, en las prácticas de los profesionales y en las políticas de salud.

El estudio más reciente realizado en España sobre los medios de comunicación y la salud (12) habla de los siguientes aspectos:

Estar sano para la gente se entiende por no tener dolencias serias que crean problemas en el funcionamiento del cuerpo.

Estar enfermo es padecer una dolencia grave que afecte de modo claro la calidad de vida de la persona.

La prevención se asocia a la persecución de un ideal inalcanzable. Así, la dieta o el ejercicio están asociadas a intentar aproximarse al ideal de salud.

La salud en televisión se plasma, para alguna gente, en un mensaje preventivo y superficial. La salud es vista como un tema mediático que se filtra en la vida de las personas. La salud es vista como un tema que afecta a las emociones de las personas.

Las preocupaciones principales son enfermedades vistas como mortales como el cáncer o el sida; enfermedades de órganos que los ciudadanos consideran vitales como las enfermedades cardiovasculares, del hígado o del riñón; enfermedades mentales; enfermedades que consideran sociales como la drogadicción o el alcoholismo; las enfermedades de la tercera edad; las enfermedades mencionadas por las mujeres como la osteoporosis o las enfermedades ginecológicas.

Para mantener la salud, cada persona es responsable de tomar medidas como la dieta (la comida baja en grasas, la fruta y las verduras y la ingestión de calcio), el ejercicio, la utilización del preservativo en las relaciones sexuales, No fumar o hacerse revisiones periódicas.

Las fuentes de información sobre temas de salud de los ciudadanos españoles son: los médicos (fuente idónea y mejor valorada), los casos particulares de enfermedades de familiares y amigos, la prensa de información general, la prensa "rosa" y la televisión y la radio.

Para los españoles entrevistados, la televisión, debido a su afán divulgativo, aborda temas complejos de salud de un modo accesible y directo y genera en algunos públicos, inquietud. Además, la televisión como fuente de información en temas de salud aporta como positivo la utilización de imágenes que conciencian y aclaran, la universalidad, el contrapeso a la pasividad y la asociación con el disfrute.

Asimismo, la televisión tiene limitaciones a la hora de producir efectos a medio plazo, además no avala por sí misma la información tratada, a veces crea confusión y alarmismo.

Los españoles recuerdan programas de televisión sobre salud como "Saber Vivir", "Érase una vez el cuerpo humano", "En

buenas manos" o "La botica de la abuela". Los españoles valoran de la televisión su carácter familiar, social, abierto y ligado a la prevención.

Al hablar del programa ideal de salud, recuerdan el "Más vale prevenir" con condimentos de prevención y cómo sobrellevar enfermedades, con un estilo coloquial, ameno y no científico, que dure media hora y que trate de uno o dos temas cada vez, que sea llevado por médicos que le otorguen credibilidad y que incluya reportajes en los que se cuente las enfermedades por pasos y de un modo claro.

De las campañas de salud recuerdan el "Póntelo, pónselo", y piensan que muchas de ellas tienen un toque excesivamente burocrático y administrativo, lo cual piensan que le resta efectividad.

Por otra parte, la radio es valorada por la participación, la cercanía, la complicidad y la interactividad. La radio es vista como más divertida, más individual y ligado a la curación. Junto a ello, valoran muy positivamente que en cualquier programa se introduzca la dosis de salud. De todas formas, el no tener imágenes hace difícil la comprensión y por tanto los efectos de cambio de hábitos.

El protagonismo social de los medios de comunicación ha ido incrementándose de una manera que parece ya irreversible. Los medios han ido adquiriendo un peso cada vez mayor como generadores de una determinada construcción social de la realidad. Se han convertido en un agente de socialización.

Los medios de comunicación, por la gran credibilidad que tienen, actúan sobre la opinión pública como: conformadores de conciencias, orientadores de conductas y deformadores de la realidad.

La imagen de la droga en los medios de comunicación

Los medios de comunicación están desarrollando en algunos espacios la estrategia de promoción de la salud, a través de informar al público en aspectos preventivos, en la reducción de riesgos y también en la información sobre drogas.

En ese entorno, la droga (mejor dicho, las drogas ilegales) ha ocupado un espacio importante en los medios de comunicación, convirtiéndose en algunos momentos en un fenómeno social, indeseable.

Lo primero que salta a la vista en los estudios realizados al analizar los titulares de las informaciones relativas a la droga en la mitad de los 80 y primeros de los 90 es que esta palabra aparece ligada a otras como delincuencia, inseguridad ciudadana, marginación:

M.P. Oliva, en *Comunidad y Drogas* (1986, septiembre nº1)(13) hablaba que en un análisis de contenido de los titulares de prensa, aproximadamente un 60% de las veces, la palabra droga está asociada a las palabras atraco, asalto, tiroteo y muerte, por este orden de frecuencia. Otro 35% de las informaciones asocian la palabra droga a los conceptos de sobredosis, adulteración y muerte.

Un año posterior J.L. Prieto (14) y B. García, J. Menor y A. Perales (15) escriben que la imagen que presenta la prensa acerca de las drogas está centrada en aspectos punitivos, con una inclinación formal al mundo del delito y de los accidentes. La información aparece en secciones de ámbito regional/local, sociedad, sucesos y nacional (por este orden), con una visión de conducta desviada, al haber en las noticias una mayor presencia de los policías (22,8%) que de los médicos (1,9%). Ello hace que la droga, en opinión del autor, refleje la visión del drogadicto-delincuente más que la del drogadicto-enfermo. Los autores planteaban la necesidad de un discurso informativo más plural y polifónico, más centrado en los puntos de vista de todos los agentes sociales y más atento a las necesidades sociales

Por su parte, la televisión (16) ha hecho que el tema droga tenga un determinado estereotipo: asociación constante con temas represivos y policiales, escasa profundidad de la información que se pierde en anécdotas y casos particulares, marginación de la vertiente sanitaria y preventiva en relación con la droga y uso de la noticia como materia "comodín" en el contexto de otras noticias que tienen mayor audiencia.

De los más de 20 millones que ven cada día la televisión durante más de tres horas de media, encuentran una relación poco clara entre lo que dice y siente sobre la droga, al valorarla como una relación compleja de atracción-repulsión. En una monografía sobre la Droga y la televisión (17), se plantea que el discurso televisivo sobre el mundo de la droga es esquizoide, dividido entre la fascinación y la aversión, en un claro-oscuro del esquema y del estereotipo. Se afirma que la relación de la televisión con el mundo de la droga es ambigua e indefinida (le obsesiona y ocupa cada vez más su atención y a la vez oculta su realidad más esencial), que el discurso es disperso, contemplativo e ineficaz, que además moraliza muy esquemáticamente sobre la droga, haciendo una formulación rígida, simple y esquemática de las noticias que aparecen y además todo lleno de tópicos, que le



lleva a sobrerrepresentar el mundo delictivo asociado a la droga y sobre todo a la heroína.

Todos estos elementos han hecho que J. Funes haya definido la relación entre medios de comunicación y drogas como una crónica del desamor (18), explicando con las palabras de E. Madueño, periodista de La Vanguardia que “nosotros no sabemos explicar bien el mundo de la droga, pero cuando lo hacéis vosotros los expertos, resulta extraordinariamente aburrido” o con las de M. Campo, de la Cadena SER, que explica que la información sobre drogas es una fotografía borrosa y movida, pero una fotografía al fin, de una realidad que no se inventan los periodistas.

Otros autores (19) apuntan que en toda esta crónica faltan algunos actores y en concreto apunta a los propios afectados, a las personas drogodependientes y sus familias.

Además, en un informe del centro francés Didro (20), se afirma que el espectáculo televisivo de las toxicomanías no tiene un carácter preventivo ni desarrolla a fondo los argumentos, sino que desarrolla las imágenes sobre medidas, sobre actuaciones y otros aspectos donde la droga es accidental. Junto a ello, la radio trata la información de la droga en caliente, en directo, con mensajes espontáneos, contradictorios, breves, inmediatos, instantáneos e ininterrumpidos.

Pero, esta visión de hace unos años, se sigue manteniendo en algunos aspectos en la actualidad. Así, en un artículo reciente de J. Martín en Claves de Razón Práctica (21) afirma que los asuntos relacionados con las drogas son tratados escasamente en la prensa y además en ocasiones por las personas que están en la sección de sociedad, otras veces por los encargados de cubrir tribunales y en algunos casos, por los periodistas que se ocupan de las páginas de política, por tanto, por personas que conocen el tema superficialmente.

Al buscar las fuentes de información del tema de la droga, la inmensa mayoría de las mismas tienen su origen en las fuerzas de seguridad (la Policía, la Guardia Civil o los funcionarios de Vigilancia Aduanera) basadas en el éxito al incautar un alijo, al detener a personas, cuando se produce algún muerto o cuando tienen

que vigilar una manifestación de vecinos que protestan por la presencia de traficantes en su barrio.

Las drogas de síntesis y los medios de comunicación

Las drogas de síntesis y los medios de comunicación han mantenido y siguen manteniendo una relación muy estrecha (21).

Es relativamente frecuente que nombres como éxtasis, rave, píldora del amor, Chicago House, Acid House, new age, cultura underground, after hours, ruta del bakalao, speed, anfetaminas, Eva, drogas de diseño o siglas como, LSD, MDA, MDMA, DOM, DEA aparezcan en los medios de comunicación. Pero esta intensa aparición actual, fue más minoritaria en la década de los sesenta cuando se desarrolló la cultura underground y se utilizaban drogas como el LSD, las anfetaminas, el MDA o el DOM.

Fue ya después de la mitad de los 80 en que el proceso y el debate sobre la legalización del DEA fue seguido con gran interés por muchos medios de comunicación norteamericanos lo que provocó un incremento de la demanda de esta sustancia. En esa época, las drogas de síntesis eran relacionadas en los medios de comunicación con euforia, facilidades para comunicarse, propiedades terapéuticas, estilo de música, fiestas o sexualidad desenfundada. Era la mitificación de la sustancia.

En España, también en esa época se extendió el consumo de estas drogas de síntesis, apareciendo de forma constante noticias en todos los medios de comunicación relacionándolas con la danza y la música. En todos los medios se insiste en destacar sus virtudes afrodisiacas y sensuales, su poder como estímulo erótico, la juventud y la transgresión, lo cual ayudó a difundir más aún el consumo. J. Gamella y A. Alvarez (22) apuntan que en 1987 aparecieron algunos reportajes y editoriales en relación al éxtasis en diversos diarios y revistas de nuestro país.

Aparece la Ruta del Bakalao en los primeros años de los 90. Debido al incremento de los accidentes de tráfico en esa zona, las autoridades llegan a alarmarse, lo cual llega a los medios de comunicación, que ofrecieron amplia cobertura sobre este fenómeno. Ello ayudó a su popularización, ligada a tópicos falsos difundidos a tra-

vés de la televisión, radio y prensa como que las drogas de síntesis se consumen bebiendo agua, no producen adicción y son drogas que ayudan a divertirse bailando todo el fin de semana.

Esta imagen positiva transmitida por los medios de comunicación y captada rápidamente por los jóvenes, contrastaba con la deteriorada y desprestigiada imagen de los heroinómanos. De hecho en el estudio que analiza los patrones y tendencias de adquisición y consumo (22) encontramos que la televisión es la 2ª fuente de información previa al consumo (12%) y la prensa, la tercera (11%); incluso se recogen frases de jóvenes en las que alguno de ellos afirma que "Leímos un artículo en El País y decidimos probarlo. Lo habían pintado de puta madre....Todos los comentarios que habíamos leído eran favorables.....", u otros que dicen que "Había oído hablar del éxtasis en un artículo de Cambio16. Creo que la denominaba la droga del amor"

De hecho, los periódicos más importantes de España incluían en sus informaciones términos laudatorios que resaltaban el carácter agradable y hasta cómodo de las nuevas sustancias. También enfatizaban el carácter sensual o erótico, junto a la belleza y los ambientes a la moda.

A pesar de todos estos comentarios de la influencia de los medios de comunicación en la popularización de las drogas de síntesis, Javier Martín apunta que el espectacular incremento que se produce no puede ser totalmente achacado a los medios de comunicación. Pero lo cierto es que el autor apunta a que la prensa ha manejado y sigue manejando una serie de tópicos sobre las drogas de síntesis como que son fáciles, cómodas, limpias y seguras. Incluso se afirma que son las drogas mejor tratadas por los medios de comunicación.

Las drogas de síntesis en los medios de comunicación españoles

A continuación se presenta un breve estudio con el objetivo de conocer el tratamiento que hace la prensa española de las drogas de síntesis.

La metodología utilizada ha sido el análisis del boletín de prensa

de la Federación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) de un mes (23), donde se recogen todas las noticias publicadas en dicho mes de todos los periódicos españoles de todo tipo de drogas.

La información se analiza en base a 6 aspectos: consumo, políticas de actuación, narcotráfico, educación y prevención, tratamiento y rehabilitación y opinión.

En cada uno de los apartados se hace un análisis del número de noticias que tratan el tema de las drogas de síntesis y en cada una de las noticias se valora el tratamiento efectuado por el periodista, así mismo se analiza el tratamiento efectuado por el Diario El País sobre el tema de las drogas de síntesis en el año 1996, realizando un análisis del número de noticias que tratan el tema de las drogas de síntesis. En cada una de las noticias se valora el tratamiento efectuado por el periodista. También se realizó una valoración específica de un reportaje aparecido en El País de las Tentaciones en 1996, por las especiales repercusiones que parece que tuvo sobre una parte de la juventud de nuestro país (24).

Tratamiento de la información:

La selección de textos ha sido intencional, lo cual quiere decir que en cada ejemplar se han tenido en cuenta únicamente aquellas noticias, artículos, editoriales o cartas al director cuyo tema coincide con el tema de las drogas de síntesis.

Se ha dado un peso importante en el análisis a aquella parte de la información relatada en los titulares (el titular es lo primero que se lee y muchas veces lo único), lo que responde a la importancia que el diario otorga a unos u otros aspectos del tema analizado.

A la hora de analizar el contenido de la información sobre drogas del resumen de la Federación de Ayuda contra la Drogadicción, del Diario El País o de el reportaje del suplemento Tentaciones, se ha considerado:

- Los actores de la noticia o agentes sociales que aparecen como personajes del discurso informativo (Traficante, Usuario, Ni usuario ni traficante, Administración -nacional, autonómica o local, partidos políticos-sindicatos-organizaciones sociales, personajes

públicos, profesionales de los medios de comunicación, Cuerpo Superior de Policía, Poder Judicial, profesional de la salud, Investigador social, la sociedad, delincuentes).

- La localización de los actores o del campo temático: españoles o extranjero.
- El campo temático, ámbitos sociales que enmarcan la problemática de la droga, que se estructura en: privado, social, económico, político, delictivo, jurídico, cultural, sanitario o simbólico.
- Expresión, ligada a que las drogas de síntesis tengan una posición de sujeto o de objeto en las frases de los titulares.
- A nivel de contenido, se valora la positividad y la negatividad de las frases de los titulares.
- La sección (internacional, regional/local, sociedad, sucesos o tribunales).



- El género, distinguiendo entre noticia firmada, sin firma, de agencia, editorial, artículo, colaboración específica.
- Superficie o % que supone respecto a la página en que aparece.
- Tipo de enunciado, distinguiendo entre pasado, presente y futuro.

En definitiva, los resultados obtenidos del análisis del Boletín de Prensa de la Federación de Ayuda contra la Drogadicción, han sido los que pasamos a comentar:

Del total de noticias aparecidas en diciembre de 1996, 53, se han analizado 45, descartándose 8 por pertenecer a periódicos no españoles (Le monde, Herald Tribune, Le Nouvel Observateur, entre otros).

De las 45 noticias, sólo 4 tenía el tema de las drogas de síntesis en el titular de la misma. En ellos, se habla de daños psiquiátricos: ansiedad, ataques de pánico, depresiones, trastornos de la memoria y del sueño e irritabilidad, y tóxicos mortales "Las drogas de diseño causan graves lesiones orgánicas en el cuerpo del consumidor", era el subtítulo, en el apartado de consumo, mientras que en el aspecto del narcotráfico, se habla de la incautación del éxtasis y del desmantelamiento de un laboratorio de drogas de diseño.

En las otras noticias donde las drogas de síntesis no aparecen como titular, encontramos que se habla de:

El importante consumo de éxtasis, LSD, "speed", y anfetaminas en una noticia sobre un estudio de consumo en adolescentes estudiantes.

El consumo de éxtasis y drogas sintéticas por parte de 150.000 trabajadores, en una noticia que habla de que "La droga arruina la vida... y las empresas. La tercera parte de los trabajadores españoles son consumidores habituales". En el reportaje, aparece un apartado sobre las drogas de diseño, en el que se destaca la contundente irrupción de las mismas en el mercado.

La preocupación del Delegado del Plan Nacional sobre Drogas, en una entrevista de que los jóvenes construyen un modelo de

ocio de los fines de semana basado en el alcohol y en las drogas de síntesis.

El incremento de decomisos de "speed" o de "éxtasis" desde 1990, en un reportaje sobre "Droga: ¿por qué los narcos siempre ganan?"

"La lucha contra la droga entra en casa" dedica algunas líneas a las pastillas de diseño.

En un estudio que revela que la nueva generación rechaza todas aquellas sustancias que puedan atentar contra la salud, se habla de la irrupción poderosa de las drogas sintéticas, de que más de 4 de cada 100 jóvenes reconoce haber probado alguna sustancia de diseño y un 3,8% el "speed". Ello significa según la noticia que 150.000 jóvenes consumen de forma habitual drogas sintéticas.

La policía se incautó de más de cuarenta mil dosis de drogas sintéticas durante los nueve primeros meses del año, traza uno de los subtítulos de la noticia.

Análisis del tratamiento de las drogas de síntesis por parte del periódico El País:

En el año 1996, aparecieron 43 noticias sobre las drogas de síntesis en el periódico de información general de más tirada en España.

La distribución de las noticias por trimestres es la siguiente:

1 ^{er}	Trimestre:	10 noticias
2 ^o	Trimestre:	13 noticias
3 ^{er}	Trimestre:	9 noticias
4 ^o	Trimestre:	11 noticias

El tratamiento que se le ha dado a las noticias es el siguiente:

Uno de los temas más habituales del tratamiento del periódico El País va ligado a las detenciones, inmovilizaciones, tráfico, confiscación, elaboración ilegal ligada a la cárcel, condenas,

desmantelamiento de laboratorios, hallazgos, control, red de matones, venta por correo o incautación. De hecho de las 43 noticias que aparecen, encontramos que 18 noticias tratan acerca de estos temas.

Una segunda visión del tratamiento de las drogas de síntesis en El País lo encontramos asociado al consumo. Así, encontramos: "La mayoría de consumidores tienen entre 16 y 30 años", "Se amplía el consumo", "Desciende la edad de los consumidores", "Espectacular aumento del consumo de éxtasis", "Crece el consumo de éxtasis en toda Europa", "Aumenta el consumo de ecodrogas", "El éxtasis verde agotado" o "El consumo de drogas de síntesis se consolida".

Un tercer elemento tratado por el periódico El País es los efectos sobre la salud. La visión de los efectos para la salud que se transmite es de muerte, de gran amenaza para los adolescentes, de gran problema, de daños irreparables para el cerebro, de órganos dañados o de peligro.

A nivel político sobre consumo y prevención encontramos menos noticias. En las 43 noticias del periódico El País hay una noticia sobre una campaña contra las drogas de síntesis, junto a algunas que hablan de las acciones públicas como "El Plan de Drogas alerta sobre el éxtasis verde", "España ya no es el paraíso de las drogas de síntesis" o "EE.UU. alerta sobre los peligros de la efedrina". Además, encontramos que el cantante Sting defiende la legalización del éxtasis, ligado a un mayor control de la calidad o que se plantean acciones del tipo de "Prohibición de 2 drogas" o "Las discotecas cierran filas ante el éxtasis".

Por último, podemos encontrar algunas noticias ligadas a una promoción de lo que son las drogas y de sus efectos. En ello, vemos:

a) Una descripción de los nombres de las pastillas "Hamburguesitas, canal plus, ovis, píldora roja".

b) Una minimización de los riesgos, con titulares como "Una pastilla en la boca de cualquiera", que buscan dar la visión de lo fácil que es su consumo, hablándose de que "Hay mil caminos /

cualquier hora / cualquier sitio / cualquiera las vende / pastillas y música / pastilla para trabajar / nadie roba por una pastilla / efectos agradables de una pastilla / efectos mortales, pero de una mala dosis”.

c) Una búsqueda de los efectos positivos: Drogas de diseño: para devorar frenéticamente el tiempo. Para relacionarse sin inhibirse”

Análisis del tratamiento de las drogas de síntesis en un reportaje aparecido en el suplemento Tentaciones del periódico El País:

En el suplemento juvenil de El País de los viernes, “Tentaciones” encontramos un reportaje sobre el éxtasis.

En él, las drogas de síntesis junto al fin de semana, la disco y el bakalao son presentados como los cuatro vértices de un tipo de ocio juvenil. Ante estos cuatro puntos el reportaje pretende informar para tomar la decisión de tomarlas o no. ante las luces y sombras que en su opinión proyectan dichas drogas.

El artículo empieza hablando de una muerte como símbolo ante el incremento de personas que toman éxtasis en el reino de la adulteración “Las pastillas de ahora son veneno puro: llevan sulfato de anfetamina, estircnina, cafeína...Hasta las barnizan con laca de pelo en vez de laca de farmacia”.

Además relaciona el éxtasis con el ritmo de determinadas músicas en discotecas y la noche. Adentrándose al ritmo de la noche, se describen por parte de algunos jóvenes, los efectos que perciben

de su consumo en un entramado entre el bakalao y el éxtasis, dos fenómenos clave, según el artículo, para la juventud española de los noventa. Los entrevistados en el artículo implican a pinchadiscos, relaciones públicas, aparcacoches, porteros y dueños de discoteca en este denominado “gran negocio”.

El tercer elemento que introduce es el paso de su uso minoritario, a la masificación de su uso. Ello seguramente es favorecido por el bajo precio (unas 2.000 pesetas).



El artículo ofrece unos testimonios “Absurdos de fin de semana”, que según Juan Gamella confirman que “las drogas encierran tanto poder y magia que nublan la razón con pensar en ellas” y que ante ellas, el amenazar con sus peligros puede funcionar como señuelo en busca de la excepcionalidad, la transgresión e incluso el riesgo.

Por último, el artículo ofrece un abecedario del “x” (uno de los nombres de “argot” que tienen las pastillas) que van desde la adulteración al zombi pasando por los fallecimientos, la libido, el ocio, los riesgos, la salud, la toxicidad o el weekend.

En definitiva, los medios de comunicación son una importante fuente de información acerca de los problemas de salud. Son un agente de socialización debido a su gran credibilidad. En España, la prensa de información general, la prensa “rosa”, la radio y la televisión, junto a los médicos (fuente idónea y mejor valorada) y los casos particulares de enfermedades de familiares y amigos son las fuentes de información sobre temas de salud de los ciu-

dadanos españoles. La salud en televisión (medio considerado como accesible, directo, divulgativo, familiar, abierto y ligado a la prevención) es vista como un tema que afecta a las emociones de las personas. Sus efectos son vistos a medio plazo, creando a veces confusión y alarmismo. La radio, por su parte, vista como cercana, cómplice e interactiva, tiene como elemento positivo la introducción de dosis de salud en cualquier programa, aunque ven difíciles los efectos en los cambios de hábitos al no tener imágenes.

La droga, o mejor dicho las drogas ilegales, han ocupado un espacio en los medios de comunicación. Las palabras que estos ligán a la droga (delincuencia, inseguridad, marginación, atraco, asalto, muerte, sobredosis, adulteración) reflejan la visión del drogadicto-delincuente, asociado a temas represivos y policiales sobre la imagen del drogadicto-enfermo.

Por tanto la visión que nos dan de los drogadictos, los medios de comunicación es algo esquemática y con muchos tópicos, sobrerrepresentando el mundo delictivo. Ello genera una visión del mundo de la droga ambigua e indefinida, al no tener un carácter preventivo ni desarrollar afondo los argumentos. Muchas de las noticias provienen de las Fuerzas de Seguridad del Estado.

Las drogas de síntesis son las drogas mejor tratadas por los medios de comunicación. Junto a informaciones ligadas a la muerte, adulteración o detención encontramos cierta mitificación de las sustancias al encontrarla relacionada con el baile, la música, las virtudes afrodisiacas y sensoriales, el poder del estímulo erótico, la juventud, la transgresión, el agua, el fin de semana, la belleza, lo agradable o la moda (algunos de ellos son tópicos falsos).

En el ámbito de la prensa española, encontramos un tratamiento ambiguo. En ella, destacan palabras como detenciones e inmovilizaciones, junto a ampliación y crecimiento del consumo, daños psiquiátricos e irreparables o tóxicos mortales. Pero esta visión va acompañada de una más positiva para las drogas de síntesis que describe la sustancia, minimiza los riesgos o destaca sus efectos positivos.

Recomendaciones:

La línea de trabajo que proponemos se basa en un principio que dice que las cosas en el tema de las drogas y en las drogas de síntesis en particular, además de hacerlas y hacerlas bien, se deben dar a conocer (25).

Desde los profesionales que trabajan en el campo de las drogas y en las drogas de síntesis en concreto, es muy importante que mejoren la relación con los periodistas. Para ello, es fundamental que procuren **evitar algunas de las siguientes acciones** para no conseguir “enemigos” en su relación con los profesionales de los medios de comunicación:

- No contestar llamadas de los periodistas.
- Pasar de los periodistas.
- Ser evasivo en las respuestas a los periodistas.
- Engañar a los periodistas con informaciones falsas.
- Dar información sólo a los medios afines
- Todas estas acciones que crean enemigos entre los periodistas.

El propósito debe ser el dar a conocer a la opinión pública todos aquellos hechos y noticias (positivas y negativas) que puedan revestir interés general, por lo cual se debe ayudar a los periodistas a realizar su labor informativa del tema drogas de síntesis, completando y equilibrando informaciones muchas veces inclinada hacia la información proveniente de la policía (por propia iniciativa o a requerimiento de los medios de comunicación) a menudo parciales y destacando excesiva-

mente en ocasiones los efectos positivos del éxtasis (26).

Tener una actitud activa, positiva y transparente hacia la prensa, radio y T.V., que permita hacer saber las cosas que se hacen en los servicios de prevención y tratamiento de las drogas de síntesis (27).

Existencia de comunicación planificada (27) para romper con las reticencias que los medios de comunicación generan en los responsables sociosanitarios y viceversa.

Planificar la incorporación de los mensajes positivos del trabajo de prevención en el tema de las drogas de síntesis en los medios, mediante una estrategia tipo «guerra de guerrillas», que tenga en cuenta que se tiene que hacer en varios frentes, y que se tiene que orientar el mensaje:

- a la competición con otras noticias en la sección de sociedad,
- buscando conscientemente los momentos y las “perchas” para facilitar la entrada de los mensajes,
- estableciendo los oportunos contactos con los periodistas,
- informando de forma breve, simple y clara,

- hablando o escribiendo los mensajes de lo concreto a lo abstracto, de lo cercano a lo lejano y del ejemplo a la noción,
- y además con un solo mensaje (un par de martillos para clavar un solo clavo),
- dirigiendo el mensaje al corazón y no solamente a la cabeza,
- utilizando las ruedas de prensa (para temas de gran trascendencia, y con la idea de no discutir y no divagar),
- con notas de prensa (que deben ser breves, interesantes, actuales y veraces, empezando siempre por lo más noticioso y con un título),
- realizando entrevistas en donde la espontaneidad, el vocabulario simple directo y familiar y el no andarse por las ramas distinguiendo lo importante y evitando lo marginal son algunas de las claves para un mejor posicionamiento de la prevención de las drogas de síntesis en los mismos.

Es importante tener claro que el silencio no es rentable y que si los responsables y técnicos que trabajan en drogas no informan lo hará la policía y las Fuerzas de Seguridad del Estado. Debe darse también una visión de las drogas en los medios, también en aspectos preventivos y de promoción de salud (28).

Realización de Jornadas conjuntas de trabajo entre periodistas-jefes de redacción y responsables y técnicos del tema de drogas para mejorar la relación y el conocimiento mutuo. Está claro que todo lo apuntado favorecería el conocimiento mutuo, la existencia de un encuentro saludable, lo cual haría que no sólo las malas noticias sean noticia (28). Parece evidente que para conseguir una colaboración entre el sector salud y los mass-media se debe trabajar de forma diferente. Por ello, es importante tener en cuenta que:

- En el caso de que los periodistas tergiversen, no se tiene que pensar que es por mala intención del periodista o del medio, sino por el desconocimiento que tenemos desde el sector de profesionales de drogas a la hora de buscar el acercamiento con los periodistas y los medios.

- Aumentar los conocimientos entre los profesionales de los media sobre las necesidades y prioridades del sector drogodependencias, promocionando encuentros conjuntos sobre temas específicos, puede ser una buena solución.
- Fomentar que los profesionales de la salud y de las drogodependencias y la organización de los medios trabajen conjuntamente dentro de una dinámica de transparencia.



- Buscar ser fuente informativa cercana para que la información «científica» sobre drogas no provenga casi siempre de las agencias multinacionales. Además cuando las fuentes cercanas son utilizadas, es necesario que los responsables y técnicos en drogas utilicen un lenguaje sencillo y comprensible. Para ello es necesario la formación en comunicación. En los mensajes hay que saber enfatizar los aspectos más positivos con los que un ciudadano se irá encontrando en un servicio de prevención o tratamiento de las drogodependencias, con un formato basado en el ejemplo antes que en la noción o el concepto (29,30,31).

- Buscar que en la sección donde se meten los temas sanitarios y de drogas -sociedad- no sea un cajón de sastre donde se meten temas muy diversos, sin especialistas sobre los temas sociosanitarios. Ello facilitaría que los temas de salud (y en ellos los de drogas, en demasiadas ocasiones tratado en secciones de sucesos o de tribunales) tuvieran el peso y el tratamiento adecuado que le da el conjunto de la sociedad. Ello nos acercaría a una visión del drogadicto-enfermo más que el habitual drogadicto-delincuente.

- Conocer las prioridades de los medios de comunicación, (vender el mayor número de ejemplares posible o tener un número importante de oyentes o televidentes mediante noticias que provengan de fuentes creíbles) y buscar la cooperación a todos los niveles (28). La única forma de establecer contactos satisfactorios con los medios de comunicación consiste en ayudar a los periodistas en función de sus necesidades y asegurar su libre acceso a la información sobre las drogas de síntesis (32). Ello implica:

- No improvisar
- No explicarse mal
- Prepararse las cosas
- Tener argumentos preparados cuando existen situaciones de conflicto, y no enrollarse.

Es importante tener en cuenta que a los responsables de la información solamente les interesan las noticias y los acontecimientos actuales para sus artículos y reportajes. Además, hay que tener

en cuenta que los periodistas disponen de la información proveniente de varias fuentes, a partir de las cuales conforma su opinión y la presenta. Hay que tener en cuenta que en estos momentos ante la inmensa cantidad de información de que se dispone en el tema de las drogas de síntesis (32), es fundamental hacer una predigestión y preselección del material informativo.

Investigar a los líderes y gestores de los medios de comunicación, a nivel de intereses, ideologías y actitud habitual ante el sector de las drogodependencias. Está claro que la ideología del medio puede intervenir como silenciador de ciertas noticias o destacando demasiado otras. Asimismo, será importante realizar investigaciones sobre los efectos de los mensajes de drogas y de las drogas de síntesis que aparecen en los medios de comunicación. En esta línea, algunos estudios hablan de que las series españolas o las telenovelas de los países iberoamericanos son útiles para difundir mensajes saludables (la importancia del abandono de la adicción al alcohol o de tomar medidas contra el sida o las toxicomanías). Sin duda, puede ser una línea a desarrollar.

Todo ello irá en beneficio de los ciudadanos y de los propios servicios sanitarios y sociales que trabajan en drogodependencias, ya que una buena relación con los medios de comunicación puede ser un buen instrumento preventivo de este problema de salud tan importante como son las drogodependencias.

Referencias bibliográficas

- 1.- March JC, Burgos R. (editores). Medios de comunicación y trasplante de órganos. Granada: Escuela Andaluza de salud Pública, 1997.
- 3.- Chapman S, Lupton D. The fight for public health. London: BMJ 1995: 17
- 4.- Simpkins and Brenner. Mass media communication and health. En Dervin B, Voigt MJ, editores. Progress in communication sciences Norwo, NJ: Ablex, 1984; 5: 275-97.
- 5.- Arnston P. Improving citizen's competencies. Health communication 1989; 1: 20.
- 6.- Jones EF, Beniger JR, Westoff CF. Pill and IUD discontinuation in the United States 1970-1975: the influence of the media. Family planning perspectives 1980; 12: 293-300.
- 7.- Domenighetti G, Luraschi P, Cassabianca A et al. Effect of information campaign by the mass media on hysterectomy rates. Lancet 1988; 2: 1470-3.
- 8.- Kristiansen CM, Harding CM. Mobilization of health behaviour by the press in Britain. Journalism Quaterly 1984; 61: 364-70, 398.
- 9.- Mazur A. Media coverage and public opinion on scientific controversies. J Communication 1981; 31: 106-15.
- 10.- Freimuth VS, Van Nevel JP. Reaching the public: the asbestos awareness campaign. J Communication 1981; 31: 154-167.
- 11.- Cronholm M, Sandell R. Scientific information: a review of the research. J Communication 1981; 31: 85-96.
- 12.- Proyecto EEC Difusión de la salud. Informe de resultados en España. Proyecto Broadcasting and Health. EEC: 1998.

13.- Oliva MP. Los medios de comunicación social ante las drogodependencias. *Comunidad y Drogas* 1986; 1: 65-73.

14.- Prieto JL. La imagen de la Droga en la prensa española. *Comunidad y Drogas* 1987; 4 : 29-45.

15.- García B, Menor J, Perales A. La imagen de la droga en la prensa española. *Comunidad y Drogas* 1987; Monografía nº 2.

16.- Costa P-O, Pérez Tornero JM, Montero MD. La información sobre "Droga" en la televisión en España. *Comunidad y Drogas* 1988; 10: 31-46.

17.- Costa P-O, Pérez Tornero JM. Droga, televisión y Sociedad. *Comunidad y Drogas*. 1989; Monografía nº 8.

18.- Funes J. Drogas y comunicación: todos los elementos para una crónica del desamor. *Comunidad y Drogas*. Monografías 1991; 14: 11-23.

19.- Puig de la Bellacasa R. Medios de comunicación y la percepción de soluciones. Introducción temática. *Comunidad y Drogas*. Monografías 1991; 14: 25-39.

20.- Centro Drodís. Las Toxicomanías. ¿Cómo hablar de ellas?, ¿Quién dice algo y a quién?. *Comunidad y Drogas*. Monografías 1991; 14: 131-141.

21.- Martín J. Drogas de síntesis y medios de comunicación. *Claves de Razón Práctica* 1998; 87: 68-71.

22.- Gamella JF, Alvarez A. Drogas de síntesis en España: Patrones y tendencias de adquisición y consumo. Madrid: Plan Nacional de Drogas. Ministerio del Interior, 1997.

23.- FAD. Boletín de Prensa Diciembre 1996. Madrid: Publicaciones FAD, 1996.

24.- Salmerón A, López-Iturriaga M, Elola J, Navarro C, Melchor P (con la colaboración de Gamella JF y Álvarez A). Extasis. *EL PAIS* de las TENTACIONES. *EL PAIS*. Viernes 19 de enero de 1996.

25.- Nelkin D. *Selling science* WH Freeman and co. New York. 1987.

26.- Atkin C, Arkin EB *Communicating health information*. En Atkin C, Wallack L, editores. *Mass communication and public health* SAGE: Newbury Park, London, New Delhi, 1990: 38.

27.- Brown JD, Einsiedel EF. *Public Health campaigns: mass media strategies*. En ray EB, Donohew L, editores. *Communication and health*. NJ: Erlbaum, 1990: 153.

28.- Consejo de Europa. *Cooperación con los mass-media*. *Comunidad y Drogas*. Monografías 1991; 14: 147-160.

29.- Wallack L. *Mass media and health promotion*. En: Atkin C, Wallack L, editores. *Mass communication and public health* SAGE: Newbury Park, London, New Delhi, 1990: 38.

30.- Warner KE. *Television and health education: stay tuned*. *American Journal of public health* 1987; 77: 140-2.

31.- Mora J, Rodríguez IR. *Los materiales didácticos de prevención de las drogodependencias: revisión de la experiencia española*. *Idea Prevención* 1996: 13: 67-79.

32.- Marina PA. *La información sobre drogas en Internet*. *Idea Prevención* 1996; 12: 63-74.