

LA IMAGEN DE LA DROGA EN LA PRENSA GRATUITA (ENERO-JUNIO DE 2010)

FRANCISCO NÚÑEZ-ROMERO OLMO
fnunez@uch.ceu.es

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación,
Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia

Los informes europeos sobre drogadicción posicionan a España, en algunos casos, como el país número uno en consumo de drogas. Esta situación requiere de un esfuerzo por parte de toda la sociedad para que se extienda la conciencia del riesgo para la salud que supone la drogadicción. Entre los que se han de esforzar, también están los medios de comunicación, especialmente aquellos que, por su distribución gratuita, llegan a las manos de mayor número de ciudadanos. Esta comunicación¹ estudia las imágenes que se publicaron en los artículos sobre drogas en los gratuitos *20Minutos*, *ADN* y *Qué!* entre enero y junio de 2010. La mayoría de los textos estudiados no llevaban imagen y, de las imágenes publicadas, todas son fotografías que suelen ocupar un tercio de la unidad redaccional y abunda el plano general mostrando personas en interiores desde un punto de vista frontal.

1. Introducción

El problema del consumo de drogas ha cambiado su imagen en los últimos años y ha perdido, en cierto modo, las connotaciones negativas asociadas a la marginalidad que tenía en el pasado (Sánchez Pardo, Megías Quirós, y Rodríguez San Julián, 2004: 69). España se sitúa a la cabeza en el consumo de cocaína y cannabis en Europa, según los datos del Informe Anual del Observatorio Europeo de Toxicomanías (Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías, 2009), algo que también se confirma desde el Informe Mundial sobre Drogas de la ONU (UNODC, 2009), donde se subraya el crecimiento en el consumo de cocaína en España en los últimos años.

Teniendo en cuenta el calado de los medios de comunicación impresos en las conductas sociales y, sobre todo, teniendo en cuenta el perfil de lector joven que tienen los diarios gratuitos en España en comparación con los

[01] Esta investigación ha sido sostenida por fondos del Proyecto de Investigación que la Fundación para el Estudio, Prevención y Asistencia a las Drogodependencias (FEPAD) de la Generalitat Valenciana está financiando al autor en 2010.

diarios de información general de pago, en su relación con las drogodependencias, los medios de comunicación social no son sólo transmisores de información sobre las drogas, sino que también son un medio de acción para el desarrollo integral de los individuos (Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción, 2008: 18-21).

Esta comunicación tiene como objetivo estudiar las características principales, a nivel formal y de contenido, que tienen las imágenes publicadas en los periódicos gratuitos *20Minutos*, *Qué!* y *ADN* entre enero y junio de 2010 en textos relacionados con el tema de las drogas.

2. Muestra y metodología

Para ello, se han estudiado tres cabeceras, *20Minutos*, *ADN* y *Qué!*, y se ha analizado una muestra de todos los textos publicados sobre el tema “drogas” entre enero y junio de 2010. La muestra se ha realizado teniendo en cuenta el sistema de la “semana construida” (Kayser, 1982: 151-153; Riffe, Aust, y Lacy, 1993: 139; Stempel y Westley, 1981: 125), de manera que se ha estudiado un día de cada semana del año dentro del periodo de análisis realizando un sistema rotatorio comenzando en enero de 2010 y estableciendo un orden sistemático en base a los días de la semana hasta el mes de junio de 2010. Con este sistema se consigue una muestra representativa en número, en días de la semana (se ha analizado el mismo número de lunes, de martes, de miércoles, etc.) y una muestra que no se ve afectada por posibles ‘booms’ informativos que pudiesen durar varios días en el periodo objeto de estudio. Esta muestra se ha aplicado sobre cada cabecera de modo que han sido analizados un total de 78 ejemplares en los que se han hallado un total de 38 textos que contenían la palabra “droga” y cuyo contenido estaba directamente relacionado con las drogas de alguna manera.

El sistema utilizado para la búsqueda de los textos con la palabra “droga” en los días seleccionados de la muestra ha sido un sistema informatizado a través del *software* ‘MyNews’. Esta aplicación informática permite una búsqueda por palabras dentro de los textos de los ejemplares seleccionados y ofrece como resultados los archivos en formato PDF de las páginas de los periódicos con textos con la palabra “droga”.

A los textos estudiados se les ha aplicado una ficha de análisis construida *ad hoc* para esta comunicación donde existen variables meramente identificativas, como la cabecera y la fecha de publicación; variables que miden el encuadre formal en el periódico, como la sección donde se ubican y el número de página, el tamaño de las informaciones, el tamaño de las imágenes (si las hubiera), el formato de la página de periódico, y variables de análisis

formal y de contenido de las imágenes, como el tipo de imagen, el modo de color de la imagen, el plano de la imagen, el ángulo de toma de la imagen, el formato de la imagen, el tipo de actante protagonista de la imagen y la función que desempeña la imagen (Domínguez Gómez, 2005).

Los datos de análisis han sido recopilados utilizando la base de datos FileMaker y luego han sido exportados a Microsoft Excel para realizar los cálculos y los cruces de variables correspondientes para obtener resultados del trabajo de campo realizado.

3. Análisis de resultados

El corpus de análisis de esta investigación está compuesto por 38 unidades redaccionales (entendiendo como tal el conjunto de una información completa –cabeza, cuerpo, sumarios, fotografías...– y sus despieces en caso de llevarlos). De las cabeceras estudiadas, *Qué!* es la que ha publicado más unidades redaccionales en cuyos textos se encontraba la palabra “droga” (21), seguida por *20Minutos*. Por su parte, *ADN* sólo publicó dos unidades redaccionales en el periodo analizado. En cuanto al reparto de las unidades redaccionales estudiadas a lo largo del periodo de estudio definido, los meses en los que más textos se han hallado han sido enero y junio, con nueve textos cada uno, y el mes que menos, mayo, con tres textos (Figura 1).

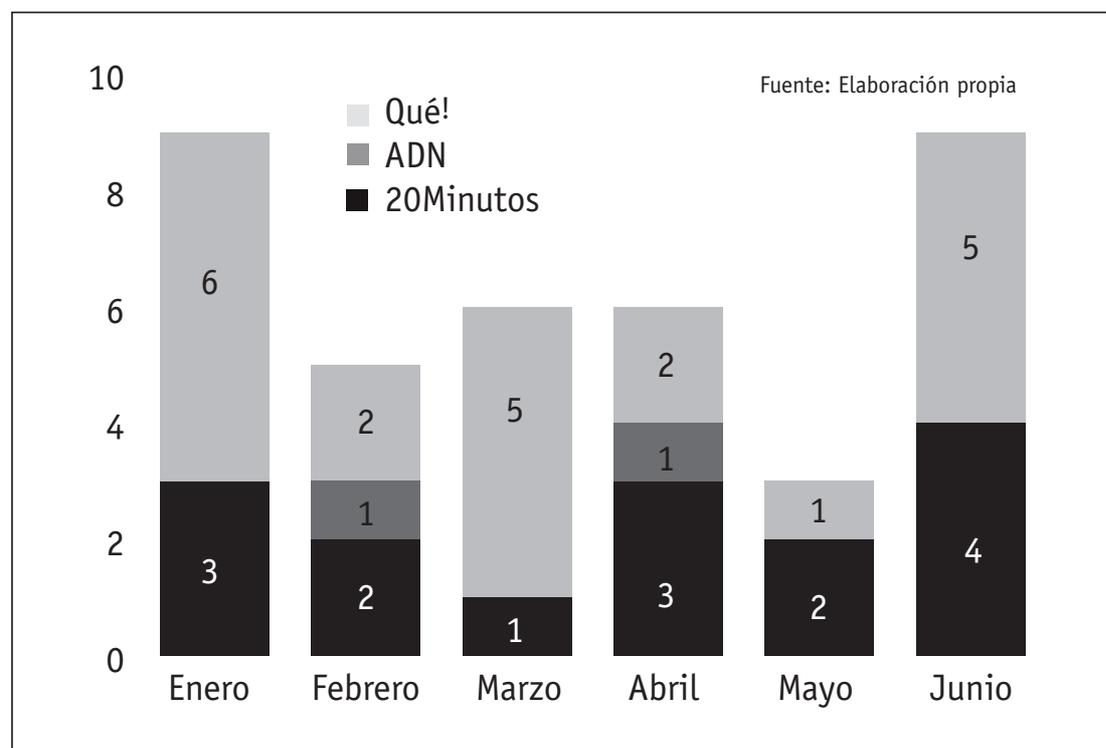


Figura 1. Unidades redaccionales analizadas según meses y cabeceras.

En cuanto a la ubicación de las unidades redaccionales analizadas en las páginas de los periódicos, la mayor parte (24, lo que supone el 63%), se publicaron en páginas pares, mientras que el resto lo hicieron en impares. Llama la atención que el periódico *20Minutos* ubicó la mayoría de los textos en página par (13, lo que supone un 87% de las unidades redaccionales estudiadas en esta cabecera).

La gran mayoría de los textos estudiados se ubicaron en la sección de información local (16, lo que supone un 42% del total). El diario *Qué!* es el que más unidades redaccionales publicó en esta sección, con un total de 10 (un 48% de las publicadas por el periódico). También cabe destacar que el diario *Qué!* llevó tres unidades redaccionales a la portada (Figura 2).

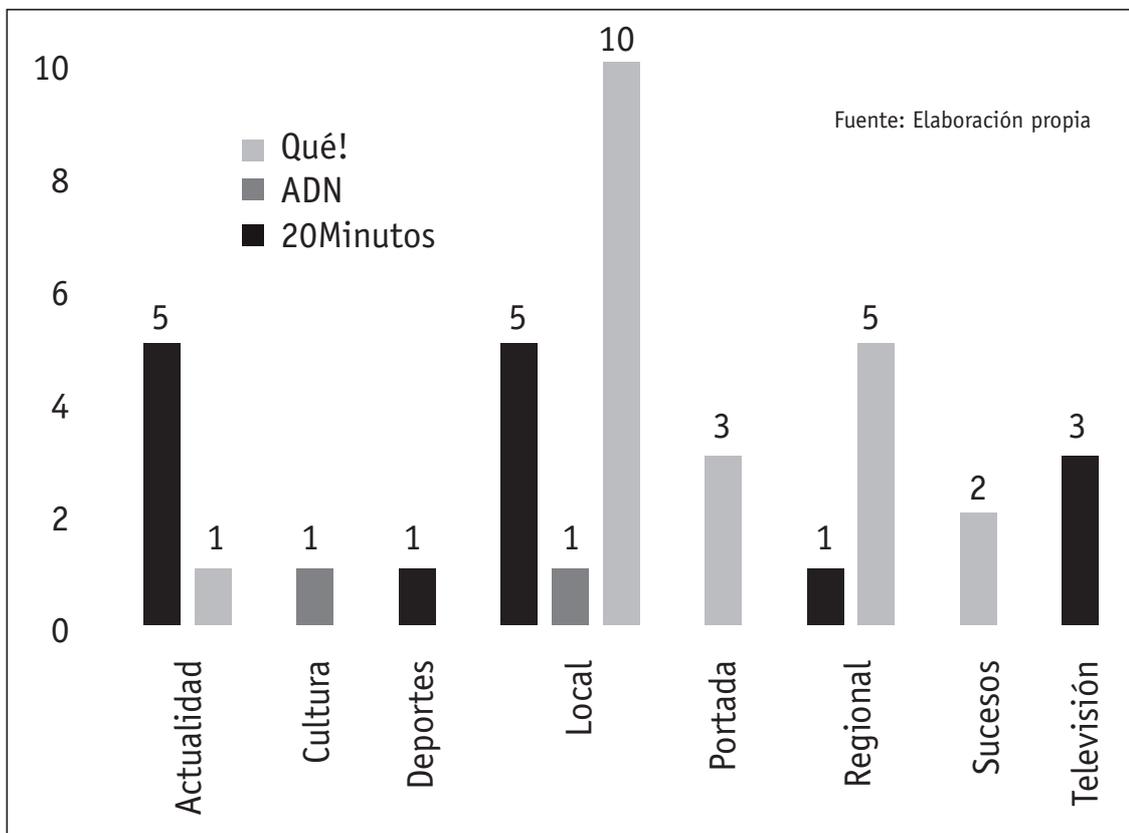


Figura 2. Unidades redaccionales estudiadas por sección y cabeceras.

El tamaño medio en cm^2 de las páginas de las publicaciones analizadas no es muy distinto y está en torno a los 1.107 cm^2 . Sin embargo, sí que hay cierta diferencia entre el tamaño de las informaciones de *Qué!* con respecto a las de los otros dos periódicos, aunque, teniendo en cuenta que sólo se estudiaron dos textos de *Qué!*, no se puede considerar representativo. Si se compara el tamaño medio de las informaciones con el formato de las páginas de los diarios

estudiados, se observa que las informaciones de *ADN* y *20Minutos* son proporcionalmente mayores que las de *Qué!*, y ambas rondan el 26% del tamaño del formato de página. Aún así, no se puede afirmar que estas unidades redaccionales sean significativamente mayores que las de *Qué!* por el escaso número de las noticias estudiadas en este diario.

De las 38 unidades redaccionales analizadas, no todas tenían una imagen que completase la información escrita. De hecho, 21 unidades redaccionales, que suponen el 55% de las analizadas, sólo estaban compuestas por textos, y 17 (45%) tenían acompañamiento gráfico. Las tres cabeceras estudiadas se reparten, casi por igual, las unidades redaccionales con y sin imágenes.

Si se estudia el tamaño medio de las imágenes publicadas en las unidades redaccionales sobre drogas analizadas, se observa que las imágenes de *20Minutos* son sensiblemente mayores que las de *Qué!* y *ADN*, aunque las diferencias no son estadísticamente significativas (Figura 3).

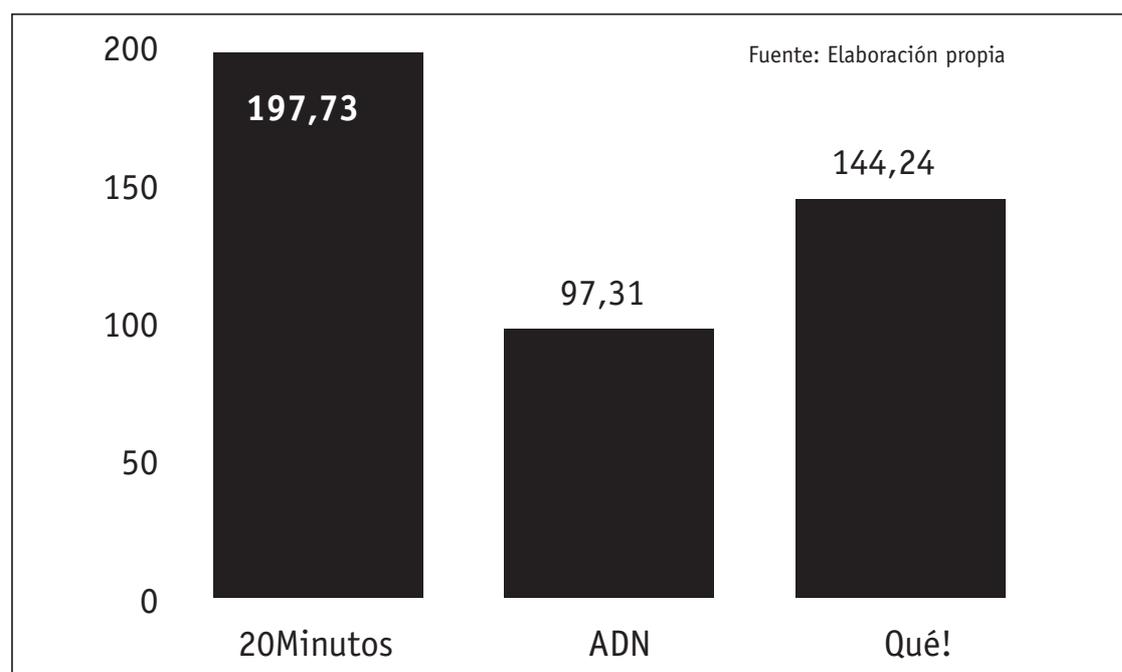


Figura 3. Tamaño medio en cm² de las imágenes publicadas en los medios estudiados.

Si se analiza el tamaño de las imágenes publicadas en relación con el tamaño de las unidades redaccionales, se observa que las fotografías suelen ocupar aproximadamente el 32% del espacio en las unidades redaccionales de *20Minutos* y *Qué!*, pero no existe una diferencia significativa entre los tres periódicos analizados. Cuando el tamaño de las imágenes se compara con el tamaño de la página en la que aparece, la proporción de página ocupada por las

imágenes gira en torno al 13% en los tres periódicos sin que exista una diferencia entre ellos estadísticamente significativa a pesar de que se observa una tendencia a imágenes que ocupan más proporción de página en *20Minutos* (en torno al 18% de la superficie de la página).

Todas las imágenes publicadas y estudiadas son fotografías. De ellas, no destaca ninguna orientación en particular, ya que se observan igual número de fotografías horizontales que verticales. Llama la atención que sólo el periódico *Qué!* publicó imágenes cuadradas y sólo *20Minutos* dio siluetas (Figura 4).

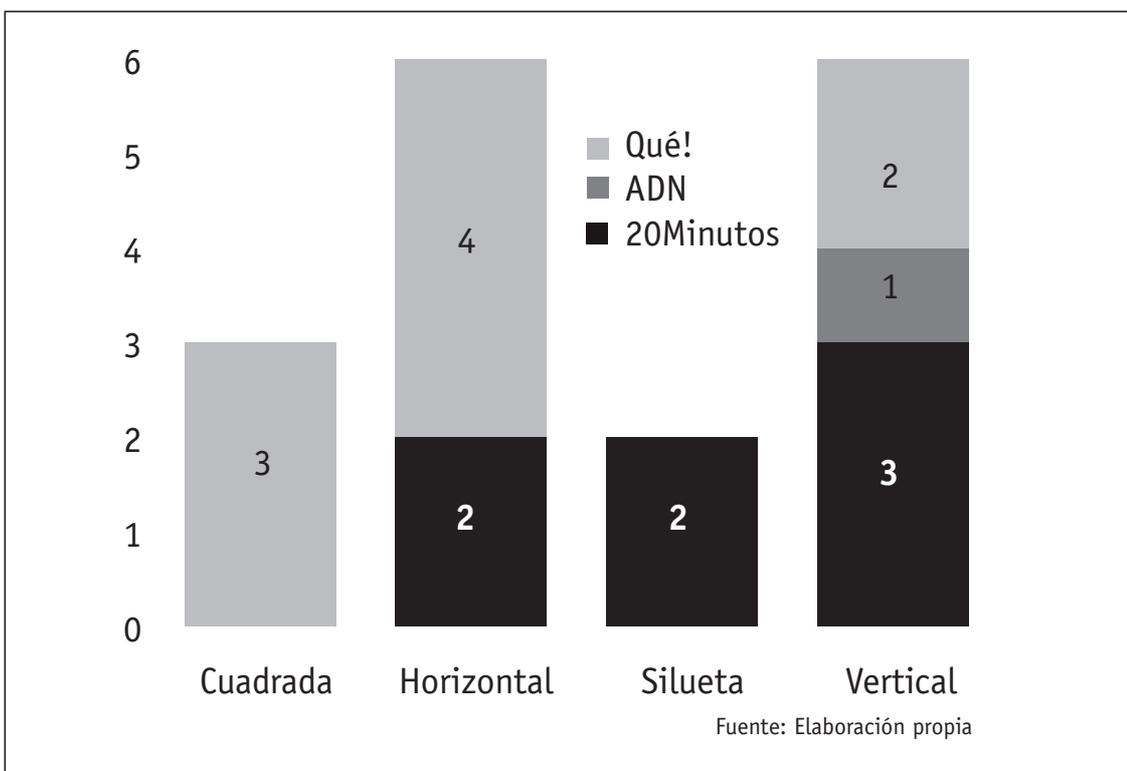


Figura 4. Orientación de las fotografías publicadas por cabeceras.

El plano de imagen más utilizado en las fotografías publicadas es el plano general (Figura 5), utilizado en el 47% de las imágenes, bastante por encima del americano (24%) y del primer plano (18%). En cuanto al ángulo de toma de la imagen, el frontal es el que prevalece sobre los demás, porque se utiliza en el 88% de las fotografías publicadas. Sólo se ha encontrado una fotografía realizada con un ángulo picado (diario *Qué!*) y otra con contrapicado (*20Minutos*).

En cuanto al contenido de la imagen, en la mayoría (59%), el actante principal es una persona, mientras que los objetos sólo son actantes principales en el 41% de los casos. Por periódicos, *20Minutos* tiende a

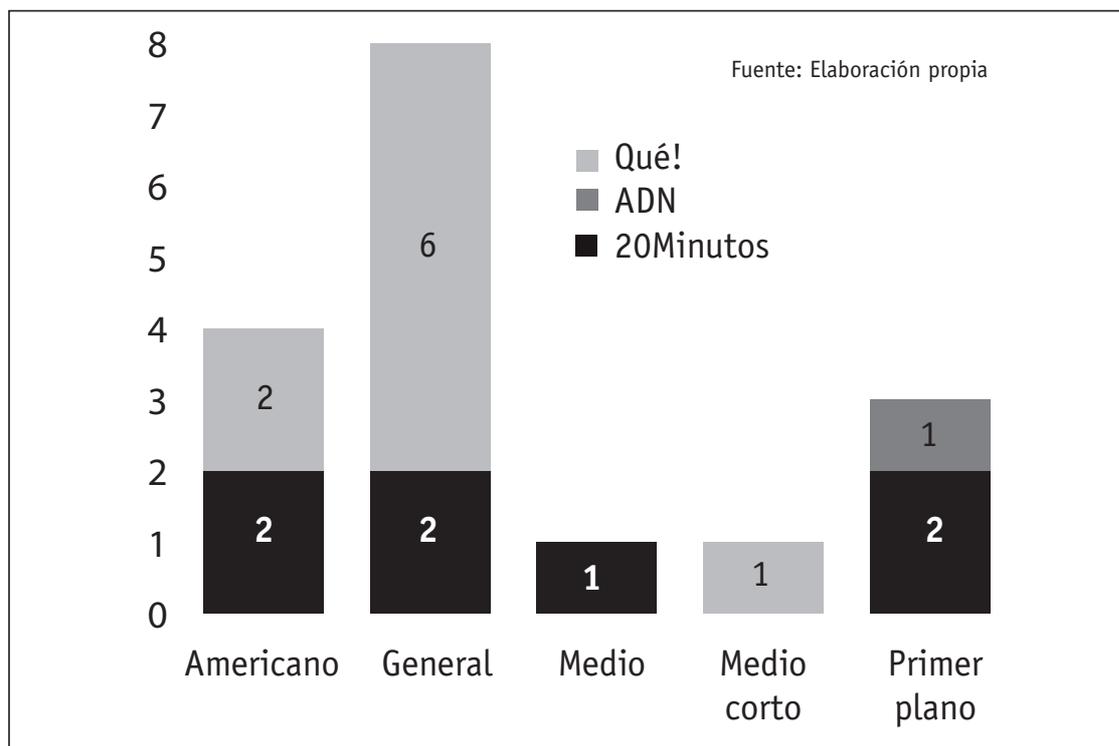


Figura 5. Imágenes según plano y cabeceras.

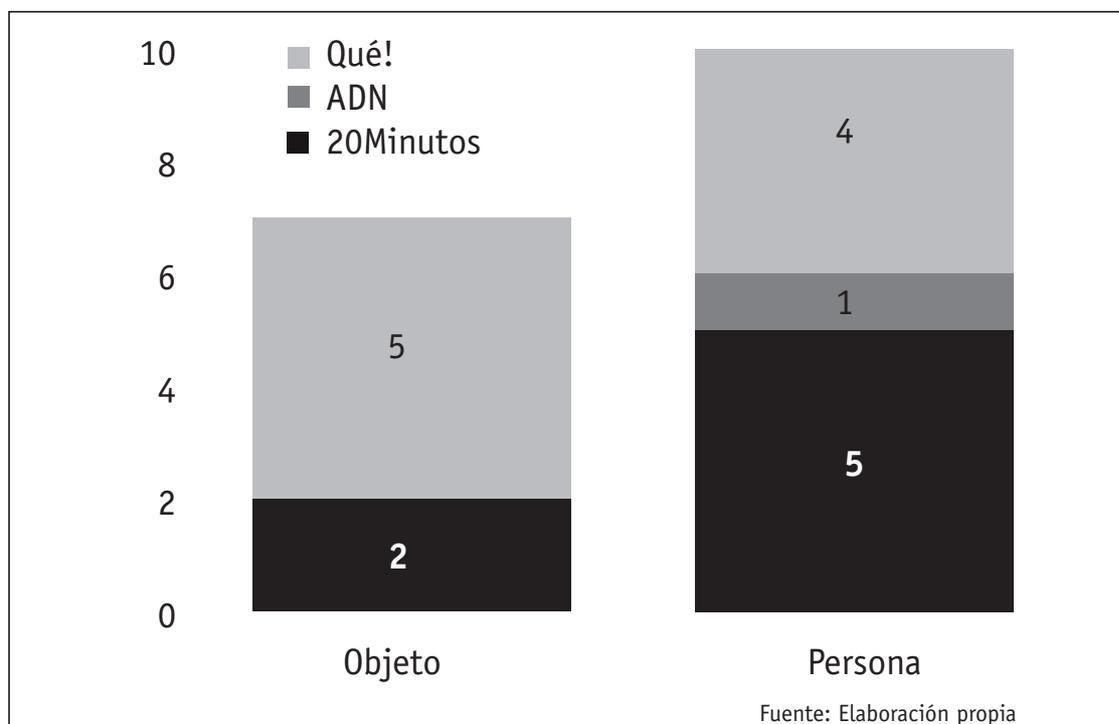


Figura 6. Imágenes según actante principal y cabeceras.

centrar su atención en personas y *Qué!* lo hace de manera casi indistinta en personas u objetos (Figura 6).

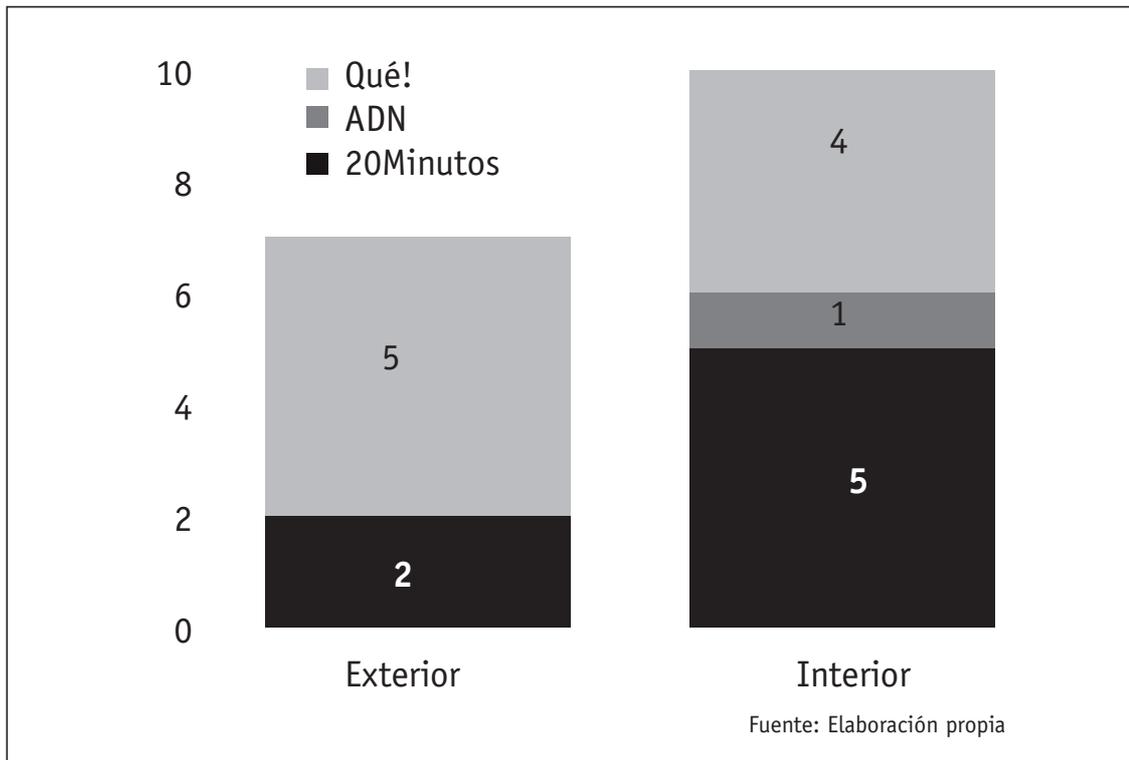


Figura 7. Imágenes según contexto espacial de la acción y cabeceras.

En el mismo sentido, el contexto espacial en el que se desarrolla la acción mostrada en las imágenes publicadas es, preferentemente, exterior (59% de los casos). Por periódicos, *20Minutos* prefiere representar acciones en el exterior, mientras que el diario *Qué!* presenta acciones tanto en el exterior como en el interior (Figura 7).

4. Conclusiones

De los 78 días estudiados, se han encontrado 38 informaciones sobre drogas, lo que supone que uno de cada dos días aparece una información sobre drogas en los diarios analizados. Esto da una idea de que el tema de las drogas tiene amplio desarrollo, al menos cuantitativo, en los diarios gratuitos.

Las unidades redaccionales analizadas ocupan aproximadamente el 25% de la superficie de la página, lo que significa que, para un diario gratuito, donde la maquetación suele destacar una información en la página sobre muchas pequeñas, son noticias de una relevancia no demasiado grande, pero sí destacable.

El 45% de los textos analizados estaban acompañados de alguna imagen, siempre fotográfica, cuyo tamaño suele ser, aproximadamente, un tercio del de la unidad redaccional, lo que da a entender que la importancia de la imagen

en estos textos es también, no sobresaliente, pero sí notable. En cuanto a la forma de las fotografías sobre drogas, no se ha encontrado ninguna preferencia, ya que hay tantas verticales como horizontales.

Sobre el contenido de las imágenes, se debe destacar que el plano general es el más utilizado, ya que muchas de las fotografías muestran escenas de incautaciones, de accidentes o de detenciones. En este sentido, casi todas las fotografías han sido tomadas desde un ángulo frontal. Por otra parte, la mayoría de las imágenes muestran personas en contextos espaciales de interior, si bien es cierto que la diferencia estadística no es significativa ni con protagonistas objetos, ni con contextos espaciales interiores.

Por tanto, se puede considerar que el tema de las drogas es recurrente en los gratuitos, donde recibe un tratamiento espacial y gráfico no desdeñable, pero donde el contenido de las imágenes no aporta demasiado teniendo en cuenta el contenido del texto y, a pesar de informar visualmente sobre lo mismo que indica el texto, no contribuyen, de ninguna manera, a cierta sensibilización social ante la gravedad del problema de la drogadicción en España.

5. Bibliografía

- ▶ DOMÍNGUEZ GÓMEZ, E. (Ed.) (2005): *Software para analizar el tratamiento periodístico de la información SATPI*, Medellín, Universidad de Antioquia.
- ▶ FUNDACIÓN DE AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN (2008): *I Foro Jóvenes, Drogas y Comunicación*, Madrid, FAD.
- ▶ KAYSER, J. (1982): *El diario francés*, Barcelona, ATE.
- ▶ OBSERVATORIO EUROPEO DE LAS DROGAS Y LAS TOXICOMANÍAS (2009). *Informe Anual 2009. El problema de la drogodependencia en Europa*.
- ▶ RIFFE, D., AUST, C. F., y LACY, S. R. (1993): "Effectiveness of random, consecutive day and constructed week sampling in Newspaper Content Analysis". *Journalism Quarterly*, vol. 70, n° 1, pp. 133-139.
- ▶ SÁNCHEZ PARDO, L., MEGÍAS QUIRÓS, I., y RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, E. (2004): *Jóvenes y publicidad: valores en la comunicación publicitaria para jóvenes*, Madrid, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Injuve.
- ▶ STEMPEL, G. H., y WESTLEY, B. H. (Eds.) (1981): *Research methods in mass communication*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- ▶ UNODC (2009): *Informe mundial sobre las drogas 2009*, Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.

LA IMAGEN DE LA DROGA EN LA PRENSA GRATUITA. ENERO-JUNIO DE 2010

Anexo 1. Ficha de análisis de la investigación

Variables de identificación

Fecha:

Periódico:

- ADN
 Qué!
 20 Minutos

Variables de encuadre formal

Página

Ancho información

Alto información

Tamaño información

¿Tiene imagen?

Sí No

Ancho imagen

Alto imagen

Tamaño imagen

Proporción imagen/inform.

Ancho página

Alto página

Proporción imagen/página

Sección:

- Opinión
 Nacional
 Internacional
 Deportes
 Sociedad
 Sucesos
 Actualidad
 Local
 Televisión
 Regional
 Cultura
 Portada

Variables de análisis formal y de contenido de la imagen

Orientación imagen:

- Horizontal
 Vertical
 Cuadrada
 Silueta

Tipo imagen:

- Foto
 Mapa
 Gráfico
 Ilustración
 Infográfico
 Cartel

Ángulo imagen:

- Frontal
 Picado
 Contrapicado

Contexto espacial:

- Interior
 Exterior

Color imagen:

- Color
 Blanco y negro
 Sepia

Plano imagen:

- General
 Americano
 Medio
 Medio/corto
 Primer plano
 Primerísimo primer plano
 Plano detalle

Actante principal:

- Objeto
 Persona
 Animal
 Vegetal

Función imagen:

- Ilustra
 Informa