

Informar sobre adicciones: el reto ético y social del periodismo

Informar sobre adicciones es un ejercicio que exige sensibilidad, rigor y una profunda responsabilidad social. La **Guía de comunicación para periodistas de Proyecto Hombre** recuerda que no basta con contar los hechos: es necesario hacerlo sin estigmas, con precisión y poniendo a las personas en el centro.

En una redacción, pocas tareas son tan complejas —y a la vez tan necesarias— como informar sobre adicciones. No se trata únicamente de explicar un hecho, sino de narrarlo desde una mirada que no perpetúe estigmas, que visibilice a las personas y que contribuya a una comprensión real del fenómeno. La **Guía de comunicación para periodistas de Proyecto Hombre** lo resume con claridad: **la cuestión no es qué contamos, sino cómo lo contamos.**

Las adicciones, como recuerda el documento en su prólogo, no son un rasgo que defina a una persona ni una categoría social a la que pertenecer. Son una realidad compleja, atravesada por factores personales, familiares, sociales y culturales, que afecta a personas muy distintas. Sin embargo, buena parte de la información que circula en los medios sigue anclada en imágenes estereotipadas: barrios marginales, escenas de consumo explícito, titulares que reducen una vida a una etiqueta.

Esta representación no es neutral. Según la propia guía, **los medios son la principal fuente de información sobre drogodependencias para el 99% de la población.** Lo que se publica condiciona percepciones, creencias y actitudes. Por eso, informar sobre adicciones implica asumir una responsabilidad ética: la de no reforzar prejuicios, la de no asociar consumo y delito como si fueran sinónimos, la de no presentar a las personas como “casos”, sino como protagonistas de historias de vida.

El poder de la mirada: un cambio necesario

Uno de los elementos más transformadores que propone la guía es el enfoque. Antes de escribir, sugiere hacerse tres preguntas esenciales: **¿Mi cobertura es respetuosa con los derechos de las personas implicadas? ¿Aporta información relevante? ¿Promueve un enfoque responsable del problema?**

Estos tres filtros funcionan como brújula ética para evitar caer en las trampas del sensacionalismo. Porque detrás de cada noticia hay una vida, y detrás de cada consumo problemático, un contexto. El periodismo puede optar por contar una detención a partir de la etiqueta “toxicómano”, o puede preguntarse por qué el consumo se volvió problemático, qué apoyo recibió esa persona, qué falló antes, qué podría cambiar para evitar historias similares.

“Las adicciones no son una enfermedad como la diabetes o el asma, sino una circunstancia personal que puede cambiar con ayuda y tratamiento”, recuerda el documento. Esta afirmación invita a poner el foco en la recuperación, en los procesos de cambio y en las soluciones, no solo en los problemas.

El lenguaje: una herramienta que reparar

El lenguaje nunca es inocente. La guía alerta sobre los términos que el periodismo debería desterrar: *drogata, yonqui, enganchado, vicioso*. Son palabras que reducen, señalan y deshu-

CÓMO MEJORAR LA INFORMACIÓN SOBRE LAS ADICCIONES

Una guía de **Proyecto Hombre**
para periodistas

manizan. A cambio, propone usar expresiones como **“personas con problemas de adicción”** o **“personas con conductas adictivas”**. La diferencia es enorme: una etiqueta cierra puertas; una descripción humana las abre.

También pide evitar expresiones que trivializan o banalizan el consumo (“meterse una raya”, “ponerse hasta las cejas”), así como el uso de “la droga” como si fuera un bloque homogéneo. Cada sustancia tiene efectos, dinámicas de consumo y riesgos distintos, y explicarlo con precisión es parte del rigor periodístico.

Fuentes: escuchar a quienes viven la noticia

Uno de los señalamientos más potentes del documento es la ausencia habitual de voces

de personas con problemas de adicción en las noticias. Resulta paradójico: se informa sobre ellas, pero pocas veces con ellas. La guía propone incluirlas como fuentes informativas siempre que sea posible, garantizando anonimato, respeto y acompañamiento cuando sea necesario.

A estas voces deben sumarse familias, profesionales del tratamiento, entidades sociales, voluntariado y administraciones. Una historia contada desde una sola perspectiva siempre será una historia incompleta.

Imágenes: un relato visual sin estigmas

Las fotografías también narran, y muchas veces refuerzan prejuicios de forma más eficaz que un titular. La guía recomienda evitar imá-

genes de consumo explícito, escenas degradantes o fotografías que criminalicen a las personas. En su lugar, propone **mostrar contextos de tratamiento, relaciones personales, actividades cotidianas o imágenes conceptuales no estigmatizantes**. No se trata de edulcorar la realidad, sino de contarla sin añadir daño.

Informar sobre adicciones es informar sobre la vida de las personas en toda su complejidad. Es asumir que cada palabra puede contribuir a liberar o a condenar, a comprender o a estigmatizar. La Guía de comunicación para periodistas de Proyecto Hombre no pretende imponer normas, sino ofrecer una mirada ética, responsable y profundamente humana. Una mirada que reconoce que, detrás de cada historia, hay una persona con capacidad de cambio, una familia en búsqueda de respuestas y una sociedad que necesita comprender mejor para actuar mejor

Periodismo que previene

La guía recuerda que **el periodismo es un agente social de cambio**. No solo informa sobre las adicciones: puede contribuir a prevenirlas. Al visibilizar factores de riesgo, recursos

disponibles, programas de tratamiento y testimonios de recuperación, los medios pueden convertirse en aliados para reducir el impacto social de las adicciones.

Como señala el documento, los periodistas tienen en sus manos la oportunidad de **“ofrecer una nueva perspectiva... menos estereotipada, más contextualizada y más humana”**.

Conclusión: una invitación a mirar mejor

Informar sobre adicciones es informar sobre la vida de las personas en toda su complejidad. Es asumir que cada palabra puede contribuir a liberar o a condenar, a comprender o a estigmatizar.

La *Guía de comunicación para periodistas de Proyecto Hombre* no pretende imponer normas, sino ofrecer una mirada ética, responsable y profundamente humana. Una mirada que reconoce que, detrás de cada historia, hay una persona con capacidad de cambio, una familia en búsqueda de respuestas y una sociedad que necesita comprender mejor para actuar mejor.

El periodismo, cuando se ejerce desde esta sensibilidad, no solo cuenta lo que pasa. **Ayuda a transformar lo que pasa.**

Descarga la guía

