

## Tratamiento informativo de las drogas en medios de salud en España y su relación con la agenda científica

**Raquel Carcelén González**

Universidad CEU Cardenal Herrera

[raquel.carcelen@uch.ceu.es](mailto:raquel.carcelen@uch.ceu.es)

**Pilar Paricio Esteba**

Universidad CEU Cardenal Herrera

[pparicio@uch.ceu.es](mailto:pparicio@uch.ceu.es)

**Loreto Peyró Gregori**

Universidad CEU Cardenal Herrera

[lpeyro@uch.ceu.es](mailto:lpeyro@uch.ceu.es)

**Cristina Rodríguez Luque**

Universidad CEU San Pablo

[cristina.rodriguezluque@ceu.es](mailto:cristina.rodriguezluque@ceu.es)

### Resumen

España se sitúa a la cabeza en consumo de drogas en Europa y, en particular en consumo, y prevalencia de cocaína y cannabis. Sin embargo, la percepción de las drogodependencias como un problema de salud no está instaurada en la sociedad. Con el fin de evaluar como tratan los medios técnico-profesionales especializados en salud la problemática de las drogodependencias en España, se analizan en este estudio la cobertura de información, las sustancias referidas y el valor de intensidad formal de un total de 147 textos, comparándolos con la cobertura hallada en agenda científica en un período de 6 meses. La metodología aplicada es el análisis de contenido de tipo categorial y evaluativo. Los

resultados obtenidos indican que la cobertura en estos medios es reducida, la presencia de noticias relacionadas con la cocaína y el cannabis es baja, especialmente en comparación con la agenda científica y que la intensidad con que se tratan esta problemática es media. Todo ello, permite concluir que la problemática de las drogodependencias no es un tema prioritario en la agenda mediática de los soportes, técnico profesionales existiendo diferencias significativas en relación a la agenda científica.

**Palabras clave:** agenda científica, agenda mediática, comunicación, drogas, salud.

---

## Introducción

A pesar de que España sigue ocupando los primeros lugares en consumo de sustancias adictivas en Europa, de los alarmantes datos de prevalencia y de la reducida edad de inicio en algunas sustancias, la percepción de las drogodependencias como un problema de salud no está instaurada en la sociedad.

En la comunicación orientada a la prevención, los medios son un público canal fundamental por su capacidad de difundir mensajes a públicos amplios y por conformar opiniones. Existen diferentes investigaciones sobre los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Los medios desempeñan un rol muy importante al elevar asuntos a la agenda e incrementar sus oportunidades de recibir consideración en agendas institucionales.

Existen diferentes investigaciones sobre el papel socializador de los medios. 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.

El proyecto aborda la interrelación entre la agenda mediática y la agenda científica en materia de drogodependencias en España con particular atención a los medios técnico-profesionales. Para ello, planteamos el estudio del tratamiento periodístico del tema en 2 cabeceras técnico-profesionales (*Diario Médico y Gaceta Médica*) y 2 revistas científicas en materia de drogodependencias (*Adicciones y Revista Española de Drogodependencias*), durante el periodo comprendido entre el 1 de julio de 2012 y el 31 de diciembre de 2012. El estudio se enmarca en el Proyecto de Investigación CEU-UCH 18/12.

El análisis es novedoso al haberse centrado los estudios precedentes en el caso español solo en agenda mediática y fundamentalmente en prensa generalista o televisión.

### **Marco teórico**

#### **Drogodependencias y medios de comunicación.**

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).

Los datos son elocuentes, puesto que 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. Aun cuando en la Encuesta Domiciliaria sobre Alcohol y otras drogas de 2010 se percibe una reducción del consumo de cocaína por primera vez desde 1995, España se mantiene a la cabeza 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. 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).

A pesar de los datos alarmantes referidos, la percepción de la drogodependencia como un problema de salud de primer orden 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.<sup>1</sup> En el último avance del CIS de abril de 2013, tan sólo un 0,1% de los encuestados sitúa las drogas como el problema principal frente al 52.9 que sitúa el Paro al primer puesto. Es más a la pregunta: “¿ Y cuál es el problema que a Ud., personalmente, le afecta más? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?” la respuesta de los encuestados nunca hace referencia a las drogas. Por consiguiente, parece que la droga ha dejado de estar presente en las agendas del público.

Un factor esencial en la prevención y asistencia de las drogodependencias es la información orientada a la educación en la prevención. 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 (Sitthi-amorn y Ngamvithayapongse, 1998).

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. En las campañas de sensibilización social, los medios posibilitan la difusión del mensaje a públicos amplios y su credibilidad puede contribuir a que el mensaje penetre y cale. Como afirma Rojas, “sin el concurso de los medios el poder para difundir mensajes entre un público masivo disminuye drásticamente” (Rojas, 2005). 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.

---

<sup>1</sup> Centro de Investigaciones Sociológicas. [http://datos.cis.es/pdf/Es2984mar\\_A.pdf](http://datos.cis.es/pdf/Es2984mar_A.pdf) [Consultado 24/05/2013]

Por otra parte, y aunque los jóvenes hacen un consumo de los medios de comunicación que se orienta fundamentalmente hacia el entretenimiento, no desprecian su uso como fuente de información (Martínez Verdú, 2007). Además, los medios son una fuente importante de información sobre salud para el público (Nelkin, 1995; Sitthi-amorn & Ngamvithayapongse, 1998).

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. Si bien la función comunicativa de los medios no tienen 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), pueden aportar a la comprensión de los factores causales asociados al consumo compulsivo y problemático de sustancias, 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. (Carvajal, 2010).

### **Efectos cognitivos de los medios de comunicación e información de drogas.**

Tomando como base los estudios precedentes y las diferentes teorías sobre los efectos cognitivos de los medios en la opinión pública, es necesario realizar una revisión a las mismas con particular atención a las teorías de la Agenda Setting, de la Tematización, del Encuadre o framing y de la Construcción Social de la Realidad.

La teoría de la agenda setting apunta que “aparentemente la gente toma conciencia de los temas en proporción directa al énfasis dado por los medios a los mismos” (McCombs y Shaw, 1972). Dader reconoce esta teoría como la explicación por

autonomasia en la formación de la opinión pública y del universo de preocupaciones públicas de los individuos y entiende que “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, 1990).

La fijación de la agenda en los medios conduce a la tematización de la realidad, entendida como proceso de selección y de valoración de ciertos temas por parte de los medios (Saperas, 1987). Además, en cada paso del proceso de comunicación, se toman decisiones, se ignoran asuntos o se presentan con fuerza, se incluyen recursos gráficos que captan atención... Cada uno de estos pasos es, en esencia, la imposición de un encuadre. Para la Teoría del encuadre o framing, “encuadrar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo de modo que se promueva la definición particular de un problema, una interpretación causal, evaluación moral y/o recomendación para el tema descrito” (Entman, 199). En este sentido, los medios al tematizar, encuadrar y seleccionar la información orientan a los miembros de la sociedad a percibir los temas de un determinado modo determinando los núcleos temáticos de interés para los ciudadanos y los silenciados apenas están entre ellos (Luhmann, 2000).

La agenda-setting es un proceso que se compone a su vez de varias agendas. La agenda-setting es un proceso que se compone a su vez de varias agendas. Dearing y Rogers(1996) identifican tres elementos (la agenda de los medios, la política/institucional y la agenda pública) y la relación entre estos tres elementos. Siguiendo a José Luis Dader, las agendas institucionales son el repertorio temático de cada institución pública o privada en función de su objeto; la agenda de los medios es el repertorio temático destacado por

éstos y la agenda pública es el repertorio de temas que la colectividad estima como de referencia (Dader, 1990).

Por consiguiente, los medios desempeñan un rol muy importante al elevar asuntos a la agenda e incrementar sus oportunidades de recibir consideración en agendas institucionales y pública. 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.

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 el tipo de tratamiento y la intensidad del mismo 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 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 (Berrio, 2000; Colectivo Abierto de Sociología, 1997; Costa y Pérez, 1987, 1989; Del Río,

1991; Fernández-Cid, 1996; Ferrer y Dacosta, 1994; García Nebreda, 1987; Martín Nieto, 1998; Ministerio de Sanidad, 2000; Oliva, 1986; Pantoja Vargas y Abeijón, 2004; Paricio, 2010 y 2011; Paricio, Sanfeliu, y Sanfeliu, 2002; Partenen y Montoenm, 1989; Prieto, 1987; Quintá, 1989; Rekalde, 2002; Romaní, 2004; Solans, 1991; Vega Fuente, 1995).

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).

En el caso de los medios especializados y técnico-profesionales, ofrecen la posibilidad no sólo de alcanzar de manera segmentada a público interesado sino de llegar a público profesional y prescriptor, no existiendo estudios precedentes en el caso español que aborden el tratamiento de las drogodependencias en la prensa técnico-profesional.

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). Este aspecto sería especialmente relevante en los medios técnico-profesionales del ámbito de la salud por su papel sobre el público prescriptor (profesionales sanitarios...) que es un factor de influencia clave en la asistencia y prevención de drogodependencias.

### **Relación entre agenda mediática y científica.**

Tan solo un año después de la cristalización de la teoría de la agenda-setting (McCombs y Shaw, 1972), Funkhouser (1973) relaciona la cobertura mediática de los



principales acontecimientos ocurridos en la década de los sesenta con indicadores reales. Funkhouser (1973) investiga dos relaciones, la típica de la agenda-setting, es decir, la cobertura mediática frente a la opinión pública, y la cobertura mediática frente a la realidad. El investigador se propone, además, desarrollar mejores métodos para averiguar cuáles son los temas que aparecen en las encuestas como los problemas más importantes y desarrollar esfuerzos para encontrar indicadores sociales fiables de modo que apunte el camino hacia la agenda building sin denominarla aún como tal.

Partiendo de esta base, lo que algunos investigadores como Berkowitz (1992), se plantearon es quién origina la agenda de los medios. La agenda no tiene un origen exclusivo en las acciones de los informadores, sino que las fuentes, en ocasiones, pueden ejercer más influencia incluso que los periodistas y hay estudios que han encontrado que la mayoría de las noticias que publican los periódicos o cubren las radios y televisiones están originadas o construidas por la fuente o sus acciones (Curtin, 1999; Driedger, 2008; Lowry y Xie, 2007).

La credibilidad que los públicos dan a las fuentes afecta a la de los mensajes (Brossard y Shanahan, 2003; Hornig Priest, Bonfadelli, and Rusannen, 2003; Peters, Covello, and McCallum, 1997; Scheufele, 2006; Scheufele y Lewenstein, 2005). Y en función del tipo de fuente utilizada se está dando una visión de la realidad (Ericson, Baranek, y Chan, 1989). En el campo de la ciencia los periodistas tienden a depositar una especial confianza en las afirmaciones de sus fuentes (Conrad, 1999; Driedger, 2008; Entwistle and Watt, 1999; Tanner, 2004), por ello, resulta de interés el análisis de la construcción de la agenda científica en un tema como la drogadicción relacionada con la ciencia y la salud. Siguiendo a Funkhouser la propuesta es construir mediante indicadores una posible agenda científica. De modo que la actividad científica es medida por el número de publicaciones científicas en un determinado período de tiempo en bases de

datos como PubMed o ISI web of Science (Dearing y Rogers, 1996; Madison, 2000; Nisbet, et al., 2003).

En relación al análisis de la comunicación de los temas de salud y de la ciencia, en la prensa de información general existen estudios que abordan la temática desde una perspectiva general si bien no abordan concretamente el consumo de drogas. Concretamente, y modo ilustrativo, un estudio de investigación realizado en la Comunidad de Galicia, apunta que a lo largo de una semana, se publicaron en los cuatro diarios gallegos de mayor difusión una media de 75,9 módulos diarios de información sobre medicina y salud, lo que indicó que los contenidos vinculados a dicha temática recibieron una cobertura informativa notable. El estudio no aportó datos concretos de cuantas noticias hicieron referencia al consumo o prevención de sustancias, pero si aporta un dato interesante y es que sólo un 9% del total de las noticias tuvieron una perspectiva científica (Costa, 2008).

Encontramos algunos estudios que abordan la presencia del tema en la agenda científica. Concretamente, un estudio pretendió analizar el número y proporción de artículos sobre drogodependencias y abuso de sustancias en relación con el total de artículos publicados en revistas de psicología y psiquiatría entre los años 2005 y 2008. El análisis concluyó una desconexión entre la investigación científica iberoamericana en psiquiatría y psicología clínica y la relevancia de las drogadicciones en el contexto socio-sanitario actual, debido al bajo número de artículos publicados sobre drogodependencias en estas revistas (6.77%), echando de menos la relación de esta problemática con la prevención (Quevedo-Blasco, 2010).

Por el contrario, en Alemania encontramos otra investigación que llevó a cabo una revisión de las publicaciones e investigaciones en materia de uso y abuso de sustancias en distintas revistas generales y científicas. Los autores revisaron tres períodos de tiempo:

1999/2000, 2004/2005 y 2009/2010, y encontraron que hubo un incremento del 350% en publicaciones relacionadas con las adicciones en la última década. Se observó también un incremento en la mención del alcohol, nicotina y psicoestimulantes, mientras que se produjo un descenso de las publicaciones relacionadas con los opiáceos (Helinski, 2011).

### **Objetivos y metodología de la investigación.**

#### **Hipótesis y objetivos.**

La presente investigación tiene por objeto analizar el tratamiento periodístico recibido en la actualidad por las drogodependencias en la prensa técnico-profesional, lo que nos permitirá inferir los modelos de información vigentes sobre el tema y si existen interrelaciones entre la agenda científica y la mediática.

Para ello, basamos la investigación en las siguientes hipótesis de partida:

*Hipótesis 1.* Siendo la drogadicción un problema de primer orden en el caso español, entendemos que la información relacionada con las diferentes sustancias debería tener un peso importante en la prensa de divulgación médica (tanto en lo que respecta a la cantidad de información como a la intensidad formal de su tratamiento) siendo especialmente relevante la presencia de las sustancias con índices más altos de consumo en el caso español como la cocaína, el alcohol, el tabaco y el cannabis.

Hipótesis 2. Debería existir una relación entre la agenda científica y la mediática (técnico-profesional) tanto en cobertura del tema como en los datos relativos al tratamiento de las diferentes sustancias.

Los objetivos específicos del estudio son los siguientes:

- Analizar la cobertura del tema para conocer la cantidad de noticias en materia drogodependencias que aparecen en los soportes científicos y técnico-profesionales objeto de estudio.
- Analizar la cobertura de las diferentes sustancias adictivas en los medios analizados.
- Analizar la intensidad recibida por el tema y las diferentes sustancias en las diferentes familias de soportes. Este aspecto es 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).
- Analizar la interrelación de la agenda científica y mediática.

### ***Corpus de la Investigación***

La investigación se centra en revistas técnico-profesionales españolas y el periodo objeto de estudio ha sido el comprendido entre el 01 de julio de 2012 y 31 de diciembre de 2012.

Las cabeceras seleccionadas han sido *Diario Médico* (49.785 Enero-2011/Diciembre-2011 OJD) y *Gaceta Médica* (17.952 Enero-2011/Diciembre-2011 OJD). Los soportes han sido seleccionados por criterios de tirada y difusión (promedio ejemplares distribuibles OJD).

Para el análisis de la agenda científica se han realizado búsquedas bibliométricas en Pubmed, utilizando en "Title/Abstract" las palabras clave "Tobacco, Alcohol, Xanthine, cannabis, hashish, marijuana, opiate, cocaine, crack, heroine, crystal, ecstasy, MDMA, hallucinogenic mushroom, ketamine, inhalant, LSD, other synthesis drugs, steroid, anabolic, anfetamin, other psicho drugs, drugs in general. No obstante, dada la elevada producción científica, se han seleccionado para un análisis más pormenorizado dos revistas científicas españolas: *Adicciones* y *Revista Española de Drogodependencias*, las

cuales han sido elegidas por ámbito temático, siendo las principales revistas españolas específicamente dedicadas a drogodependencias combinando índice de impacto (*Adicciones*) y presencia en índices de referencia. También se ha tenido en cuenta su difusión.

### **Metodología**

Para la evaluación de la cobertura y el tratamiento informativo de las drogodependencias en los medios técnico-profesionales objeto de estudio, hemos aplicado el método del análisis de contenido.

Para Berelson, el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952). 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, se han aplicado los siguientes tipos de análisis de contenido: análisis categorial y análisis evaluativo de la intensidad (Canga Larequi, et al., 2010; Casasús, 1998; Kayser, 1982; Martínez Albertos, 2001; Paricio Esteban, 2011; Paricio Esteban, Núñez-Romero Olmo, y Rodríguez Luque, 2011; Paricio Esteban, Rodríguez Luque, Sanfeliu Aguilar, y Núñez-Romero, 2011; Rodríguez Luque y Núñez-Romero, 2011).

Con el análisis categorial hemos analizado sustancias, definiendo, para ello, un sistema de categorías e índices, y con el análisis evaluativo analizaremos variables de intensidad formal como la ubicación, presencia en estructura de la información, forma de aparición, género periodístico y acompañamiento gráfico. Las categorías relativas a sustancias están basadas en el diseño realizado en estudios precedentes (Paricio y Sanfeliu, 2010; Paricio y Sanfeliu, 2011 y Paricio, Rodríguez, Rabadán, 2012; Núñez-Romero, Paricio y Rodríguez Luque, 2012; Paricio, Rodríguez y Rabadán, 2012): Alcohol;

Xantinas y Tabaco; Cannabis, Hachís y Marihuana; Opiáceos; Cocaína; Crack; Heroína; Crystal; Éxtasis o MDMA; Hongos alucinógenos; Ketamina; Inhalantes; LSD; Otras Drogas de Síntesis ; Esteroides/Anabolizantes; Anfetaminas; Otros Psicofármacos; Drogas en general y Otras.

El análisis evaluativo de la intensidad (Bardín, 1986; Paricio, 1999; Paricio, 2000; Paricio y Marco, 2005; Paricio, Núñez-Romero y Rodríguez, 2012; Paricio, Rodríguez Luque, Sanfeliu y Núñez-Romero, 2011) consiste en la aplicación de una escala (de 1 a 6) en los diferentes índices de las variables objeto de análisis. El indicador numérico permite medir la intensidad en términos del valor concedido por el medio a la información. “El aspecto formal de una información no se limita a ofrecer un aspecto visual agradable, sino que tiene dos objetivos: facilitar el acceso de esa información al público y valorar la información. 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, p. 65).

Las variables de intensidad formal objeto de estudio han sido: Ubicación de la noticia, Presencia en estructura de la información, Forma de aparición, Género periodístico y Acompañamiento o recursos gráficos para destacar la noticia. La fracción de la suma de los indicadores de las cinco variables/ el número de variables (5) nos permitirá conocer la media de la intensidad formal de cada unidad redaccional según la escala: intensidad baja (1-2), intensidad media (3-4), intensidad alta (5-6), redondeando las cifras decimales hacia la unidad más próxima (ejemplo 2,6 está situado en la escala de 3-4).

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.

En el caso de la agenda científica, tal como se ha apuntado anteriormente, se han realizado búsquedas bibliométricas en Pubmed utilizando las palabras clave “*Tobacco*,

*Alcohol, Xanthine, cannabis, hashish, marijuana, opiate, cocaine, crack, heroine, crystal, ecstasy, MDMA, hallucinogenic mushroom, ketamine, inhalant, LSD, other synthesis drugs, steroid, anabolic, anfetamin, other psicho drugs, drugs in general*". Las variables de análisis en esta parte de la investigación son el análisis de la cobertura recibida por las drogas en general y las diferentes sustancias referidas. El criterio de intensidad formal no se analiza en agenda científica porque ésta requiere un análisis de tipo bibliométrico y más dado que en agenda científica no se utilizan variables como género periodístico, etc. que son variables específicas de agenda mediática.

## **Resultados.**

### **Cobertura.**

La cobertura que recibió la droga realizando la búsqueda bibliométrica en Pubmed en el periodo definido fue de un total de 29.351 textos. Dado el número elevado de textos inabarcable para los objetivos de la investigación, se han seleccionado dos soportes científicos para su estudio. En las 2 revistas científicas objeto de estudio la cobertura obtenida por el tema ha sido de 55 apariciones de las sustancias objeto de estudio. Específicamente, en *Adicciones* encontramos 36 y en *Revista española de Drogodependencias* 19 apariciones.

Teniendo en cuenta el número de ejemplares de cada uno de los medios, se ha calculado la cantidad de apariciones por ejemplar, siendo de 18 y 9.5, para *Adicciones* y *Revista Española de Drogodependencias*, respectivamente.

Con respecto a estas dos últimas cabeceras hay que comentar que el motivo de la diferencia entre promedios por ejemplar, es que en el caso de la *Revista Española de*

*Drogodependencias*, los ejemplares cuentan con un número elevado de textos referidos a adicciones comportamentales, tales como el juego patológico.

La cobertura en agenda mediática, y concretamente, en los dos soportes técnico-profesionales seleccionados ha sido de 228 apariciones. Específicamente en *Diario Médico*, 208 y en *Gaceta Médica* 20. En relación al porcentaje por ejemplar, el número de apariciones es de 2.1 y 1.05 por ejemplar en el caso de las revistas técnico-profesionales *Diario Médico* y *Gaceta Médica*, respectivamente. En la Tabla 1 quedan reflejados estos resultados.

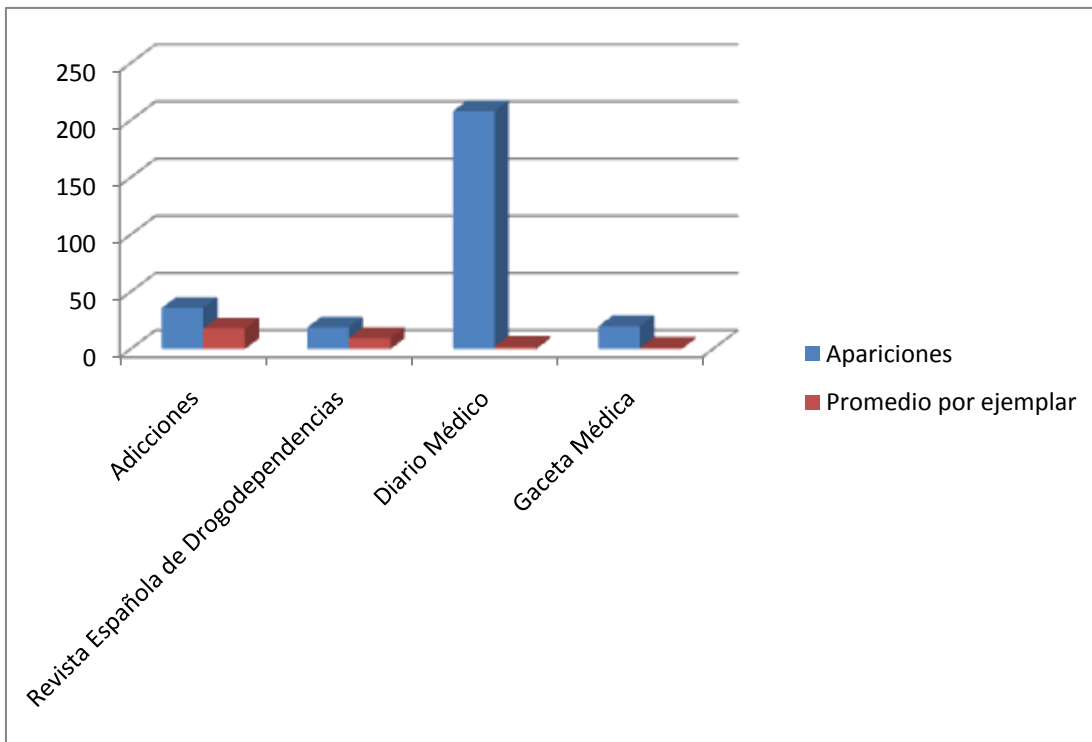
No obstante, es importante apuntar que las 208 apariciones de las palabras objeto de estudio, aparecen en un total de 133 noticias en el caso de *Diario Médico* y de 14 en *Gaceta Médica*, por lo que sabemos que en algunas de las noticias aparecen más de una palabra clave. No es de extrañar que en las revistas técnicos-profesionales de salud mencionen el consumo de “tabaco” y “alcohol” conjuntamente, ya que ambos consumos están asociados y se consideran como factores de riesgo para algunas enfermedades, de igual manera que la recomendación de no usar estas sustancias, se encuadra dentro de un estilo de vida más saludable. Por lo que consideramos importante especificar que calculando el número de palabras objeto de estudio entre el número de noticias, obtenemos que la media de noticias relacionadas con las drogas en *Diario Médico* es de 1.5 por ejemplar. Mientras que en *Gaceta Médica* es de 1.4.

Agenda	Revista	Apariciones	Ejemplar	Promedio por	TOTAL
--------	---------	-------------	----------	--------------	-------



		palabras clave	es	ejemplar	Apariciones
Científica	<i>Adicciones</i>	36	2	18	55
	<i>Revista Española de Drogodependencias</i>	19	2	9.5	
Mediática	<i>Diario Médico</i>	208	98	2.1	228
	<i>Gaceta Médica</i>	20	19	1.05	

Tabla 1. Cobertura de la droga



**Gráfico 1. Cobertura de la droga y promedio por ejemplar.**

Cómo puede observarse en el gráfico, aunque *a priori* parezca que hay más apariciones de las palabras clave objeto de estudio en la agenda mediática, al calcular la proporción por ejemplar, encontramos que la media es bastante superior en la agenda científica.

### **Sustancias**

Para tener una panorámica general sobre el tratamiento de las drogas realizados por la agenda científica y la agenda mediática, hemos contabilizado las apariciones de las sustancias objeto de estudio (Tabla 2).

Palabras clave	Pubmed	Diario Médico	Gaceta Médica	Adicciones	Rev. Esp. Drog
Tabaco	2313	57	11	4	2
Alcohol	5980	62	6	8	4
Xantinas	208	2	0	0	0
Cannabis	452	8	1	0	0
Hachis	7	0	0	0	0
Marihuana	276	4	0	0	0
Opio	207	0	0	1	0
Cocaina	804	4	0	5	2
Crack	179	1	0	0	0
Heroína	5	4	0	2	1
Cristal	4	0	0	0	0
Extasis	112	2	0	1	0
MDMA	119	0	0	0	0
Alucinogenos	1	2	0	0	0
Ketamina	395	1	0	0	0
Inhalantes	52	1	0	0	0
LSD	85	0	0	0	0
Otras drogas de Síntesis	0	1	0	0	0
Esteroides	2364	4	1	0	0
Anabolizantes	429	1	0	0	0
Anfetaminas	0	2	0	0	0
Otras drogas psíquicas	2	6	0	2	2
Drogas en general	15.357	46	1	13	7
<b>TOTAL</b>	<b>29351</b>	<b>208</b>	<b>20</b>	<b>36</b>	<b>19</b>

**Tabla 2. Número de apariciones de cada sustancia en los distintos soportes.**

La palabra clave más mencionada en la búsqueda bibliométrica en Pubmed ha sido “drogas” en general (15.357, 52.32%), seguida de “alcohol” (5.980, 20.37%), “esteroides” (2364, 8.05%), “tabaco” (2313, 7.88%) y “cocaína” (804, 2.73%).

Más concretamente, en la revista *Adicciones* encontramos que la palabra más mencionada ha sido también “drogas” en general con un 36 % (13 apariciones), seguida de “alcohol” (8, 22.22%), “cocaína” (5, 13.80%), “tabaco” (4, 11.11%) y “heroína” y “otras psicodrogas o fármacos” con un 5.50% (5 apariciones cada una).

En la *Revista Española de Drogodependencias* las drogas mencionadas se presentan prácticamente en el mismo orden, teniendo a la cabeza en apariciones la palabra “drogas” en general con un 36.84% (7 apariciones), seguido de “alcohol” (4 que representan el 21.05%), “tabaco”, “cocaína” y “otras drogas psíquicas o fármacos” con un 10.50% cada una y el último lugar lo ocupa la “heroína” con una 5.20% (1 aparición).

Con respecto a la agenda mediática, y en concreto el soporte *Diario Médico*, encontramos que las sustancias que aparecen en mayor proporción son: “alcohol” (62, 29.80%), “tabaco” (57, 27.40%), “drogas” en general (46, 22.11%) y “cannabis” (8, 3.8%). Es reseñable que “cocaína” y “esteroides” aparecen en una proporción muy baja ya que tan sólo ocupan el 1.92% del total de apariciones de las palabra objeto de estudio.

Por último, en la revista *Gaceta Médica* podemos observar que las sustancias más mencionadas han sido “tabaco” (11, 55%) y “alcohol” (6, 30%). Éstas han sido seguidas por “cannabis”, “esteroides” y “drogas” en general, pero con una diferencia importante en el porcentaje con respecto a los primeros puestos, ya que tan sólo aparecen en un 5% cada una (1 aparición).

### 4.3. Intensidad formal

La puntuación media obtenida en la variable de ubicación ha sido de 1'5 para *Diario Médico* y de 2'1 para *Gaceta Médica*, lo que se considera de intensidad baja. De hecho, si atendemos al registro, encontramos que en *Diario Médico*, solo 1 de las 133 noticias aparece en la portada y en *Gaceta Médica* dos de las 14 (Gráfico 2).

Con respecto a la Presencia en estructura de información la media es de 3.7 y 3 para *Diario Médico* y *Gaceta Médica*, respectivamente, lo que se considera intensidad media. Aún así tan sólo 33 noticias de las analizadas en ambos medios contienen en titular algunas de las palabras clave.

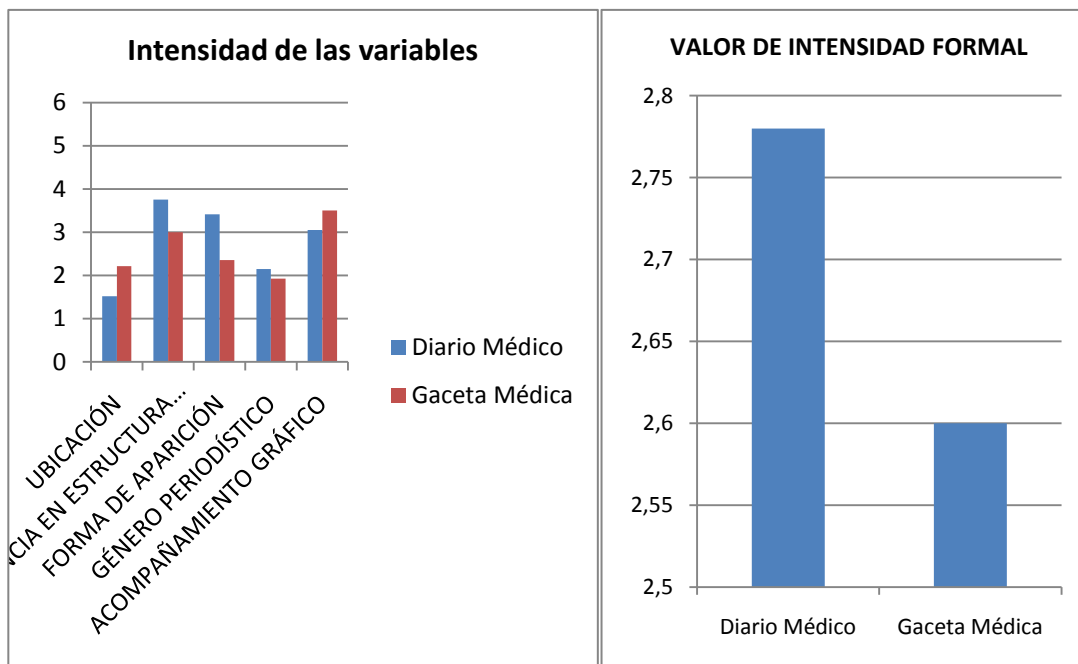
Por otro lado, el 74.1% de las noticias o bien no hacían referencia en el texto a ninguna de las palabras clave, o bien aparecía alguna referencia en el texto, pero la noticia estaba principalmente dedicadas a otro tema. Y sólo 2 de las 147 noticias estaban dedicadas principalmente al tema de las drogodependencias. Por lo que la media en la variable "Forma de Aparición" en *Diario Médico* y *Gaceta Médica* ha sido de 3.4 y 2.3, respectivamente, siendo considerada la intensidad media y media-baja.

El género periodístico de las noticias es mayoritariamente informativo, es decir, noticia o fotonoticia. El valor en esta variable ha sido de 2.1 para *Diario Médico* y 1.9 para *Gaceta Médica*, por lo que se considera de intensidad baja.

La última variable analizada ha sido el "acompañamiento gráfico". Los valores obtenidos de 3 (*Diario Médico*) y 3.5 (*Gaceta Médica*), indican que la intensidad en esta variable es media. Esto significa que la mayoría de las noticias cuentan con al menos un recurso gráfico, por ejemplo, ladillo o destacado.

Finalmente, para obtener un valor de intensidad formal global se calcula la media de todas las variables, obteniendo (tal y como se muestra en el gráfico 3) una puntuación

de 2.7 para Diario Médico y de 2.6 para Gaceta Médica, es decir, ambas de intensidad media-baja. Esto da la idea de que la gran mayoría de los textos son poco profundos, puramente informativos, y que refieren la problemática de las drogodependencias como algo secundario a otras cuestiones, no considerando el tema como un problema de salud prioritario en estos soportes.



**Gráfico 2. Valor de intensidad formal en cada una de las variables. Gráfico 3. Valor de intensidad formal global.**

## Conclusión

Las principales conclusiones de la investigación son las siguientes:

1. La cobertura del tema en los medios técnico-profesionales analizados, con dos apariciones del tema objeto de estudio por ejemplar puede valorarse *a priori* como estimable, si bien, se puede considerar reducida en comparación con la cobertura de la agenda científica. Esto indica que no es uno de los temas principales de la agenda mediática, mientras que en la agenda científica es 9 veces mayor en *Adicciones* y 4 veces y media mayor en la *Revista Española de Drogodependencias*.

2. Las sustancias que más atención reciben en la agenda científica son drogas en general y alcohol. En el caso de la búsqueda bibliométrica en Pubmed, nos llama la atención la poca aparición de sustancias como la cocaína. Sin embargo, en el caso de los dos soportes españoles objeto de estudio, *Adicciones* y *Revista Española de Drogodependencias* la cocaína tiene una presencia más importante.

Con respecto a la agenda mediática, las sustancias más mencionadas son alcohol y tabaco. Destaca la poca atención que prestan los medios estudiados al cannabis/marihuana y cocaína (bastante menos de la mitad de cobertura que la recibida por el alcohol y el tabaco) ya que, como se ha visto anteriormente, son dos sustancias con elevados niveles de consumo en España en comparación con otros países de la Unión Europea.

3. La intensidad en el tratamiento del tema en la agenda mediática es media-baja lo que redundará en la baja visibilidad de los textos y podría influir en que el tema no pase a la agenda pública. Llama la atención especialmente la variable “presencia en estructura de la información” con una intensidad media-alta, lo que indica que las palabras objeto de estudio tienen presencia en partes de la noticia que captan mayor atención. Sin embargo, destacamos también que la variable “ubicación” indica que las noticias referidas a la temática de las drogas, se encuentran ubicadas en una posición dentro del soporte menos visible para el lector. Por consiguiente, teniendo en cuenta el valor de intensidad formal

de todas las variables, podemos concluir que, aunque la cobertura no es del todo escasa en alguno de los diarios objeto de estudio, la intensidad es baja.

Si atendemos a la comparativa entre agenda mediática y científica podemos concluir una diferencia estimable en cobertura y si sumamos la media-baja intensidad formal en los soportes técnico-profesionales inferimos que el tratamiento del tema en la agenda mediática (técnico-profesional) no contribuye a su visibilidad y legibilidad, no favoreciendo su percepción por parte de los lectores como tema principal focalizando éstos su atención más en otros temas.

A partir de los resultados y conclusiones apuntadas, en relación a las dos hipótesis de partida del estudio podemos inferir que:

- Dada la reducida cobertura e intensidad del tratamiento informativo de las drogas en general y las sustancias objeto de estudio en particular, la hipótesis 1 que suponía que la presencia de las diferentes sustancias y la intensidad formal de su tratamiento en la prensa mediática (técnico-profesional) sería elevada, quedaría refutada, especialmente en el caso del cannabis y la cocaína, sustancias apenas mencionadas en los medios técnico-profesionales analizados, confirmándose esta hipótesis sólo en términos de presencia (sin perder de vista que la cobertura es reducida) de los términos alcohol y tabaco, que junto con drogas en general ocupan prácticamente el 90% de las noticias.
- En relación a la segunda hipótesis principal del estudio formulada por la que considerábamos a priori que podríamos encontrar una relación entre la agenda científica y la mediática tanto en cobertura del tema como en los datos relativos al tratamiento de las diferentes sustancias, quedaría igualmente refutada, ya que la cobertura en agenda científica (Pubmed) es elevadísima, mientras que esto no se trasfiere a la agenda mediática. Y por otro lado, la agenda científica concede más importancia a sustancias como la cocaína y esteroides, que apenas son mencionadas



por los medios técnico-profesionales. Teniendo en cuenta que otros medios divulgativos pueden recoger información proporcionada por medios técnico-profesional, y sabiendo que esto influye directamente en la percepción pública de la problemática sobre las drogodependencias, esto se puede traducir en una menor percepción de riesgo del consumo de sustancias y por tanto un aumento en el uso y/o abuso de algunas de ellas, tales como el cannabis y la cocaína.

## Bibliografía

Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. Madrid, Ediciones Akal.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe: Free Press

Berkowitz, D. (1992). Who sets the media agenda? The ability of polimakers to determine news decisions. En Kennamar, J.D. (Ed.), *Who sets the media agenda? The ability of polimakers to determine news decisions (81-102)*. London: Praeger.

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* (pp. 219-234), Dykinson.

Brossard, D. y Shanahan, J. (2003). Do Citizens Want to Have Their Say? Media, Agricultural Biotechnology, and Authoritarian Views of Democratic Processes in Science. *Mass Communication and Society*, 6(3), 291-312.

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. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 61-70. Disponible en [http://www.revistalatinacs.org/10/art/883\\_UPV/05\\_J\\_Canga\\_et\\_al.html](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* (pp. 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". *Razón y Palabra*, 75.

CIS. Disponible en [http://www.cis.es/opencms/-Archivos/Indicadores/documentos\\_html/TresProblemas.html](http://www.cis.es/opencms/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html) ).

Conrad, P. (1999). Uses of expertise: Sources, quotes, and voice in the reporting of genetics in the news. *Public Understanding of Science.*, 8(4), 285-302.

Colectivo Abierto de Sociología. (1997). *Tratamiento periodístico de las drogas y las drogodependencias* (2 ed.). Madrid, Coordinadora de ONGs que Intervienen en Drogodependencias.

Costa Sánchez, C. (2008) "Medicina y salud en la prensa. Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia". *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, p. 15 a 21.

Costa, P. D., y Pérez, J. M. (1987). "La información sobre droga en la televisión en España". *Comunidad y Drogas*, 14, 31-45.

Costa, P. D., y Pérez, J. M. (1989). Droga, televisión y sociedad. *Comunidad y Drogas*, 8.

Cuesta, U., y Menéndez, T. (2010). "Drogas, Comunicación y Nuevas Tecnologías de la Información". En Mancha, O. D. D. D. C. L. (Ed.), *Jóvenes, Drogas y Comunicación. Número seis. 2010* (pp. 93-106), FISCAM.

Curtin, P.A. (1999). Reevaluating public relations information subsidies: Market-driven journalism and agenda-building theory. *Journal of Public Relations Research*, nº 11, 53-90.

Dader, J. L. (1990). Las provincias periodísticas de la realidad: Agenda Setting, tematización y encuadre, y otras versiones de la canalización del Espacio Público por los medios industriales de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 2(2), 85-134.

Dader, J. L. (1990b): *Las provincias periodísticas de la realidad: Agenda-setting, tematización y encuadre, y otras versiones de la canalización del Espacio Público por los medios industriales de comunicación* (Vol. 2).

Del Río, P. (1991). "La información sobre problemas sociales en España. Medios de comunicación, el problema drogas y la percepción de soluciones". *Comunidad y Drogas*, Monografías(14), 59-59.

Dearing, J., & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-Setting*. London: Sage publications.

Driedger, M. (2008). Creating shared realities through communication: exploring the agenda-building role of the media and its sources in the E. coli contamination of Canadian public drinking water supply. *Journal of Risk Research*, nº 11, 23-40.

Entman, R. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43, 51-58.

Entwistle, V., and Watt, I. (1999). Judging journalism: how should the quality of news reporting about clinical interventions be assessed and improved? . *Quality in Health Care*, 8(8), 172-176.

EMCDDA. (2011). *Annual report on the state of the drugs problem in Europe*. Lisboa, Observatorio Europeo de las Drogas y Toxicomanías. Drogodependencias.

EMCDDA. (2010). *Annual report on the state of the drugs problem in Europe*. Lisboa: Observatorio Europeo de las Drogas y Toxicomanías

Ericson, R.V., Baranek, P.M. & Chan, J.B.L. (1989). *Negotiating Control. A study of news sources*, Toronto: Open University Press.

Fernández-Cid, M. (Ed.). (1996). *Tratamiento periodístico de las drogas y las drogodependencias*. Madrid, Coordinadoras de ONGs que intervienen en Ferrer, X., y

Dacosta, L. M. (1994). "Droga et mass-médias en Espagne. Problèmes et recommandations". *Psycotropes*, 3, 103-105.

Ferrer, X., y Dacosta, L. M. (1994). Droga et mass-médias en Espagne. Problèmes et recommandations. *Psycotropes*, 3, 103-105.

Fontcuberta, M. (1993). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona, Paidós.

Funkhouser, R. (1973): "The issues of the sixties: an exploratory study in the dynamics of public opinion". *Public Opinion Quarterly*, 1973m 37 (1), p. 62-75.

García Nebrada, B. (1987). *La imagen de la droga en la prensa española*. Madrid, Ministerio de Sanidad y Consumo.

Helinski, S. and Spanagel R. (2011). Publication trends in addiction research. *Addiction Biology*, Oct; 16 (4).

Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social science. Humanities Reading*. Massachusetts: Addison-Wesley.

Hornig Priest, S., Bonfadelli, H., and Rusannen, M. (2003). The 'Trust Gap' Hypothesis: Predicting Support for Biotechnology Across National Cultures as a Function of Trust in Actors. *Risk Analysis*, 4, 751-766

Kayser, J. (1982). *El diario francés*. Barcelona, ATE.

Krippendorff, 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* (pp. 110-112). Bilbao, Instituto Deusto de Drogodependencias y Asociación Ai laket.

Lowry, D.T. and Xie, L., (2007). Agenda-setting and Framing by Topic Proximity: A New Technique for the Computerized Content Analysis of Network TV News Presidential Campaign Coverage. En *Political Communication Division of the International Communication Association, Annual Convention*, San Francisco.

Luhmann, N. (2000). *La Realidad de los Medios de Masas. Anthropos*. Barcelona, Universidad Iberoamericana. Iteso.

Madison, J. J. (2000). Agenda Building and Big Science. *Policy Sciences*, 33, 31-53.

Martín Nieto, J. (1998). "Drogas de síntesis y medios de comunicación". *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* (pp. 51-70), Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.

McCombs, M., y Shaw, D. (1972). "The Agenda Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*, 7.

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.

Nelkin, D. (1995). *Selling Science. How the press covers Science and Technology*. New York: Freeman and Company.

Nisbet, M. C., Brossard, D., & Kroepsch, A. (2003). Framing science: The stem cell controversy in an age of press/politics. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 8(2), p. 36-70.

Núñez-Romero Olmo, F., Paricio Esteban, M. P., & Rodríguez Luque, C. (2012). Framing y morfología en el tratamiento periodístico de las drogas. *Index Comunicación*, 2, p. 13-36.

Oliva, M. P. (1986). "Los medios de comunicación social ante las drogodependencias". *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, M. P. (1999). Una aproximación a las dimensiones comunicativas de la moda: análisis de la comunicación de la moda en prensa de información general española durante el siglo XX VI *Jornadas Internacionales de Jóvenes, Investigadores en Comunicación: libro de actas. Valencia (España) del 19 al 23 de abril de 1999*. Barcelona: Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación, p. 53-60.

Paricio, P. (Coord.) (2010). *Campañas y comunicación institucional para la prevención de la drogadicción*. Villafranca del Penedés (Barcelona): Erasmus.

Paricio Esteban, M. P. (2011). *La prevención de las drogodependencias. Los medios de comunicación: cómplices necesarios*. Vilafranca del Penedés (Barcelona), Erasmus.

Paricio Esteban, P., & Marco, E. (2005). La evaluación de la gestión de las relaciones con los medios: tratamiento de la Universidad Cardenal Herrera-CEU en la prensa diaria valenciana. *Comunicación y Estudios Universitarios*, 13, p. 99-105

Paricio Esteban, P.; Núñez-Romero Olmo, F.; 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)". *Revista de Comunicación de la Universidad de PIURA*, nº 10, 2011, p. 71-101

Paricio Esteban, M. P., Núñez-Romero Olmo, F., & Rodríguez Luque, C. (2012). "Comunicación, Prevención del consumo de drogas y opinión pública. El tratamiento informativo de las drogas en ABC, El País y El Mundo (2009-2010)". In A. M. d. Sociología (Ed.), *II Jornadas de Sociología AMS. Crisis y cambios en las sociedades contemporáneas: retos teóricos y prácticos*. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, UCM (CD).

Paricio, P.; Núñez-Romero, P. y Rodríguez, C (2012b): "Relaciones Públicas, comunicación y prevención de drogodependencias. El caso de FEPAD" en *Actas. Relaciones Públicas: El diálogo de las organizaciones. VII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas*. Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas, 2012, p. 193-209

Paricio, P. y Sanfeliu, P. (2010). "El tratamiento informativo de la drogadicción y su prevención en la prensa dirigida a adolescentes" en Paricio, P. (Coord.): *Campañas y*



*comunicación institucional para la prevención de la drogadicción*. Villafranca del Penedés: Erasmus ediciones, p.109-134

Paricio Esteban, P., Sanfeliu Aguilar, P., y Sanfeliu Montoro, A. (2002). "Las campañas de comunicación y publicitarias sobre sida y drogas". *Revista española de drogodependencias*, 27(3), 489-513.

Paricio Esteban, P., Rodríguez Luque, C., Sanfeliu Aguilar, P., & Núñez-Romero, F. (2011). Las revistas para adolescentes como mediadoras sociales. Una aproximación al tratamiento de las drogas en 2008 y 2009. *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 12, p. 13-38.

Paricio Esteban, M. P., Rodríguez Luque, C., & Rabadán Zaragoza, M. J. (2012). Tratamiento del consumo de alcohol y su prevención en la prensa española desde la perspectiva de framing: El País, El Mundo, ABC y La Razón. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, p. 322-346.

Partenen, J., y Montonenm, M. (1989). *El alcohol y los medios de comunicación*. Madrid, Ministerio de Sanidad.

Peters, R. G., Covello, V. T., and McCallum, D. B. (1997). The Determinants of Trust and credibility in Environmental risk communication: an empirical study. *Risk Analysis*, 17(1), 43-54.

Prieto, J. L. (1987). "La imagen de la droga en la prensa española". *Comunidad y Drogas*, 4.

Quevedo-Blasco, R., Díaz-Piedra, C., & Guglielmi, O. (2010) Análisis comparativo de las publicaciones sobre drogodependencias en las revistas de Psicología Clínica y Psiquiatría iberoamericanas indexadas en el *Journal Citation Reports. Salud Mental*, 33, p. 133-143.

Quintá, F. (1989). "La tentadora evasión: medios de comunicación y drogas". *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.

Rodriguez 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* (pp. 33-56). Villafranca del Penedés, 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. A. (2006). Messages and heuristics: How audiences form attitudes about emerging technologies. [Versión electrónica]. In J. Turney (Ed.), *Engaging science: Thoughts, deeds, analysis and action* (pp. pp. 20-25). London: The Wellcome Trust.

Scheufele, D. A., and Lewenstein, B. V. (2005). How citizens make sense of emerging technologies. *Journal of Nanoparticle Research*, 7, 659-667.

Sitthi-Amorn, C., y NGamvithayapongse, J. (1998). "The role of media and communication in improving the use of drugs and other technologies". [Article]. *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.

Tanner, A. H. (2004). Agenda building, source selection, and health news at local television stations - A nationwide survey of local television health reporters. *Science Communication*, 25(4), 350-363.

UNODC. (2010). *World Drug Report 2010*, United Nations Office on Drugs and Crime.

Vega Fuente, A. (1995). "Los medios de comunicación social y las drogas : entre la publicidad y el control social". *Revista española de drogodependencias*, 20(2), 99-111.