

Corresponsabilidad informando de **adicciones**, frente a la **precariedad periodística**

"No news, Good news". Era la máxima del periodismo del siglo XX con la que crecimos los que estudiamos en las facultades de esa época, mientras nos intentaban sensibilizar sobre nuestra responsabilidad profesional advirtiéndonos de que **"lo que no aparece en los medios de comunicación es como si no existiera"**.

Desde la **Asociación de Usuarios de la Comunicación, AUC**, estamos elaborando un estudio para valorar el fenómeno del tratamiento informativo de la drogadicción y otras adicciones que pueda servir para proponer estrategias eficaces de actuación y prevención en el ámbito de la comunicación. Una de las fases de este estudio comprende entrevistas personalizadas con expertos que desarrollan su actividad en el ámbito académico, profesional, de la sociedad civil o la Administración. A falta de las conclusiones definitivas del estudio, nos gustaría exponer algunas de las preocupaciones compartidas, tanto por voces autorizadas de esos expertos desde el campo de las adicciones como por organizaciones del mundo periodístico.

"Cómo comunicar mejor sobre adicciones", el acertado título escogido por la Asociación Proyecto Hombre para la difusión de su guía para periodistas es toda una declaración de principios sobre cuál debe ser la actitud de las organizaciones que trabajan en drogodependencias con respecto a la desinformación, pero también, y aún más difícil, para combatir una invisibilización que viene dictada por la vorágine informativa.

Si en 1994 el consumo de drogas ocupaba el segundo lugar en los temas de mayor preocu-

pación de los españoles, en estos momentos alcanza un lugar anecdótico, con un 0,2% de preocupación.

Sin embargo, España es uno de los principales consumidores de drogas ilegales en el mundo, sobre todo en jóvenes de 14 a 35 años, según llamaban la atención los responsables de Proyecto Hombre en la presentación de este material para periodistas.

En este contexto, resulta significativo que el pasado mes de noviembre, en el VII Congreso organizado por el Col·legi de Periodistes de Catalunya, en el que participaron más de 700 profesionales de comunicación, la revisión de su Código Deontológico se centró en temas punteros en estos momentos como los discursos de odio, la emergencia climática, el impacto de la Inteligencia Artificial y el tratamiento del suicidio, todos ellos de gran relevancia. Pero ni rastro de las adicciones.

La proactiva declaración de principios de "volver a poner en agenda este tema que a menudo ha sido olvidado, silenciado y con riesgo de ser normalizado por la sociedad y que, sin embargo, está presente en muchas familias y afecta a personas de muy diferentes edades, género y condición social" según reivindicaba *Alfonso Arana, presidente de Proyecto Hombre*



en la presentación la guía mencionada, coincide con la necesidad refrendada por los profesionales consultados por AUC en su estudio.

La precariedad en la profesión periodística afecta a la calidad de la información

La presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid, María Rey, una de las personas consultadas, reconoce que la precariedad en las redacciones de los medios es una de las preocupaciones del colectivo, reflejada en la encuesta anual elaborada por el organismo que preside. Otro tanto corroboran los miembros del Col·legi de Periodistes de Catalunya, que cuentan con una comisión de trabajo específica para contrarrestar los efectos de esta tendencia empresarial en los medios periodísticos que repercute muy negativamente en la calidad de la información.

En la práctica, para las organizaciones que trabajan en adicciones, la falta de periodistas especializados obliga a un sobreesfuerzo para transmitir mensajes elaborados. Mireia Ventura, Coordinadora del Servicio de Energy Control del grupo ABD, servicio especializado en la reducción de riesgos y daños, intenta “fidelizar” periodistas, construyendo con ellos una relación estable, dedicando tiempo a ayudarles en su formación y aportándoles contexto sobre un fenómeno tan sensible como complejo. Pero también tiene claro que ante la demanda del

aquí y ahora, no se trata de plegarse sin más a las exigencias de los medios si éstas pueden fomentar el morbo o el sensacionalismo. Hace tiempo que tampoco permiten a los periodistas acompañarles en sus habituales intervenciones para analizar sustancias en raves y otras fiestas.” Algún disgusto con cámara oculta nos ha disuadido, por protección a los usuarios”.

Para Graciela Silvosa, Directora de Comunicación de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, la mejor manera de contrarrestar una información falsa como las relacionadas con sustancias inexistentes u otras noticias sensacionalistas cuyo propósito es provocar “clickbaits”, es contraprogramando con una nota de prensa en la que se explique ponderadamente el fenómeno. Abordar al periodista directamente no es política de la organización.

Esa es la tónica de la mayoría de las organizaciones que se enfrentan a la falta de interlocutores habituales en donde hace unos años contaban con la complicidad de periodistas especializados.

Beatriz Pestaña, Directora de Comunicación de FAD Juventud, señala, en positivo, que tiene por costumbre felicitar a los y las periodistas que publican una información cuando está bien tratado el tema en esa interlocución que habitualmente tiene con los medios. Eso le permite reafirmar la mutua confianza con los profesionales.

En UNAD, entidad que reúne a más de 200 organizaciones que trabajan en adicciones en toda España, cuentan con una Comisión de Comunicación que se encarga de realizar talleres de formación para que los profesionales que trabajan como terapeutas aprendan a relacionarse con los medios de comunicación. Ello permite proveerles de herramientas para desarrollar eficazmente esa relación conociendo las particularidades del periodismo, especialmente en los casos en los que la dimensión de la organización no permite contar con un gabinete de comunicación.

Dolerse por lo que ya no volverá no resulta útil, porque, ni los medios de comunicación convencionales son ahora la única fuente de información, especialmente para los más jóvenes, ni la precariedad en las redacciones de los medios periodísticos permite percibir los fenómenos en toda su dimensión a los profesionales de la comunicación. Lejos de la especialización, cubren noticias de todo tipo, a un ritmo que no permite el contraste ni la reflexión en la mayoría de las ocasiones, y dificulta la interrelación con las organizaciones expertas en adicciones por la premura del tiempo que pueden dedicar a cada una de sus piezas informativas.

La experiencia de *María Rey*, que además de asumir la representación institucional en la APM es directora del magazine de noticias “120 minutos” en *Telemadrid*, es que no hay semana que no aborden un tema relacionado con adicciones, “especialmente cuando hay un colectivo o una organización en la que expertos llaman la atención sobre un tema potente y lo argumentan”. En su opinión “en este momento estamos prestando un poquito más de atención a las adicciones, porque hemos dejado de pensar que la adicción es la consecuencia del abuso de una sustancia, sino que es la consecuencia de un modo de vida demasiado rápido, demasiado individualista, basado en la tecnología que va aislando a determinados individuos”.

Construyendo molinos

Parafraseando el proverbio holandés “si no puedes parar el viento, construye molinos”, eso es lo que hacen la mayoría de las organizaciones que trabajan en adicciones, creando sus propios instrumentos para acceder a la población en general a través de las redes. También creando newsletters como una sencilla estrategia de fidelización o guías como la que referimos de Proyecto Hombre.

El podcast es otro instrumento que facilita una manera de transmitir historias de vida que permiten empatizar con las personas afectadas por una adicción. En este sentido, algunas de las organizaciones manifiestan su dificultad para facilitar testimonios cuando los medios lo demandan, por miedo a la estigmatización de la persona que se expone y muy relacionado también con la falta de confianza por la utilización que se pueda hacer de ese testimonio por parte del medio de comunicación. Acceder a las declaraciones de personas afectadas sin la presencia de un o una profesional que contextualice, no es deseable para la mayoría de las organizaciones. Años de experiencias les ha concienciado de que no pueden conseguir protagonismo a cualquier precio.

Más allá de la noticia puntual, cada vez más organizaciones participan del periodismo colaborativo. Consiste en trabajar conjuntamente desde el departamento de comunicación de la organización con el periodista de un medio de comunicación un tema propio. Una práctica que recomienda el *Director de Comunicación del Hospital Clínic de Barcelona, Xavier Francàs*, por los buenos resultados que han obtenido en temas de salud.

Asignaturas pendientes en tiempos líquidos

“En un momento en el que los valores tradicionales son relativos, la realidad se modifica y nada es absolutamente bueno ni absolutamente malo. Por eso estamos destinados a entendernos a nosotros mismos y a los demás”, nos retó el referente de la Sociología Zygmunt Bauman.

Para la *responsable de Energy Control, Mireia Ventura*, advierte de que no hay conciencia sobre los efectos de las nuevas drogas y del modo que las utilizan los más jóvenes en busca de recompensa inmediata. “Suben rápido, bajan rápido y no comprometen. Poppers, óxido nítrico o ketamina son sustancias que ayudan a disociar, y su patrón de uso no se percibe como estigmatizante. Los adultos no las consumen, el resto de la sociedad no tiene ningún contacto con ellas”. A falta de su reflejo en los medios de comunicación, pasan desapercibidas.



Señala Luciano Poyato, Presidente de la Red de Atención a las Adicciones, que “la percepción de la ciudadanía es que quienes consumen sustancias son jóvenes, pero en tratamiento hay personas ya mayores de 70 años”. El podcast “Adicciones sin edad”, realizado por la UNAD, pretende visibilizar una realidad habitualmente ignorada. “Hay que normalizar que la población envejece y esto no significa necesariamente que determinados consumos desaparezcan de la vida de las personas por cumplir años. De hecho, los consumos pueden mantenerse o incluso iniciarse independientemente de la edad”. Un relato que difícilmente percibiremos en la prensa.

Para el jurista Baltasar Garzón, la banalización del discurso en torno al narcotráfico dificulta la percepción del riesgo. El goteo de noticias diarias más allá de la anécdota no facilita la conciencia social. “Conceptos como solidaridad se han diluido” en opinión del que fuera Juez de la Audiencia Nacional y Delegado del Gobierno del PNSD en el año 1993 “El sector progresista de la sociedad ha perdido la conciencia de unas luchas justas que se libraban, una de ellas contra las adicciones” que, en su opinión, merece la pena retomar”. Un discurso que no pasa por el prohibicionismo, “porque cuando se prohíbe se genera más intención de hacer lo prohibido”.

Su técnica para concienciar y captar la atención cuando imparte una conferencia, “dado el grado de atención que se dedica a los problemas, que hoy en día no pasa de los cinco minutos y al poco los oyentes desconectan, es aplicar la técnica de los contadores de cuentos. La gente se engancha a las historias de vida”.

Para Elena Presencio, Directora General de la Asociación Proyecto Hombre, si las mujeres son

un colectivo estigmatizado con relación a las adicciones, las mas invisibles para la sociedad son las mujeres encarceladas. “No verás ni una sola noticia sobre mujeres con problemas de adicción en prisión”, reflexiona sobre el que considera el estabón más débil de la sociedad, las personas procedentes de prisión que reciben tratamiento en Proyecto Hombre.

La Catedrática de Psicobiología de la Universidad de Barcelona, Ana Adán, autora del libro “Adicción a las sustancias. Trastornos y tratamientos farmacológicos”, asume parte de la responsabilidad de que las múltiples investigaciones que se realizan sobre adicciones no tengan reflejo en los medios de comunicación, quizás por falta de una actitud más proactiva.

Con todo, para la doctora Adán las minorías, con mucha prevalencia de consumo y problemas de adicción, son las grandes olvidadas de los medios de comunicación.

En relación con el alcohol, y estando de acuerdo con que “las palabras importan”, los profesionales de ámbitos diversos consultados por AUC observan la dificultad de conseguir en muchos estratos de la sociedad un cambio de percepción que reconozca que es también una droga, incluso de las más dañinas. A pesar de que tanto los organismos internacionales como el PNSD y las entidades especializadas en adicciones insisten en ese mensaje, vemos como incluso la DGT anuncia “controles de alcohol y drogas”, cuando un simple “otras” contribuiría a cambiar esa percepción que subliminalmente cala en la población. Aunque cada vez menos, también hay medios de comunicación en los que es habitual disociar el alcohol o el tabaco de las drogas ilegales.

Convendría recordar que los términos que utilizamos en artículos, informes, campañas o en nuestras conversaciones cotidianas no son inocentes: conforman el marco cognitivo a través del cual miramos el mundo.

Buenas prácticas comunicativas

La ley de rendimientos decrecientes en comunicación no deja espacio para lo habitual y lo previsible, pero, como señala la frase que encabeza este artículo, en muchas ocasiones tampoco en la mayoría de las ocasiones para las buenas noticias. Una excepción ha sido la rueda de prensa realizada conjuntamente por la ministra de Sanidad, Mónica García y la delegada del PNSD, Xisca Sureda, informando de los resultados de la encuesta ESTUDES según la cual el consumo de alcohol, tabaco y cannabis se sitúa en mínimos históricos entre los estudiantes de 14 a 18 años. Una información muy reproducida, en algún medio no exenta de cierto triunfalismo al titular “los adolescentes en España son más sanos que nunca”...

Si hace años se nos pedía a los medios de comunicación que no nos hiciéramos eco de los consumos de personajes famosos para evitar un efecto “llamada” o “contagio”, recientemente hemos asistido a las confesiones de relevantes personajes de la vida pública que han hecho su particular catarsis ante la prensa. Unas confesiones que han sido muy bien recibidas por los profesionales que trabajan en prevención y tratamiento de adicciones. A modo de ejemplo:

“Dani Martín habla sobre su vida tras dejar el alcohol, las drogas y el tabaco: no hay gente a la que le siente bien” destacaban diversos medios tras una entrevista televisiva del cantante.

En la misma línea, el actor *Eduard Fernández* protagonizó entre otros titulares “consumes para no sufrir” o “Cada uno tiene una droga estrella, la mía era el alcohol”.

En este contexto, si hubiera que señalar un ejemplo de buenas prácticas periodistas el do-

cumental de la periodista *Flora Saura* “No pensó tornar a beure mai mes” (no pienso volver a beber nunca más) Emitido por TV3 en uno de sus programas más emblemáticos, “Sense Ficció”, el cual ejemplifica cómo un medio de comunicación público permite visibilizar el problema con el alcohol en personas de amplio perfil, algunas de ellas reconocidos profesionales.

Flora Saura, formada en el Máster de Drogas de la UB, ha conseguido aunar las historias de vida con la visibilización de recursos de tratamiento y la aportación de expertos en adicciones. Un ejercicio profesional ponderado, especialmente valiente, si tenemos en cuenta que ella misma se ha puesto en el punto de mira como ex alcohólica.

Referenciados por varios de los entrevistados por AUC para el estudio en elaboración, señalan como un buen ejercicio para concienciar entre otros el libro testimonial “Yo adicto. Un relato personal de dependencia y reconciliación” de *Javier Giner* o el documental “Flores para Antonio”, elaborado por *Alba*, hija de *Antonio Flores*, un magnífico ejercicio de humanización que lejos de idealizar al músico ha permitido mostrarle como un ser humano con sus luces y sus sombras, alejado del mito.

No podemos concluir los ejemplos de buenas prácticas sin reseñar un reciente debate radiofónico que, sin pretensiones, expone una de las cuestiones que a todos nos puede surgir en la vida cotidiana y que induce a la reflexión y la concienciación. “¿Traicionarías a un amigo que te pide no revelarle a su pareja su consumo de cocaína, tras encontrarle una papelina? Esta es la cuestión que sometieron a debate en la sección “la cena de los idiotés” en el programa “Hora 25” de la Cadena SER.

Los gestos, como el lenguaje, cuentan y siempre pueden encontrar una vía de canalización a través de la información colaborativa entre periodistas y profesionales de las adicciones.

Referencias:

<https://proyctohombre.es/wp-content/uploads/2021/11/Gu%C3%ADa-de-Proyecto-Hombre-para-periodistas-versi%C3%B3n-digital.pdf>
https://www.youtube.com/watch?v=ad_WGdnDsGc
<https://abd.ong/podcast/>
<https://www.youtube.com/watch?v=CL6BRON8oGQ>
<https://www.3cat.cat/3cat/no-penso-tornar-a-beure-mai-mes/video/6216113/>
<https://cadenaser.com/nacional/2025/10/30/los-idiotas-plantan-un-dilema-sobre-drogas-que-se-convierte-en-el-truco-perfecto-para-saber-que-alguien-es-adicto-pasa-algo-raro-cadena-ser/>