

Para ello, las instituciones sanitarias deben mejorar la formación, en temas de comunicación, difusión y procesos informativos, de las personas que trabajan o que dirigen las organizaciones con el fin de convertirse en fuentes informativas, fiables y eficaces para los profesionales de los medios de comunicación. Por su parte, los medios de comunicación deben esforzarse por contrastar la información, fundamentar las consecuencias del consumo de drogas, diferenciar las opiniones de las informaciones y lo importante de lo anecdótico.

Esta cooperación entre los profesionales de los medios de comunicación y las instituciones que trabajan en el ámbito de las drogodependencias es imprescindible, tanto para mejorar la prevención en el ámbito comunitario, como para contribuir al consenso social sobre el tema de drogodependencias. En este sentido, sería conveniente estimular las acciones que supongan un reforzamiento de los diferentes programas preventivos. Además, reconociendo su impacto en la transmisión de mensajes a la sociedad y su papel en la conformación de la opinión social, se les debe ofrecer una información clara y veraz de los diferentes aspectos relacionados con el consumo de drogas y la drogodependencia, de forma que puedan transmitirla en las mismas condiciones. Igualmente se debería recabar su apoyo para lograr una opinión social sobre la drogodependencia más acorde con la realidad del fenómeno y sin los prejuicios actualmente existentes.

Por todo esto, es deseable la existencia de una guía de buenas prácticas que sirva de orientación para ambas entidades a la hora de informar sobre las drogas, que incluya un marco de colaboración entre profesionales de la información y profesionales que trabajan en drogodependencias, y mecanismos de seguimiento del tratamiento que reciben las drogodependencias en los medios de comunicación.

Bibliografía

1. Asociación Proyecto Hombre. ¿Cómo mejorar la información sobre drogas y otras adicciones?. [monografía en Internet]. Madrid: Asociación Proyecto Hombre; 2011 [acceso 18 octubre de 2013]. Disponible en: <http://proyectohombre.es/wp-content/uploads/2011/11/guia-estilo-proyecto-hombre.pdf>
2. Observatorio de drogodependencias de Castilla-La Mancha. Jóvenes, drogas y comunicación. [monografía en Internet]. Madrid: FISCAM: Fundación para la Investigación Sanitaria en Castilla-La Mancha; 2010 [acceso 18 octubre de 2013]. Disponible en: http://www.fad.es/sala_lectura/VisionFAD_resumen.pdf
3. Paricio P, Núñez-Romero F, Rodríguez C. Opinión pública, Comunicación y prevención de drogodependencias. El tratamiento informativo de la cocaína, alcohol y marihuana en la prensa española de información general (2009-2010). *Derecom*. 2012;(11):49-70.
4. Unión de asociaciones y entidades de atención al drogodependiente, UNAD. Código de buenas prácticas para el tratamiento informativo en materia de drogodependencias. [monografía en Internet]. Castilla y León: Junta de Castilla y León; 2009 [acceso 18 octubre de 2013]. Disponible en: http://www.unad.org/upload/46/59/Codigo_2
5. García del Castillo JA, Gásquez M, García del Castillo A. Importancia de la credibilidad de las fuentes mediáticas en materia de drogas. *MHCJ*. 2011;(2):173-96.
6. Sevillano ML, González MP, Rey L. Televisión, actitudes y drogas en adolescentes: investigación sobre sus efectos. *Comunicar*. 2009;17(33):185-92.
7. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Informe sobre el tratamiento informativo de los jóvenes. [monografía en Internet]. Cataluña: CAC; 2010 [acceso 5 diciembre de 2013]. Disponible en: http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Autorregulacio/Recull_recomanacions_CAC_2010.pdf
8. Suarez C, del Moral G, Musitu G, Villareal-González M. Medios de comunicación y consumo de alcohol en adolescentes: ¿Qué dicen los expertos?. *Health and Addictions*. 2013;13(2):99-108.
9. Castellana M, Sánchez-Carbonell X, Graner C, Beranuy M. El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Pap. Psicol*. 2007;28(3):196-204.
10. García A, López de Ayala MC, Catalina B. Hábitos de uso de Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*. 2013;21(41):195-204.
11. Pallarés M. Medios de comunicación: ¿Espacio para el ocio o agentes de socialización en la adolescencia?. *Pedagog Soc*. 2014;23:231-52.

12. Prieto, C. Información y consumo de drogas. La TV como factor de riesgo en niños adolescentes. *Comunicar*. 2009;17(33):125-32.
13. Paricio MP; Sanfeliu P, Peyro L. Prensa especializada y prevención del consumo de drogas. Una aproximación al tratamiento de las drogas en las revistas *Cuore* y *Bravo por ti*. *Rev. Esp. Drogodep*. 2013;38(3):233-50.
14. Aguilar R, Gavidia V, Chorén S, Valderrama JC. Los sistemas de recuperación de información en Internet y el acceso a contenidos sobre prevención del consumo de drogas. *Rev. Esp. Drogodep*. 2009;(1):46-61.
15. Schurgin G, Clarke-Pearson K. The impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *Pediatrics*. 2011;127:800-4. DOI 10.1542.
16. Montes-Santiago J, Lado M. Prevención del alcoholismo e inversiones publicitarias en España: una lucha de David contra Goliath. *Adicciones*. 2009;21(3):203-6.
17. Smith LA, Foxcroft DR. The effect of alcohol advertising, marketing and portrayal on drinking behaviour in young people: systematic review of prospective cohort studies. *BMC Public Health*. 2009;9(51). DOI 10.1186/1471-2458-9-51.
18. Casitas R, García-García R, Barrueco M. El cine como vector de expansión de la epidemia tabáquica. *Gac. Sanit*. 2009;23(3).
19. Werb D, Mills EJ, Debeck K, Kerr T, Montaner JS, Wood E. The effectiveness of anti-illicit-drug public-service announcements: a systematic review and meta-analysis. *J. Epidemiol community Health*. 2011;65(11):834-40.
20. Lovato C, Watts A, Stead LF. Impact of tobacco advertising and promotion on increasing adolescent smoking behaviours. *Cochrane Database Syst Rev*. 2011;5(10). DOI 10.1002/14651858.
21. Anderson P, de Bruijn A, Angus K, Gordon R, Hasting G. Impact of alcohol advertising and media exposure on adolescent alcohol use: a systematic review of longitudinal studies. *Alcohol Alcohol*. 2009;44(3):229-43.
22. Medrano C, Airbe A, Palacios S. El perfil del consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación. *Rev. Educación*. 2010;(352):545-66.
23. Barry AE, Goodson P. Use (and misuse) of the responsible drinking message in public health and alcohol advertising: a review. *Health Educ. Behav*. 2010;37(2):288-303. DOI 10.1177/1090198109342393.
24. Rey C, Valdivieso E, Arija V. Publicidad encubierta de tabaco en series de producción española. *Aten Primaria*. 2012;44(10):576-75.
25. Brinn MP, Carson KV, Esterman AJ, Chang AB, Smith BJ. Mass media interventions for preventing smoking in young people. *Cochrane Database Syst Rev*. 2010;10(11). DOI 10.1002/14651858.
26. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. *Boletín Oficial del Estado*, nº 274, (15-11-1988).
27. Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. *Boletín Oficial del Estado*, nº 166, (13-07-1994).
28. Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco. *Boletín Oficial del Estado*, nº 318, (31-12-2010).
29. Ley 2/2004, de 31 de mayo, Medidas Fiscales y Administrativas, por la que se modifica la Instrucción sobre la Autorización Específica y el Régimen Sancionador de la Ley 5/2002, de 27 de junio, sobre Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos. *Boletín Oficial Comunidad de Madrid*, nº 129, (01-06-2004).
30. Bermejo J. El enmascaramiento como estrategia persuasiva en la publicidad para jóvenes. *Comunicar*. 2013;21(41):157-65.
31. Nasser O. Publicidad y salud comunitaria: Bebidas alcohólicas en el Prime Time. *Rev. Esp. Comun. Salud*. 2012;3(2):110-22.