



Digues **SÍ** a la *bona* informació

Periodisme i Drogues





ENERGY CONTROL

'**Digues SÍ a la bona informació** és un títol que **al·ludeix a un llenguatge dicotòmic com a forma de provocació amb el que volem, ja des d'inici, generar debat i reflexió**. El 'bo' i el 'dolent', la 'bondat' i la 'maldat', el 'bé' o el 'mal' són dicotomies d'influència religiosa i amb gran càrrega moral en què 'el bé' ha de prevaldre sobre 'el mal'.

En cap cas ens atorguem l'autoritat moral de definir certes pràctiques periodístiques com a bones o dolentes, imposant els nostres estàndards de moralitat i etiquetant com a errònies aquelles narratives que se surten del que creiem que és 'allò correcte'. Res més lluny. Simplement, **aprofitem el títol per denunciar aquest tipus de llenguatge que durant anys ha caracteritzat el discurs institucional i mediàtic sobre les drogues no regulades**, retratant-les com una cosa aberrant, impur o deshonest i generant una visió idealitzada i negativa de la societat que traçava una línia, imaginària, entre la població -bona i desitjable- que no consumeix determinades drogues davant d'aquella -dolenta i indesitjable- que sí les consumeix.

Ni les drogues són 'dolentes', ni la informació és 'bona'. Amb aquest títol et convidem a **dir sí a la informació veraç, contrastada, correcta, fidedigna, adequada...** i així contribuir a un canvi de narrativa.



ABD

Digues SÍ a la bona informació

Text

Dani Font i Núria Calzada

ÍNDEX

- 1. Una altra guia sobre periodisme i drogues?**
- 2. Informar amb responsabilitat**
- 3. Descodifiquem la realitat i aprenem “allò normal” a través dels mitjans**
- 4. Els mitjans de la por**
- 5. Immobilisme mediàtic**
- 6. L'impacte dels mitjans**
- 7. Periodisme i drogues**
 - Què opinen els que exerceixen el periodisme?**
 - 7.1 La informació sobre drogues “és un desastre”**
 - 7.2 Les causes del desastre**
 - 7.3 Què pots fer?**
 - 7.4 Beneficis de dir sí a la bona informació**
- 8. Recursos**
- 9. ANNEXOS:**
 - Fonts d'informació**
 - Llenguatge**
- 10. Agraïments**
- 11. Bibliografia**
- 12. Crèdits**

1 UNA ALTRA GUIA SOBRE PERIODISME I DROGUES?

En els darrers anys diverses entitats i institucions públiques i privades que treballen en l'àmbit de les drogues han elaborat, des dels diferents llocs on operen, manuals o guies analitzant la cobertura que fan els mitjans de comunicació en informar sobre drogues. Des d'Amèrica Llatina, una de les propostes més recents és Desintoxicant Narratives elaborat per Elementa DDHH que treballa des de les seus a Colòmbia i Mèxic. La seva proposta pretén revertir l'enfocament mediàtic de la informació sobre drogues a Colòmbia i oferir “un kit d'eines que proposa deixar enrere les dinàmiques que fan mal al debat públic i suggerir una manera diferent de tractar la informació sobre política de drogues als mitjans de comunicació”. Amb això vol cicatritzar les ferides d'un **discurs mediàtic carregat de mites, estigmes i menyspreu de l'evidència científica**.



A Espanya, destaca el Grup de Treball Mitjans de Comunicació i Drogues del Fòrum la Societat davant les Drogues promogut pel Pla Nacional Sobre Drogues (PNSD) actiu de 2005 a 2010 i en el que van participar tant periodistes com ONG's, mitjans de comunicació, sindicats i empreses. Encara que ja a l'any 2000 el PNSD va publicar 'Actuar és possible. Mitjans de comunicació i drogodependències'.



A Catalunya, Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va publicar el 2007 un document sobre 'Recomanacions adreçades als mitjans audiovisuals per al tractament informatiu de les drogues'. D'altra banda, el Pla de drogues i addiccions comportamentals 2019-2023 de la Subdirecció General d'Addiccions, VIH, ITS i Hepatitis Víriques de la Generalitat de Catalunya inclou com a actuació prioritària establir una estratègia de lluita contra l'estigmatització de les persones que consumeixen drogues adreçada a professionals de tots els àmbits, entre ells el de la comunicació.

En qualsevol cas, tot i que alguns d'aquests documents tenen uns quants anys, **ja assenyalaven alguns aspectes a millorar sobre la informació sobre drogues que encara avui costa erradicar als mitjans**. Especialment aquells usos relacionats amb el llenguatge com la classificació simplista entre drogues toves i dures o la utilització de paraules com "toxicomania", "drogoaddicció" o "farmacodependència" en comptes de parlar de "consums" en plural atès la multiplicitat de situacions existents (experimental, recreatiu, circumstancial, intens, compulsiu, etc.).

Per això, ja feia temps que valoràvem la possibilitat d'elaborar una proposta per millorar l'abordatge mediàtic respecte a drogues **adreçada a totes aquelles persones que exerceixen la seva activitat professional en l'àmbit de la comunicació** des de qualsevol de les àrees com poden ser la de guió, locució, imatge, redacció o presentació, entre d'altres. Alhora, una proposta que pogués ser d'utilitat per a entitats públiques o privades interessades en campanyes de prevenció i sensibilització sobre drogues.

Amb la guia **Digues SÍ a la 'bona' informació**, no pretenem dir als qui es dediquen a informar com han de fer la seva feina, sinó **oferir una eina d'ajuda per fomentar un tractament informatiu responsable de les drogues als mitjans de comunicació**.

2 INFORMAR AMB RESPONSABILITAT

Els objectius dels mitjans de comunicació són **informar, formar i entretenir**. Però el seu impacte en la societat transcendeix aquestes funcions, ja que són **agents de socialització** de primer ordre com ho poden ser la família o l'escola, per la qual cosa és fonamental assenyalar unes pautes generals per a un tractament mediàtic adequat.

El Codi deontològic de la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE) exigeix als qui es dediquen a aquesta professió **veracitat i exactitud, rigor ètic, formació especialitzada i qualitat professional**. Segons la "Teoria de la responsabilitat social de la premsa", elaborada per la Comissió sobre la Llibertat de Premsa o Comissió Hutchins (1947), correspondria als mitjans "proporcionar una explicació veritable, comprensiva i intel·ligent dels esdeveniments diaris dins d'un context en què adquireixin significat" (Commission, 1947, p. 20). Els codis deontològics, com a deutors d'aquesta teoria, aporten una guia majoritàriament acceptada sobre com els periodistes han de fer la seva tasca informativa.

Tenint present aquests principis rectors, **exercir la professió de periodisme no sempre és senzill**. Entre altres situacions, es poden produir certes tensions entre drets en pugna, principalment entre el dret de la ciutadania a estar informada i el dret de les persones a la pròpia intimitat i imatge. Per tractar de resoldre aquest tipus d'atzucacs haurien de seguir-se una sèrie de pràctiques com per exemple **informar evitant utilitzar expressions, imatges o testimonis vexatoris o lesius per a la condició personal** de les persones que apareixen a les notícies, o evitar especulacions innecessàries davant assumptes en què intervinguin elements de dolor o aflicció a les persones afectades. En cas de citar la vida privada de certes persones, que hauria d'estar justificat per la defensa de l'interès públic, caldria donar veu a la persona afectada perquè pugui donar la seva pròpia versió dels fets.

Una altra faceta important recollida en els codis deontològics és que els que treballen en aquesta professió han de **ser especialment sensibles davant d'informacions o opinions que puguin ser discriminatòries** o susceptibles d'incitar a la violència o actituds degradants contra certs col·lectius socials.



Per tant, en informar, cal extremar la prudència a l'hora de publicar dades sobre aspectes d'una persona que puguin propiciar conductes discriminatòries pel motiu que sigui, com ara el consum de certes drogues i la seva vinculació amb certs estereotips conflictius. Quan aquest respecte a la dignitat de persones o col·lectius es vulnera, no ja per qui escriu sinó per la línia editorial de l'empresa on treballa, les i els professionals de la comunicació tenen dret a invocar la clàusula de consciència per mostrar-ne el rebuig . Aquesta clàusula que garanteix la independència és summament important davant del fet que **els mitjans de comunicació tenen propietaris i no són neutrals ideològicament parlant**. Són empreses, de titularitat pública o de capital privat, que es regeixen per criteris empresarials, els quals, "han de ser compatibles amb la defensa de la salut pública, el bé comú, i els drets i les llibertats de tots els ciutadans", com apunta Javier Martín, autor de la guia "Bones pràctiques dels Mitjans de comunicació en matèria de drogues" (2010) elaborada per la RIOD.

Conseqüentment al fet que els mitjans tinguin ideologia, això propicia que la seva aproximació als fenòmens socials es faci des de posicionaments diferents, que permeten a la població triar aquells que millor encaixen amb la comprensió de la realitat. Martín (2010) assenyala que "La gent no pensa d'una manera determinada per llegir un diari o escoltar una emissora de ràdio; llegeix aquest diari o escolta aquesta emissora perquè ja pensa així". Ara bé, **aquesta pluralitat ideològica** que porta els mitjans a posicionar-se de manera diferent davant de temes que són objecte d'interès i debat públic, com ara l'avortament o la legalització dels consums de drogues, **no hauria d'anar renyida amb els principis professionals** que ja hem assenyalat. És a dir, per al correcte exercici de la professió no cal forçar la realitat per fer-la coincidir amb el posicionament ideològic del medi, evitant pràctiques com publicar material informatiu fals, enganyós o deformat.



No obstant això, és precisament la vulneració d'aquests codis i en general les males pràctiques que venim detectant pel que fa a la informació sobre drogues apareguda als mitjans, la que ha propiciat en els darrers anys l'**aparició d'iniciatives** a nivell internacional com els podcasts de Narcotica i Crackdown, la web especialitzada en reducció de danys Filtermag o Dromòmanos a llatinoamèrica que mostren com **una altra forma d'informar sobre drogues, respectuosa amb els qui consumeixen, és possible.**



3 DECODIFIQUEM LA REALITAT I APRENEM “EL NORMAL” A TRAVÉS DELS MITJANS

Els mitjans de comunicació són agents de socialització i tenen capacitat i **influència en la instauració de comportaments, actituds i valors socials**. Encara que no busquin de manera deliberada modificar els nostres comportaments o valors, el cert és que els condicionen i contribueixen a consolidar un cert tipus de valors dominants. En general, els mitjans nodreixen les converses quotidianes amb un to i uns continguts que afavoreixen la versió que encaixa amb la definició donada pel discurs hegemònic per explicar una realitat social determinada.

D'aquesta manera, les persones quan conversem usant els arguments transmesos pels mitjans col·laborem en la **creació d'estereotips i en la definició de la normalitat i l'anormalitat**. D'acord amb Van Dyjk (1990), les definicions dominants de la desviació o la marginalitat són les que es veuen reproduïdes a les notícies i, assenyala, que la notícia promou implícitament creences i opinions dominants de grups de l'elit de la societat. Gray Cavender (2018) veu un nexa clar entre desviació i representació mediàtica perquè **els mitjans tenen un paper important en el procés d'identificar i definir conductes desviades**.



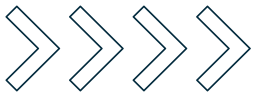
El cert és que vivim en una societat mediàtica, saturada d'imatges que ens diuen constantment quin és el nostre món, quin lloc hi ocupem, el que està bé i el que està malament, i que contribueixen a construir la nostra identitat i a forjar-nos opinions sobre fets presentats com a problemàtics (Altheide, 2002). Per això, Denzin (1995) no exagera en assenyalar que **els mitjans i les imatges donen sentit al nostre món**. Així, la dependència que tenim dels mitjans de comunicació a l'hora de forjar-nos una opinió sobre determinats assumptes pot ser molt elevada, tal com ironitzava el dibuixant humorístic i escriptor Jaume Perich.



Històricament, el tracte mediàtic sobre determinats temes ha estat abordat de manera sensacionalista per tal de presentar un determinat fenomen de manera simplificada, dicotòmica, sense matisos i obligant a posicionar-nos a favor o en contra. Això propicia recórrer a **estratègies de comunicació que apel·len a la por i al pànic**. L'investigador K. Thompson, autor de *Pànics Morals* (2014), assenyala en el seu treball centrat a la Gran Bretanya dels anys noranta, la manera com s'entrellacen moralitat, pànic i mitjans de comunicació. Atribueix un paper central als mitjans a l'hora de decidir quins són els temes sobre els quals cal informar i dels quals, com a societat, ens hem de preocupar. Aquests temes que ens presenten els mitjans de manera dicotòmica, com **els consums de drogues, són tractats com un problema social o d'ordre públic capaç de generar un pànic moral**. El pànic moral sorgeix quan se sent amenaçat un o més dels valors hegemònics ordinadors de la vida social. Però la seva aparició no és espontània sinó fruit de la relació entre la percepció de risc davant de determinats fenòmens i les representacions mediàtiques que en donen compte.

Ja hem assenyalat que els mitjans tenen la seva pròpia ideologia i que, en principi, podríem pensar que a més quantitat de mitjans es dóna una major pluralitat ideològica. Però, ens preguntem, **fins a quin punt la cobertura mediàtica sobre drogues és plural pel que fa als discursos?** Durant anys, la cobertura sobre drogues als mitjans respon al que Thompson anomena pànics morals. Això és degut, entre altres aspectes, al fet que els que informen són susceptibles de la percepció de risc hegemònica dels fenòmens esmentats i, a més, desenvolupen la seva professió a l'empara d'unes empreses públiques o privades que tenen la seva pròpia agència i manera d'informar. Com a resultat sorgeix una proliferació de discursos al voltant del fenomen, així com propostes que, segons Thompson, tendeixen a consolidar pràctiques reguladores.





Si bé els mitjans no són els únics actors amb capacitat discursiva per donar sentit als diferents fenòmens i de vegades buscar culpables o responsables, sí que tenen un **paper preponderant en l'esdevenir dels debats públics i la consolidació de problemes socials**. Amb ells també intervenen organismes governamentals, partits polítics i entitats de la societat civil, amb posicionaments més o menys similars o allunyats davant d'un determinat fet social. Thompson assenyala que entre aquests organismes hi ha una disputa pels significats del problema social i concedeix als mitjans un paper de privilegi, en tant que els considera la veu més legítima. Quant a això darrer, assenyala que els significats que més impacte tenen en les persones que consumeixen un determinat mitjà són aquells que es transmeten a través de gèneres periodístics com les editorials i els elements que ressalten en una notícia (títol, subtítol, destacats, etc.).

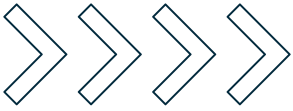
El sensacionalisme que introdueixen les editorials i els titulars a l'hora de comunicar, que va acompanyat d'exageracions i prediccions amb el que pot passar (normalment catastròfiques), és un element recurrent en les anàlisis sobre la cobertura mediàtica d'aquells fenòmens presentats com a problemes socials (Thompson, 2014). Amb això **identifiquen amenaces, grups perillosos o desviats**, seguint la terminologia de Howard Becker (2009), i l'objecte amenaçat que sol ser un component de l'ordre social com pot ser la moral hegemònica. Els ingredients que conformen el pànic moral estan llestos i el sentit comú es nodreix amb nous conceptes que representen una amenaça a la normalitat. Això suposa estigmatitzar col·lectius sencers, una revaloració de la moral hegemònica i una crida a l'actuació de l'Estat perquè reprimeixi allò que és diferent, entès com a amenaça que no ha de tenir cabuda en l'ordre social.



4 ELS MITJANS DE LA POR

La UNESCO advertia fa gairebé 50 anys que l'abordatge mediàtic sobre drogues és el responsable d'una imatge "equívoca que podria contribuir a provocar situacions contrapreventives i fomentar l'abús de substàncies" (Ballesteros, 2020). L'objectiu d'aquest tractament mediàtic, que havia començat anys abans, era i és **l'abstenció mitjançant estratègies comunicatives que mobilitzen la por i l'angoixa, reduint l'àmbit de les drogues** a parlar de detencions, morts, judicis, desqualificació, presó, amenaça d'addicció i trastorns, entre altres aspectes. Tot i això, Martin Holt i Carla Treloar (2008) van apuntar que conèixer els riscos i possibles danys no porta les persones a desistir dels consums. De fet, a Espanya una tercera part de la població admet haver consumit en algun moment de la seva vida una substància il·lícita, mentre que alcohol i tabac, ho han consumit el 77 i 39% respectivament a l'últim any segons dades de l'Observatori Espanyol de les Drogues i les Addiccions del 2021.

Una de les característiques principals de la comunicació sobre drogues és la **propagació d'estereotips a causa de l'ús de fonts institucionals i la manca de contrastació de la informació** que ofereixen (Ballesteros, 2020). Cohen (2017) assenyala que, en determinats temes com ara les drogues, els mitjans, en conveniència amb les autoritats, treballen amb un model d'amplificació de la desviació i confirmació dels estereotips. Chibnall (1977) i Tuchman (1978) donen una explicació a per què es produeix aquest fet. Chibnall afirma que el **periodisme de fonts oficials** porta a la reproducció inevitable de definicions, opinions i versions oficials, que tendeixen a perpetuar els estereotips. Tuchman introdueix el concepte 'news frames', que fa referència als principis que regeixen com els periodistes trien cobrir notícies o com cobreixen una notícia, cosa que, conseqüentment, influeix també en com l'audiència veu la realitat.



Tuchman sosté que els 'news frames' reproduïen les idees dominants i que són poc inclinats a modificar-se, com per exemple la forma de cobrir les notícies sobre drogues. De manera similar, Stuart Hall (1992) ressaltava que la realitat representada en o mitjançant notícies és en si mateixa una construcció ideològica fruit de la informació de fonts institucionals, per la qual cosa els mitjans de comunicació actuen sobretot com a reproductors d'ideologies. El grup de recerca de Glasgow University Media Group (1982) apunta un altre aspecte en relació amb les fonts d'informació a partir de la seva anàlisi sobre la cobertura televisiva de vagues i conflictes laborals a Anglaterra. Les conclusions d'aquesta investigació assenyalaven que els mitjans presenten al públic les protestes laborals com a problemes, ocultant el punt de vista de les persones que treballen, la conducta i actitud de les quals era considerada com a causant de trastorns socials i econòmics, i per tant la desqualificaven tractant-la d'irracional. De la mateixa manera, **l'opinió de les persones protagonistes de les notícies sobre drogues sol estar absent, mentre que les fonts oficials (policials o jurídiques) dominen el discurs**. Amb això no volem dir que els que informen no facin ús de fonts institucionals, sinó que amplïen les fonts més enllà dels canals oficials.

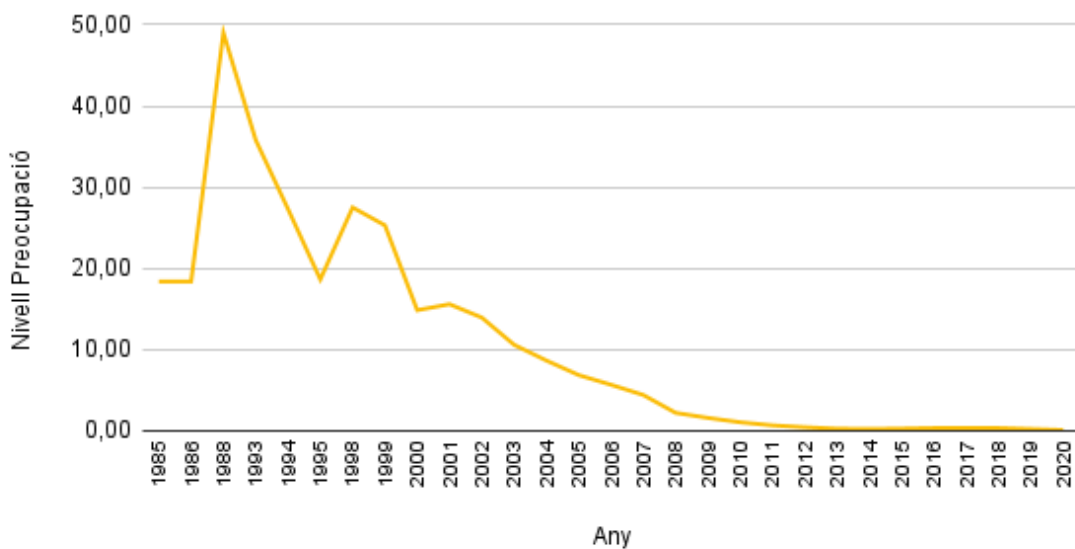
Les persones que consumeixen no només no poden donar la seva versió dels fets, sinó que a més **els mitjans projecten una imatge estereotipada de perillositat i delinqüència**, més o menys segons la substància amb què se'ls associa, que contribueix a patir marginació social i escarni públic. Imatge que no sol correspondre's amb la complexa realitat dels consums i que pot provocar l'efecte contrari del que pretenen aquestes notícies, encoratjar els consums en comptes de rebutjar-los, com advertia la UNESCO el 1973.

A això cal afegir la **manca d'especialització i formació** dels qui informen, dèficit ja esmentat a la guia 'Actuar és possible. Mitjans de comunicació i drogodependències' (2000) del PNSD. A més de no poder-se especialitzar, no disposen de temps per fer-ho. Això va lligat al fet que la formació acadèmica en periodisme no inclou cap apartat sobre educació en salut i encara menys específica en drogues com assenyalava Ballesteros (2020). No és una qüestió menor perquè aquesta manca d'especialització condemna que la qüestió es tracti com una "crònica de successos" de què s'informa sense aprofundir en les causes i la complexitat del fenomen.

5 IMMOBILISME MEDIÀTIC

Sembla que hi ha una **manca de connexió entre l'abordatge mediàtic de les drogues, alarmista, i la percepció ciutadana** respecte a aquestes. La cobertura mediàtica que es va donar a la situació que patien algunes de les persones que consumien heroïna a la dècada dels vuitanta i el vincle amb la SIDA, va propiciar que les drogues fossin considerades el segon problema més gran per a la ciutadania l'any 1988.

Evolució de la preocupació de les drogues com un problema nacional segons el CIS



En canvi, les dues darreres dècades del segle XXI **la importància que es dona al consum de drogues no ha fet més que baixar** i menys d'un 1% de les persones enquestades pel CIS les cita (Ballesteros, 2020). Tot i això, **el tractament mediàtic continua ancorat a la dècada dels vuitanta amb discursos que perpetuen els estereotips i l'estigmatització** cap als qui consumeixen drogues no regulades. Afortunadament, els darrers anys es detecta un canvi de tendència especialment visible en el tractament del cànnabis i més recentment, també de les substàncies psicodèliques posant el focus en el seu potencial terapèutic.

En qualsevol cas, **la tasca periodística és més que explicar històries dramàtiques**, ja que les cròniques de successos són l'espai des del qual s'aborden majoritàriament les informacions sobre drogues, arribant al punt de "ficcionalitzar" la realitat. El periodisme no va inventar els drets humans, però pot ajudar a respectar-los i que la ciutadania els exigeixi per a tots els grups socials.

6 L'IMPACTE DELS MITJANS

La percepció de la societat cap a les drogues està en gran mesura **determinada pel contingut i la magnitud** de la seva cobertura mediàtica i té un triple impacte que es manifesta a:

Les polítiques: es prenen decisions precipitades sobre la base de la pressió mediàtica i la conseqüent pressió de l'opinió pública en comptes d'una presa de decisions raonada en base a evidències.

La societat: es potencia un imaginari col·lectiu dominat per la por, el pànic i l'alarma social que generen estigmatització i rebuig de les persones que consumeixen determinades drogues .

Les persones que usen drogues: S'invisibilitza la realitat de la majoria de persones que consumeixen substàncies no regulades i dóna lloc a que desconfiïn i desacreditin la credibilitat de la font. A més, la narrativa dominant influeix en com la població més vulnerable es perceben a sí mateixes.



7 PERIODISME I DROGUES

QUÈ OPINA QUI EXERCEIX EL PERIODISME?

La proposta que teniu entre mans és fruit de l'anàlisi crítica que ens ofereix la literatura acadèmica i d'anys d'experiència d'Energy Control amb mitjans de comunicació. Però també hem volgut conèixer i **incorporar l'opinió de professionals del món periodístic per saber què pensen de la comunicació sobre drogues, què falla i com es podria millorar.**



Per això, vàrem entrevistar mitjançant un qüestionari breu periodistes que informen sobre drogues amb certa quotidianitat, la majoria pertanyents al sector de la premsa escrita espanyola, però també de fora d'Espanya.

Finalment van participar vuit periodistes en actiu de diferents mitjans a qui **agraïm el seu temps i dedicació.**

7.1 LA INFORMACIÓ DE DROGUES ÉS UN **DESASTRE**

A grans trets podem assenyalar les següents **debilitats de la cobertura mediàtica sobre drogues**, algunes de les quals podem posar en relació amb els principis deontològics que haurien de guiar la tasca periodística:

- ✗ La **manca de rigor informatiu**. La informació sobre drogues és simplista, superficial i allunyada de la realitat.
- ✗ És **sensacionalista, morbosa i alarmista** amb tendència a la dramatització.
- ✗ **Impregnada d'un discurs moral** a cavall entre l'alerta i l'adoctrinament en què és difícil diferenciar l'opinió de la informació.
- ✗ Difon i **perpetua fal·làcies, mites, estereotips i prejudicis**.
- ✗ Prioritza els criteris clàssics de noticiabilitat (actualitat, proximitat, conseqüències, raresa, conflicte, suspens, emoció, entre d'altres segons Carl Warren, 1979), per la qual cosa la cobertura **es basa en novetats impactants i el tractament com un "succés"**.

LA INFORMACIÓ DE DROGUES ÉS UN DESASTRE

En general, l'abordatge mediàtic de les drogues és superficial, moralista i desinformat. No s'aborda el fenomen amb una perspectiva global, sinó amb vells clixés de "droga-dolenta".
(Alberto Pradilla)

A la majoria dels casos i mitjans, l'abordatge dels temes de drogues és completament erroni i sensacionalista. La majoria de mitjans parla amb desconeixement tant de les substàncies com dels efectes. Ja no és que les coses s'exagerin, sinó que en molts casos directament es menteix sobre els efectes de moltes drogues.
(Pol Pareja)

estigmatitzador
hegemònic
imprecís deficient
maniqueista insuficient
esbiaixat
pobre alarmista
desinformat
caduc
estereotipat
millorable frívol
sensacionalista
moralista
superficial

Alarmista, desinformat, molt lligat a la informació que traslladen les fonts policials i/o judicials i als aspectes merament negatius. Molt en línia amb el discurs imperant de drogues-dolentes (sense matisos) i, encara més, hi ha una certa acceptació que les drogues legals no són dolentes o almenys no tant, quan són les que més perjudici social causen de lluny. (Daniel Sánchez)

Molt deficient, en general. (..) el tractament de les drogues que realitzen els mitjans és molt superficial i esbiaixat.
(Santiago F. Reviejo)

7.2 LES CAUSES DEL DESASTRE

A l'hora de definir les causes del desastre, apareixen tant causes estructurals que afecten més aviat els càrrecs de direcció dels mitjans, com personals que competeixen l'actuació concreta de les i els professionals. A més, cal puntualitzar la diferència a l'hora de parlar de periodistes (persones, professionals), que de mitjans de comunicació (empreses ideològiques), i que de vegades hi ha contradiccions i desacords entre les dues parts. Discrepàncies que gairebé sempre acaben amb la imposició de la postura del medi i no la del professional.

Entre les **causes estructurals** trobem les pròpies dinàmiques dels mitjans com **la immediatesa** o la cada vegada més gran **precarització del sector** que, sens dubte, redunda en la **manca d'especialistes**.

Entre els **factors personals** s'esmenta el **desconeixement** a l'àmbit en qüestió, remarcant encara més, la necessitat d'especialistes. A més, hi ha consens que hi ha un **abús de les fonts juridicopenals**.

El desconeixement de l'àmbit sumat a la **manca d'interès** i el **seguidisme** entès com la por a la dissidència del discurs hegemònic són factors rellevants que expliquen la cobertura mediàtica en les darreres dècades.

”

*En el tema de les drogues sembla que moltes vegades només es busca el titular i amb les dinàmiques de SEO i clickbait és difícil que es busqui aquesta profunditat per formar l'opinió pública.
(Alberto Gayo)*

”

El problema principal és l'ús (i abús) de fonts policials per informar-se de drogues. (Pol Pareja)

7.3 QUÈ POTS FER?

- ✓ **Forma't.** Hi ha un acord absolut que la formació és el millor antídote per al desconeixement i un requisit indispensable per millorar l'abordatge mediàtic. Si busques formació o assessorament, contacta'ns.

”

*Propiciar més formació dels professionals per millorar el tractament dels temes relacionats amb les drogues. L'especialització és fonamental. Com més sàpiga un periodista d'un tema, millor ho sabrà explicar als seus lectors, oients, telespectadors. Si només distingeix entre prohibit i legal, la seva informació resulta absolutament maniquea, estèril i, d'alguna manera, tòxica.
(Santiago F. Reviejo)*

- ✓ **Amplia les fonts.** Recordes allò de 'el que no surt a mitjans no existeix?'. L'abús de les fonts policials ha provocat un biaix important a l'hora de configurar el fenomen de les drogues. Per això, cal diversificar les fonts incloent-hi tant aquelles oficials o institucionals com altres fonts expertes (acadèmiques, societat civil,..). Al final d'aquesta guia trobareu algunes propostes.

”

*Més formació dels periodistes en la matèria, més intentar contrastar i informar-se d'altres fonts, d'altres visions.
(Daniel Sánchez)*

»»»» QUÈ POTS FER?

- ✓ **Inclou la veu de les persones que usen drogues.** Incorpora les persones i col·lectius afectats perquè no són només fonts sinó també, moltes vegades, **les protagonistes de les notícies**. És important tenir en compte la diversitat de veus i de realitats a més de garantir-ne el dret **la intimitat i confidencialitat**.
- ✓ **Evita el llenguatge estigmatitzant.** 'Toxicomania', 'drogoaddicció', 'poliadicte' o 'yonki' són encara termes habituals al nostre entorn que tenen un **impacte important en com les persones es perceben a sí mateixes**, però també com les observa la resta de la societat. L'ús de llenguatge estigmatitzant **reforça certs estereotips i desemboca en processos de discriminació**, per això és fonamental prestar atenció al llenguatge utilitzat. A l'annex trobareu alguns suggeriments.



”
Cal continuar reduint l'estigma sobre les drogues i els usuaris. Cal insistir en l'ús d'un llenguatge adequat per a aquestes històries i els seus protagonistes, igual que s'ha fet durant els darrers temps amb les persones amb discapacitat.
(Pol Pareja)

»»»» QUÈ POTS FER?

✓ **Utilitza recursos audiovisuals coherents.** De la mateixa manera que reconeixem el poder del llenguatge, **els recursos audiovisuals també són elements poderosos per perpetuar l'estigma i la discriminació.** Sovint s'utilitzen les mateixes imatges d'arxiu per il·lustrar notícies sobre drogues, encara que res o poc tinguin a veure entre si.



✓ **No tinguis por a plantejar altres aproximacions.** Durant anys, l'enfocament informatiu que ha prevalgut ha servit per despertar la por i el rebuig cap a col·lectius sencers. Per això és important **informar sobre drogues sense alarmar** la població, **mostrant la complexitat** del fenomen i evitant generalitzacions i afirmacions categòriques i absolutes que simplifiquen la realitat.

”

En les redaccions hi ha una por-pànic a la dissensió, en part per no caure al costat dels 'dolents', en part per la bisonyesa de molts dels redactors finals (tot això simplificant molt una qüestió més complexa).

(Iñaki Berzaluce)

»»»» QUÈ POTS FER?

- ✓ **Sigues conscient de la teva responsabilitat.** Qui treballem tant a l'àmbit de drogues com als mitjans de comunicació tenim una responsabilitat comuna d'**informar sobre drogues d'una manera ajustada a la realitat, lluny de simplificacions, alarmismes i missatges no contrastats.** En cas contrari, correm el risc de perdre prestigi i credibilitat, sobretot davant de les persones que consumeixen drogues, efectives o potencials.

”

Això pot servir per conscienciar més els professionals, perquè recordin que tenen un material sensible entre mans. Crec que cal posar l'accent en aquesta qüestió i explicar que una informació rigorosa (que és el que hem de fer com a professionals) també pot ser molt atractiva per al lector.
(Josep Fita)



RESPONSIBILITY

7.4 BENEFICIS DE DIR SÍ

Satisfacció personal

Fent bé la teva feina no només sentiràs satisfacció personal, sinó que és la millor manera de complir el **compromís ètic del periodisme amb el públic**, d'acord amb el principi de responsabilitat social. Al capdavant, el teu compromís no és només amb la teva empresa sinó també amb la teva audiència i la defensa de l'interès públic ha d'anar davant del corporatiu estatal o privat, **d'acord amb el principi d'independència**. A més, com assenyala el periodista Josep Puigbo, "si el món no es mira també des de baix, es perd la perspectiva".

Reconeixement

Aconsegueixes donar **valor afegit** a la teva feina adquirint reconeixement social **dins de la professió i fidelització de les teves fonts** que sabran reconèixer la teva feina.

Contribueixes al canvi

Contribueixes al canvi de narrativa. Sabem que no és fàcil anar a contracorrent i ser la punta de llança que obre camí entre la mala herba, però sens dubte **contribuir a generar grans canvis és també reconfortant**, i pot promoure que més periodistes se sumin al carro.

>>>> BENEFICIS DE DIR SÍ

Recuperar prestigi

Ajudaràs a recuperar el prestigi cap a una **professió que a Espanya es troba entre les pitjor valorades** segons les enquestes del CIS.

Enfocaments periodístics simplistes i reduccionistes, l'ús d'un llenguatge estigmatitzant i el menyspreu cap al'opinió de col·lectius sencers han llastat aquesta professió.

Reducció conflictivitat

Mitjançant un enfocament centrat en el dret a totes les persones, visibilitzant les causes dels conflictes i indagant en les possibles solucions, **participaràs a la reducció dels nivells de la conflictivitat social**. L'alternativa d'informar des d'un enquadrament d'espectacle no fa altra cosa que explotar comercialment la conflictivitat social i enquistar-la al sí de les societats, amb el mal que comporta.

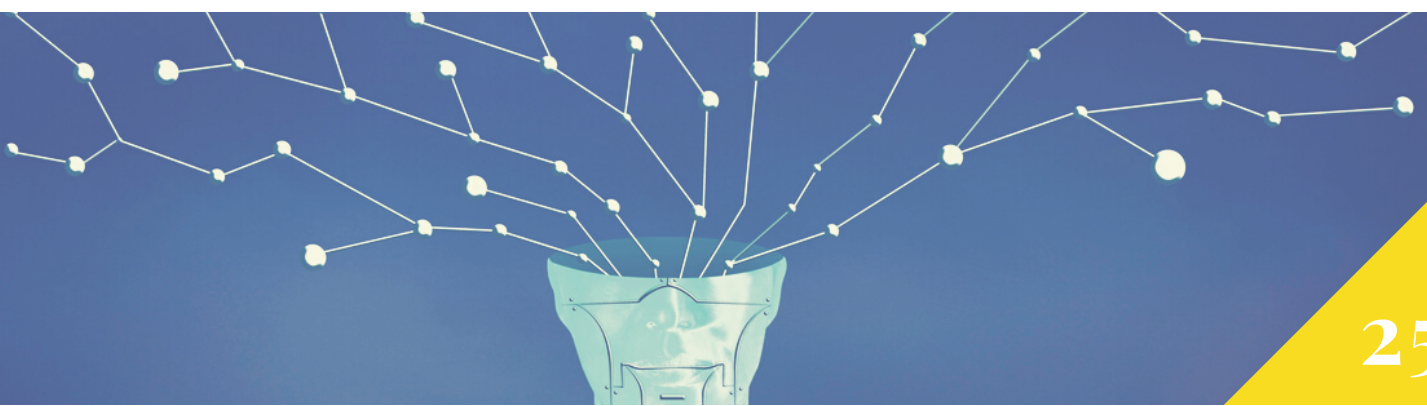
8 RECURSOS

Guies i documents de recomanacions

- Ailaket (2010). Mitjans de comunicació i drogues.
- Consell Audiovisual de Catalunya CAC (2007). Recomanacions dirigides als mitjans audiovisuals per al tractament informatiu de drogues.
- Elementa (2020). Desintoxicant Narratives.
- Pla Nacional Sobre Drogues PNSD (2000). Mitjans de comunicació i drogodependències. Actuar és possible.
- Pla Nacional Sobre Drogues (2005-2010). Grup de Treball Mitjans de Comunicació i Drogues del Fòrum de la Societat enfront les Drogues.
- Plataforma Brasileira de Política de Drogas (2018). Guía sobre Drogas para periodistas.
- Red Iberoamericana de ONGs que treballen en Drogodependències - RIOD (2010) Bones pràctiques dels Mitjans de comunicació en matèria de drogues.
- Vanessa Morris (2014). Drogues i mitjans de comunicació.

Altres recursos en anglès

- Alcohol and Other Drug (AOD) Media Watch Guidelines for journalists.
- Australian National Council on Drugs: Key Principles for the reporting of drug issues.
- Changing the Narrative, asesoran a periodistas y líderes de opinión para proporcionar una información precisa, actualizada, humana y basada en evidencias que cambie el relato alarmista que tradicionalmente circula en los medios y en el que se apoyan las políticas represivas.
- International Network of People Who Use Drugs (INPUD), Asian Network of People who Use Drugs (ANPUD) (2020). Words Matter! Language Statement & Reference Guide
- Scottish Drug Forum (2020). Moving beyond 'people first' language: a glossary of contested terms in substance use.
- Stephen Parkin (2021) How photos used to illustrate articles about alcohol and other drugs may perpetuate stigma



9 ANNEX: FONTS D'INFORMACIÓ

CATALUNYA



- [Canal Drogues](#) de la Generalitat de Catalunya
- [CatFAC](#) Federació d'Associacions Cannàbiques de Catalunya
- [CATNPUD](#) Xarxa de persones que usen drogues de Catalunya.
- [Energy Control](#)
- [FCD](#) Federació Catalana d'associacions en l'àmbit de drogues
- [Línea Verda](#). Servei d'informació i orientació en drogodependències
- [Noctàmbulas](#) Observatori sobre les violències sexuals en entorns d'oci nocturn.
- [Xarxa Perifèrics](#), xarxa d'ens locals i entitats que treballen per a la promoció de la salut i la prevenció a l'àmbit de drogues.

ESTATAL

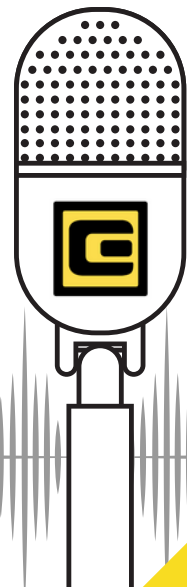
- [Ailaket](#). Associació de persones usuàries i ex-usuàries de drogues per la reducció de riscos del País Basc.
- [ChemSafe](#). Informació i assessorament sobre drogues i sexualitat en context de chemsex.
- [ConFAC](#) Confederació de Federacions d'Associacions Cannàbiques
- [Energy Control](#).
- [GIC](#) Gremi de la Indústria del Cànnabis.
- [ICEERS](#). International Center for Ethnobotanical Education, Research and Service.
- [LEAP Europa](#). Law Enforcement Action Partnership. Polícies, jutges i fiscals a favor de la reforma de la política de drogues.
- [OEDCM](#). Observatori Espanyol de Cannabis Medicinal. Investigadors, metges i associacions de pacients.
- [PNSD](#). Pla Nacional sobre Drogues del Ministeri de Sanitat
- [SEAT](#) Sistema Espanyol d'Alerta Primerenca
- [UNAD](#). Xarxa d'atenció a les addiccions. Disposa d'un cercador per províncies per contactar amb entitats que treballen a l'àmbit.
- [Xarxa de Gènere i Drogues](#).

9 ANNEX: LLENGUATGE

A l'hora de millorar el llenguatge utilitzat cal diferenciar entre:




-  L'**ús inadequat o imprecís de termes** que contribueixen a la confusió, la polèmica i la desinformació. Es tracta d'una qüestió de matís, de vegades molt subtil, però amb gran impacte en l'imaginari col·lectiu.
-  L'**ús de llenguatge amb connotacions negatives** i fins i tot ofensiu que mantenen estereotips i defineixen les persones que usen drogues no regulades com a moralment inferiors, perilloses i/o en les quals no es pot confiar.

El llenguatge és una eina dinàmica i en constant evolució. Aquest recurs serà revisat i actualitzat periòdicament pel que si tens algun comentari sobre el contingut o suggeriments sobre termes a incloure, escriu-nos a info@energycontrol.org.








9 ANNEX: LLENGUATGE

 <p>En comptes de...</p>	 <p>Utilitza...</p>	<p>Perquè... </p>
<p>La droga</p>	<p>El nom concret de la substància. No és el mateix parlar de cànnabis, que de cocaïna, alcohol o heroïna.</p>	<p>Tot i que cada cop és menys freqüent, encara avui es parla de 'la droga', en singular, per parlar d'una realitat que inclou diverses substàncies que tenen poc o res a veure entre si. En parlar de 'la droga' la societat la relaciona amb l'heroïna i l'associa a delinqüència i marginalitat.</p>
<p>Drogues</p>	<p>Drogues no reguladas / fiscalitzades</p>	<p>La societat associa a drogues només aquelles substàncies il·legals, mentre que la categoria drogues inclou substàncies com l'alcohol, el tabac, el cafè o els psicofàrmacs. Alhora, es recomana evitar l'ús del terme 'il·legals' perquè que indueix la seva associació amb el món delictiu.</p>
<p>Alcohol i drogues</p>	<p>Alcohol/Tabac i altres drogues</p>	<p>Un cop més, es transmet la idea errònia que l'alcohol (o altres substàncies com el tabac o el cafè) no és una droga.</p>






9 ANNEX: LLENGUATGE

 En comptes de...	 Utilitza...	Perquè... 
<p>Drogodependència Abús de drogues</p>	<p>'Consums' en plural per visibilitzar la multiplicitat de situacions existents (experimental, ocasional, habitual,..)</p>	<p>Sovint s'utilitzen per referir-se al consum de substàncies, associant inevitablement el consum a la dependència i invisibilitzant la majoria d'usos que són precisament aquells no problemàtics. Les persones que consumeixen drogues, regulades o no, són molt diverses i la relació amb el consum adopta diferents formes.</p>
<p>Epidèmia</p>	<p>Per definir canvis en les tendències, és millor utilitzar termes com 'augment' o 'increment'. Si utilitzeu adjectius com a "significatiu", assegureu-vos que és consistent amb el seu significat científic.</p>	<p>Hi ha un abús del terme per definir un fenomen en augment. És sensacionalista i crea alarma social injustificada.</p>
<p>Mercat negre</p>	<p>Mercat no regulat / de drogues fiscalitzades</p>	<p>L'adjectiu 'negre' adquireix una connotació negativa que s'associa a quelcom fosc, il·legal o perillós.</p>
<p>Lluitar, combatre el narcotràfic</p>	<p>Termes neutres com 'abordar' o 'respondre'.</p>	<p>L'ús d'un llenguatge bèl·lic fa pensar en termes de violència i d'inseguretat ciutadana.</p>



9 ANNEX: LLENGUATGE

 En comptes de...	 Utilitza...	Perquè... 
Addicte/a, alcohol·lic/a, drogodependent, toxicòmana, poliaddicte,..	Persona amb consum problemàtic o amb dependència a X substància.	Una persona no es defineix pel consum d'alcohol o altres drogues. És només un aspecte de la vida. Emfatitza primer la persona.
Yonki, drogata, viciós...	Persona que usa/consumeix drogues	Són vocables pejoratius inacceptables.
Mules	Dones micro traficants / que transportaven X substància.	És un terme despectiu per referir-se a dones en situació d'extrema vulnerabilitat, pobresa i exclusió que assumeixen el risc d'utilitzar els cossos per al transport de substàncies.
Net/a	Va deixar de consumir / consumia en el passat. Resultat negatiu en test de detecció. Xeringues noves / usades	Se sol utilitzar per (1) referir-se a una persona que ha deixat de consumir, (2) al resultat d'un test de detecció de drogues i (3) a l'estat del material d'injecció. És despectiu perquè associa el consum de substàncies a estar brut, reforçant l'estigma i la discriminació.
Narcosales	Sala/Dispositiu de consum higiènic / supervisat	Utilitzar el prefix 'narco' referma la idea de criminalitat i delinqüència associada a les drogues no regulades i augmenta el rebuig cap a aquests dispositius dificultant-ne la instauració.

10 AGRAÏMENTS

Reiterem el nostre agraïment més sincer als vuit periodistes que van participar en el procés, no només per ser un exemple de bones pràctiques sinó també per il·luminar-nos el camí.

De la mateixa manera, agraïm la revisió d'aquesta guia al periodista **Javier Martín**, les aportacions del qual han contribuït, sens dubte, a millorar el resultat final d'aquest document.

Alberto Gayo

Alberto Pradilla

Daniel Sánchez

Iñaki Berazaluce

Josep Fita

Pol Pareja

Santiago F. Reviejo

Et al.



11 BIBLIOGRAFIA

- Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació. Audiència d'Internet (febrer-març 2022).
- Ballesteros Herencia, C. A. (2020). Bases per al tractament informatiu de les drogues als mitjans de comunicació. *Revista De Comunicació I Salut*, 10(1), 43-66.
- Becker, H. (2009). *Outsiders: cap a una sociologia de la desviació*. Bons Aires: Segle Vint-i-un.
- Cohen, S. (2017). *Dimonis populars i "pànics morals": delinqüència juvenil, subcultures, vandalisme, drogues i violència*. Barcelona: Gedisa.
- Comissió Global de Polítiques de Drogues (2018). *El problema mundial de la percepció de les drogues: Com contrarestar els prejudicis sobre les persones que usen drogues?*
- Federació d'Associació de Periodistes d'Espanya. Codi Deontològic. (Aprovat a Assemblea Ordinària celebrada a Sevilla el dia 27 de Novembre de 1993 i actualitzat a Assemblea Ordinària celebrada a Mèrida el dia 22 d'abril de 2017).
- Perich, J. (1971). *Perich-Match*. Barcelona: Edicions 62.
- PNSD (2021). *Estadístiques 2021. Alcohol, tabac i drogues il·legals a Espanya*. Ministeri de Sanitat.
- Thompson, K. (2014). *Pànics Morals*. Quilmes: UNQ Bernal
- Unesco (1973). *Reunió despecialistes sobre els mètodes per avaluar l'acció dels grans mitjans d'informació contra l'ús indegut de substàncies, informe final*.
- Van Dijk, T. (1990). *La notícia com a discurs. Comprensió, estructura i producció de la informació*. Barcelona: Paidós





BIBLIOGRAFIA

En anglès

- Altheide, D. (2002). *Creating Fear: News and the Construction of Crisis*. New York: Aldine.
- Associated Press Stylebook en su edición 2017.
- Blendon, R. J., Young, J.T. (1998) *The Public and the War on Illicit Drugs*. *Journal of the American Medical Association JAMA*, 279 (11), pp. 827-832.
- Cavender, G. (2018). *Media Constructions of Athletics. Normalization and Deviance*. En E. & Brown, *The Routledge Handbook on Deviance* (págs. 34-44). New York and London: Routledge.
- Chibnall, S. (1977). *Law-and-Order News : an analysis of crime reporting in the British Press*. London: Tavistock.
- Denzin, N. (1995). *The Cinematic Society*. Thousand Oaks: Sage.
- DHA Communications & Lankelly Chase (2020). [Telling a different story: understanding news media coverage of severe and multiple disadvantage](#).
- Glasgow University Media Group (1982). *Really bad news*. London [etc.]: Writers and Readers.
- Hall, S. (1992). *Culture, Media, Language : working papers in cultural studies, 1972-79*. London: Routledge.
- Holt, M., & Treloar, C. (2008). *Pleasure and drugs*. *International Journal of Drug Policy*, 349-352.
- Maia Szalavitz (2016). [How to write about addiction without promoting stigma and bias: 4 tips for journalists](#).
- Maia Szalavitz (2017). [The AP learns to talk about addiction. Will other media follow?](#)
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Social Construction of Reality*. New York: Free Press



ENERGY CONTROL



Finança

Subdirecció General d'Addiccions, VIH, ITS
i Hepatitis Víriques



**Generalitat
de Catalunya**

Salut/Agència de
Salut Pública de Catalunya



ABD

info@energycontrol.org