

LA REVOLUCIÓN DEL CANNABIS. COBERTURA EN LA PRENSA ESPAÑOLA

<https://doi.org/> - En este lugar se ubicará el DOI una vez asignado

Dra. Idoia Camacho Markina

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea. UPV/EHU. Leioa, España

idoia.camacho@ehu.eus

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-2296-9472>

Dra. María Teresa Santos Diez

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea. UPV/EHU. Leioa, España

mariateresa.santos@ehu.eus

ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-2494-3279>

Recibido el 2023-01-31

Revisado el 2023-05-24

Aceptado el 2023-06-06

Publicado el 2023-06-16

Resumen

El cannabis es la droga ilegal más consumida en el mundo y cada vez es más habitual su uso para fines terapéuticos y recreativos, sin tener en cuenta sus efectos adversos para la salud. Esta doble vertiente lleva años generando controversia entre sus detractores y los defensores de su legalización. El objetivo de este estudio es analizar el tratamiento que la prensa española dio al tema del cannabis durante el año 2019. Mediante la metodología del análisis de contenido, se analizaron 508 informaciones publicadas en los diarios generalistas de ámbito estatal españoles: *La Razón*, *El Mundo*, *El País* y *ABC*. Los resultados indican que el tema del cannabis forma parte de la agenda de los periódicos, aunque le otorgan un tratamiento informativo y con baja especialización. Destaca su tratamiento como droga y los aspectos negativos, seguido de investigación en el campo de la biotecnología y de líneas de negocio. De esta manera, la prensa española continúa con la línea informativa seguida con

el cannabis en las últimas décadas, y se diferencia del tratamiento que realizan los medios en países donde están legalizando su utilización.

Palabras clave: Cannabis, droga, legislación, prensa, salud.

Article

THE CANNABIS REVOLUTION. PRESENCE IN THE SPANISH PRESS

Abstract

Paste Cannabis is the most widely consumed illegal drug in the world and its use for therapeutic and recreational purposes is becoming increasingly common, regardless of its adverse health effects. This double aspect has been generating controversy for years in many countries around the world between its detractors and those in favour of its legalisation. The aim of this study is to analyze the treatment that the Spanish press gave to the cannabis issue during 2019. We content analyzed 508 news about cannabis published in the four most widely read general statewide newspapers in Spain: *La Razón*, *El Mundo*, *El País*, and *ABC*. The results show that the cannabis issue is on the agenda of the newspapers, although they give it an informative and low-specialization treatment. Its treatment as a drug and its negative aspects stand out, followed by research in the field of biotechnology and lines of business. In this way, the Spanish press continues with the informative line followed with cannabis in recent decades and differs from the treatment given by the media in countries where its use is being legalised.

Keywords: Cannabis, drug, legislation, press, health.

Introducción

El cannabis contiene más de 400 compuestos químicos diferentes, entre ellos destacan el Δ -9-Tetrahidrocannabinol (THC), que fue aislado por Gaoni y Mechoulam en 1964, y puede causar dependencia (Pazos & Grandes, 2019) y el Cannabidiol (CBD) que es un agente no psicotrópico (Ríos & Fernández-Solari, 2022) que tiene gran potencial terapéutico (Bloomfield *et al.*, 2016; Morales & Reggio, 2019; Procaccia *et al.*, 2022). El cannabis es la sustancia ilícita más utilizada a nivel mundial, la consumen entre 120 y 250 millones de usuarios, con una prevalencia de 2,6 a 5 % de la población mundial adulta (Inzunza & Peña, 2019). En la Unión Europea, alrededor del 1,8 % de los adultos de 15 a 64 años consume cannabis a diario o casi a diario y su prevalencia es cinco veces superior a la de otras sustancias. En 2019, unas 111.000 personas iniciaron en Europa un tratamiento de drogodependencia especializado por problemas relacionados con la adicción a esta sustancia (EMCDDA, 2021). La alta tasa de consumo del cannabis coincide con su situación de creciente normalización en la sociedad (González *et al.*, 2019), que la ve como una droga relativamente benigna (McGinty *et al.*, 2017; Cunningham, 2020; Hasin & Walsh, 2021). Sin embargo, las evidencias científicas han demostrado efectos adversos relacionados con la afectación del sistema nervioso central como euforia sedación, sensación de mareo y trastornos musculares (Santiago *et al.*, 2021; Romeo *et al.*, 2022). Su consumo se asocia con mayor riesgo de padecer esquizofrenia (Ibarra *et al.*, 2018; Gillespie & Kendler, 2021) y con incremento de la psicosis (Moore *et al.*, 2007; Hasin & Walsh, 2021), alteraciones del sueño (Hasin, 2019) y problemas de conducta (Hernández-García & Giménez-Júlvez, 2021). Además, puede producir síndrome de dependencia o abstinencia (Connor *et al.*, 2021; Kendall *et al.*, 2022), incremento del riesgo suicida (Campo-Arias *et al.*, 2020), falta de interacción social y aislamiento (Jiménez *et al.*, 2020). A su vez, en personas mayores se vincula su consumo con deterioro cognitivo, un mayor del riesgo de caídas (Wadsworth *et al.*, 2022), incremento de accidentes de tráfico e incluso muerte (Murray & Hall, 2020; Casares *et al.*, 2022; Asamé, 2022). Asimismo, el aumento del consumo de cannabis durante el embarazo evidencia que la exposición prenatal puede estar asociada con algunos efectos adversos (Baranger *et al.*, 2022) y en adolescentes se relaciona con fracaso escolar, dificultad laboral (Molina-Fernández *et al.*, 2022) y déficits neurocognitivos (D'Amico *et al.*, 2018).

También es una realidad que el cannabidiol (CBD) cada vez se utiliza más con fines médicos (Zenone *et al.*, 2021) y se acepta su consumo como una sustancia médicamente aceptable (Hwalbin & Sei-Hill, 2018). Por ello, pacientes con diferentes trastornos físicos o mentales que no mejoran de sus dolencias con tratamientos convencionales, intentan buscar en el

cannabis una alternativa (Pascual & Goicoechea, 2019). Numerosas investigaciones sugieren que el CBD se presenta como una opción médica que puede beneficiar afecciones y dolencias, y con ello mejorar las condiciones de salud de los enfermos que utilizan estos tratamientos (Ledezma-Morales *et al.*, 2020; Zenone *et al.*, 2021). Existen evidencias preclínicas del uso de CBD y otros compuestos cannabinoides en tratamientos ansiolíticos, aunque los estudios clínicos en pacientes crónicos son escasos (Urigüen *et al.*, 2019). Su utilización puede resultar efectiva en patologías mentales como trastornos de tipo ansioso o el estrés postraumático (Rojas *et al.*, 2019). También en el caso de inflamación, dolor crónico, en pacientes oncológicos, epilepsia, depresión, esclerosis múltiple, lesión medular (Wilsey *et al.*, 2016; Halvorson *et al.*, 2018) y en el Alzheimer (Zenone *et al.*, 2021; MacKeen, 2019). En los últimos años son muy numerosos los cambios legislativos realizados, con respecto al cannabis para despenalizar su uso medicinal, recreativo o ambos. Uruguay fue el primer país del mundo en hacerlo en 2013, aunque el año anterior ya se había legalizado en dos estados de EE.UU., Colorado y Washington. El segundo país fue Canadá, que lo hizo en 2018. En la actualidad, hay 33 estados de EE.UU. y varios países europeos (como Italia, Portugal y la República Checa) que buscan legalizar el cannabis recreativo (Aversa *et al.*, 2021). Estos cambios han posibilitado el auge de los negocios relacionados con empresas de biotecnología que centran su actividad en la investigación y el desarrollo de medicamentos y nuevos productos tal es el caso de *Applied DNA Sciences Inc.*, *Arena Pharmaceuticals*, *Corbus Pharmaceuticals*. Además, existen industrias manufactureras que producen, cultivan, venden y distribuyen cannabis a consumidores y empresas, como por ejemplo *Aphria Inc.*, *Aurora Cannabis Inc.* o *Canopy Growth Corp.* Otros negocios buscan posicionarse en sectores como alimentación, bebida, ropa y calzado, biocombustibles, fertilizantes, productos para el cuidado personal, entre las que destacan *Babaria*, *Garnier*, *Hello Nature*, o *The Body Shop* (López & Gómez-Roca, 2020). También surgen establecimientos relacionados con el ocio y entretenimiento, como pueden ser *coffee shops*, restaurantes o agencias de viajes (Camargo *et al.*, 2022). En este contexto, el presente estudio analiza la cobertura que los diarios generalistas españoles con cobertura nacional *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón* otorgan al cannabis. Se trata de un tema que ha intensificado su presencia en los ámbitos científico, político y social, aunque suscita poco interés desde el ámbito académico, principalmente de la Comunicación, y son escasos los trabajos centrados únicamente en esta sustancia (Ballesteros *et al.*, 2015; Sznitman & Lewis, 2015; Hwalbin & Sei-Hill, 2018; Santos & Camacho, 2017; Santos, 2022).

2. Marco teórico

La idea de que existe una "construcción social de la realidad" está extendida entre los pensadores sociales y el instrumento más decisivo de ese proceso lo constituyen los medios de comunicación (Dader, 1990). Una de las principales teorías para explicar la influencia de la actividad periodística en la construcción de la realidad y, por ende, en la formación de la opinión pública es la teoría de la *agenda-setting*. Según esta teoría, cuando los medios seleccionan y priorizan las informaciones están dirigiendo nuestra atención e influyendo en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día, los que influirán en la opinión pública (McCombs, 2006). La *agenda setting* se relaciona directamente con la teoría del *framing* o encuadre, que dice que los medios no sólo establecen la agenda de temas del debate público, sino que también definen una serie de pautas (marcos o *frames*) con las que pretenden favorecer una determinada interpretación de los hechos sobre los que informan. Se trata de un proceso de selección de unos pocos elementos de la realidad percibida y de construcción de una narrativa que destaque las conexiones entre ellos para promover una interpretación particular (Entman, 2007). Esta teoría afirma que la percepción que el público tiene de lo que ocurre está muy condicionada por los medios de comunicación, de tal manera que aquellos asuntos que en su tratamiento mediático cuentan con mayor énfasis son los que mayor preocupación generan en la opinión pública. "Al perfilar significados de la realidad, la noticia y sus *frames* ofrecen visiones del mundo que el público asume de algún modo, consciente o no del entramado institucional al que se someten los acontecimientos" (Sádaba, 2008). Por tanto, el periodismo no refleja la realidad de manera objetiva, sino que selecciona unos cuantos detalles de esa realidad y construye así una versión que es la única tenida en cuenta y la única que se almacena en la memoria colectiva, al mismo tiempo que anula los efectos institucionales que hubieran podido tener esos otros detalles que para los medios de comunicación dejaron de tener relevancia (Dader, 1990). Al seleccionar una parte de la realidad para transformarla en productos informativos que muestran a su audiencia, los medios otorgan a cada una de las informaciones un encuadre determinado. Además, del contenido elegido para ser publicado, la prensa escrita utiliza otros recursos, tales como su ubicación en secciones, su extensión, las fuentes de información, el diseño, los titulares, los géneros, las fotografías, etc. Dependiendo de cuáles de estos elementos elija el periodista, subrayará determinados aspectos de los acontecimientos y obviará otros genera diferentes formas de ver la realidad. Al dar un enfoque determinado a las noticias, los medios de comunicación dictan implícitamente a los receptores una forma de pensar sobre ciertos asuntos. Un mayor énfasis mediático sobre un determinado asunto social tiende a provocar en la opinión pública una mayor preocupación

sobre ese tema, mientras que la elección de los marcos informativos dicta implícitamente a los receptores un punto de vista o una perspectiva concreta del tema (Igartua *et al.*, 2007). En definitiva, para la *agenda-setting* el asunto central es la cantidad de atención que ha recibido el tema por parte de los medios, mientras que para el *framing* el aspecto clave es la manera en que se describe el tema, así como el esquema interpretativo que ha sido activado para procesarlo (Ardèvol, 2015).

La cobertura que los medios otorgan a un tema es determinante para influir en la política pública y así los medios intervienen en la formación de las opiniones y actitudes de la sociedad (Rodrigo, 1995; Lippmann, 2003; McQuail, 2000) y en los valores de las personas (Montero, 1993). En el caso del cannabis, diversas investigaciones han analizado cómo los medios pueden influir en la percepción de la sociedad, orientando hacia un tema o incluso modificando actitudes (Lewis *et al.*, 2015; Hwalbin & Sei-Hill, 2018). Los diarios españoles durante décadas han tratado el cannabis como una droga ilícita y no favoreciendo una percepción social más tolerante (Ballesteros *et al.*, 2015). Por tanto, se muestran a favor de endurecer las sanciones por considerar su consumo perjudicial y constitutivo de delito (Rekalde & Romaní, 2002; Paricio-Esteban *et al.*, 2012; Ballesteros *et al.*, 2015; Santos & Camacho, 2017; Perales & Pueyo, 2019; Ballesteros, 2020). Además, muestran una imagen poco real porque a menudo se presentan las noticias de forma sensacionalista (Rekalde & Romaní, 2002; Perales & Pueyo, 2019; Zaragoza & Elgueta, 2019). En lo que se refiere al tratamiento del cannabis medicinal, los medios lo abordan desde un punto de vista informativo, y se constata la falta de calidad científica de las noticias publicadas, así como la escasez de argumentaciones respecto a los aspectos beneficiosos o perjudiciales para la salud (Montané *et al.*, 2005; Santos & Camacho, 2018). En países como Israel, con políticas favorables y gran apoyo social a la legalización del cannabis para fines terapéuticos, dos tercios de los periódicos presentan el cannabis como medicina (Lewis *et al.*, 2015) y un tercio como droga ilícita, confirmando así el apoyo social que ha tenido la legalización del cannabis con fines terapéuticos (Sznitman & Lewis, 2015). Por el contrario, en EE.UU. los periodistas casi ignoran los efectos médicos y centran su atención en temas como salud pública, legalización, política y perspectivas económicas (Hwalbin & Sei-Hill, 2018; Leung *et al.*, 2018). Es necesario tener en cuenta que la legalización del cannabis recreativo en algunos países ha generado nuevas líneas de negocio relacionadas con la medicina, el ocio y los productos que contienen THC y CBD. Cada vez hay una mayor variedad de productos que llegan a los consumidores mediante diversas estrategias de *marketing* para influir en la comprensión pública de los beneficios que suponen (Krauss *et al.*, 2017; Khademi *et al.*,

2023), como por ejemplo alimentos, refrescos o dulces (Isorna-Folgar *et al.*, 2022). También se difunden vídeos generados por los usuarios en plataformas promoviendo el *vapeo* de marihuana (Romito *et al.*, 2015; Yang *et al.*, 2018). El cannabis constituye una industria en auge que se promociona a través de actividades como festivales (Skliamis & Korf, 2018), ferias y plataformas como *Netflix*, *HBO* o *Apple TV*, que ofrecen películas y documentales sobre el tema. En definitiva, se crean y fomentan mercados que venden y comercializan los productos (Anderdal & Kirstine, 2022), que ya están formando parte de la vida cotidiana y se presentan como una nueva cultura (Varghese, 2019) de la que participan personas famosas como es el caso de *Snoop Dogg*, *Mike Tyson*, *Rihanna* o *Miley Cyrus*.

3. Objetivos y metodología

El objetivo general de esta investigación es analizar el tratamiento que la prensa diaria de información general española con cobertura nacional otorga al cannabis.

Los objetivos específicos son los siguientes:

1. Cuantificar el número de informaciones sobre cannabis publicadas en los diarios analizados.
2. Determinar qué fuentes utilizan los medios elegidos.
3. Conocer las características periodísticas de dichas informaciones.
4. Identificar las áreas temáticas predominantes en los diarios mencionados.
5. Establecer cuáles son los encuadres que los medios dan a las informaciones: si priman los mensajes que tratan al cannabis como una droga ilícita perjudicial para la salud, o si prevalece el mensaje de que el cannabis tiene aplicaciones beneficiosas para la salud o para otros ámbitos de la vida diaria.

Como punto de partida de la investigación, se establecieron las siguientes hipótesis:

- H1.- El cannabis forma parte de la agenda de los medios de información general.
- H2.- Las piezas sobre el cannabis son de carácter eminentemente informativo y elaboradas con poca especialización periodística.
- H3.- Los diarios encuadran el cannabis principalmente como una droga ilícita, destacando los aspectos negativos relacionados con el delito.
- H4.- Los temas relacionados con la salud y medicina carecen de interés mediático.
- H5.- Los diarios de tendencia más liberal presentan un posicionamiento más favorable del cannabis que los más conservadores.

El corpus objeto de estudio lo constituyen los diarios españoles de información general con cobertura nacional y redacción en Madrid *El País* (1976), *El Mundo* (1989), *ABC* (1903) y *La Razón* (1998). Se ha tenido en cuenta su pertenencia a grupos editoriales consolidados: *El País* (1976) está editado por el grupo Prisa y representa a la ideología de centro-izquierda; *El Mundo* forma parte de Unidad Editorial Información General, S.L.U. y se identifica como

un referente liberal; *ABC* pertenece a *Vocento* y es conservador, monárquico y católico; *La Razón* mantiene un perfil conservador y es del grupo Planeta. Representan diferentes líneas del espectro mediático y político (Nogales & Mancinas, 2014) y la consideración de influencia dominante (Imbert, 1982). Por todo ello, se trata de medios de referencia con gran peso en las agendas política y pública (Paricio-Esteban *et al.*, 2012; Santos & Camacho, 2017; Santos, 2022).

El periodo analizado abarca desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2019, con el objetivo de poder identificar la evolución de la agenda y del *framing* en función de la variable temporal. Se ha elegido este año por ser el más reciente en el tiempo anterior a la COVID-19, que ha condicionado el contenido de los medios durante los años 2020 y 2021 y minimizado el espacio dedicado a los temas ajenos a la pandemia. También es de destacar que en España el 27 de junio de 2022, la comisión de Sanidad y Consumo del Congreso avala la regulación del cannabis. La unidad de análisis del estudio ha sido cada texto publicado en las ediciones digitales de los diarios mencionados¹. Se hizo una revisión hemerográfica desde los portales web de los periódicos y se recogieron los textos completos que incluyen los términos “cannabis” o “marihuana” (Ballesteros *et al.*, 2015; Lewis *et al.*, 2015; Hwalbin & Sei-Hill, 2018; Santos & Camacho, 2017). Posteriormente se descartaron las piezas que se referían al cannabis de manera tangencial, por lo que el corpus del análisis lo componen 508 piezas periodísticas: *ABC* n=164, 32,2 %, *El País* n=117, 23,0 %, *El Mundo* n=116, 22,8 % y *La Razón* (n=111, 21,8 %). El estudio se aborda desde una metodología de análisis de contenido, que ha sido ampliamente utilizado por autores de referencia en el ámbito de las ciencias de la comunicación para analizar el contenido de los mensajes de los medios (Berelson, 1952; Holsti, 1969; Wimmer & Dominick, 1996; Krippendorff, 1980; Bardin, 2002; Lombard *et al.*, 2002; Piñeiro-Naval, 2020). Tal como explica Downe-Wamboldt (2009), se trata de un instrumento que describe y cuantifica fenómenos específicos a partir de parámetros orales, visuales o escritos, por lo que no solo se limita al contenido, sino que también tiene en cuenta el continente, abordando los significados y los significantes de la comunicación (Bardin, 2002).

¹ <http://elpais.com>; <http://www.elmundo.es>; <http://www.abc.es>; <http://www.lazon.es>

Para el diseño de la ficha de codificación se tomaron como referencia estudios previos (Paricio-Esteban *et al.*, 2012; Rekalde & Román, 2002; Ballesteros *et al.*, 2015; Santos, 2022). Las variables fueron: Nombre del diario, Fecha de publicación. Autoría: Redacción, Agencia, Sin firma, Redactor, Otros. Sección: Autonomías, Sociedad/Gente, Nacional/Política, Internacional, Sucesos, Ciencia/Salud, TV, Cultura/Ocio, Economía, Deportes, Otros. Género periodístico: Noticia, Reportaje, Entrevista, Opinión, Otros. Número de fuentes de información. Tipo de fuentes de información: Fuentes Oficiales Públicas (policiales, institucionales, políticas, jurídicas), Fuentes Especializadas (expertas, científicas, revistas científicas, asociaciones, empresas), Otros (Ballesteros *et al.*, 2015; Zaragoza & Elgueta, 2019).

Para definir los encuadres informativos, se utilizó la vía deductiva siguiendo investigaciones previas (Ardèvol, 2015; Sznitman & Lewis, 2015; Lewis *et al.*, 2015). Para adaptarlos a los objetivos planteados se ha optado por los enfoques que más destacaban en el estudio:

1. El cannabis como droga ilícita, que aborda acciones policiales referidas a incautaciones, detenciones y desmantelamientos; problemas de tráfico o seguridad vial, acciones judiciales y consumo de personas famosas.
2. Otros usos del cannabis, relacionadas con la investigación en el campo de la biotecnología o medicamentos, la medicina, líneas de negocios en torno a nuevos productos derivados del cannabis y cambios legislativos en distintos países.

Con el fin de calcular la fiabilidad (*intercoder reliability*), se llevó a cabo una doble codificación independiente de una submuestra tomada al azar (n=101, el 20 % del total), que fueron cifradas por separado por dos investigadores, obteniendo 98 y 96 coincidencias. Después de aplicar el coeficiente Kappa de Cohen (K), se obtuvo una fiabilidad del 0,95 %, lo que da cuenta de un muy alto nivel de acuerdo entre ambos, de acuerdo con la escala de valoración propuesta por Richard Landis y Gary Koch (1977).

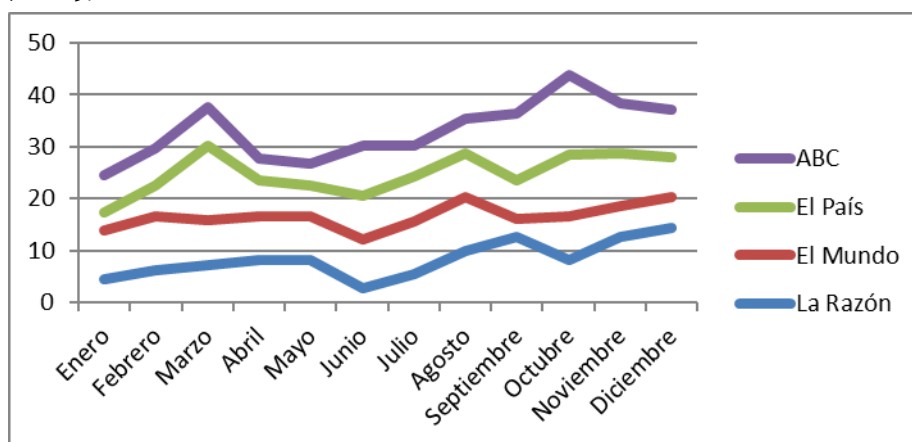
4. Resultados

4.1. Número de textos y cobertura

Se ha encontrado un total de 508 piezas periodísticas cuyo tema principal es el cannabis: 164 en *ABC* (32,2 %), 117 en *El País* (23,0 %), 116 en *El Mundo* (22,8 %) y 111 en *La Razón* (21,8 %) como muestra la Figura 1. Respecto a su cobertura temporal, aunque se publican todos los meses del año hay mayor número de noticias en octubre (11,4 %), noviembre

(9,65 %) y septiembre (9,4 %), mientras que mayo (6,5 %), y enero (6,30 %) registran menor número de piezas publicadas. Hay diferencias entre los diarios. *El País* ofrece una cobertura superior en los meses de marzo (14,5 %) y octubre (11,9 %); *El Mundo* publica por igual en febrero, julio y agosto (10,3 % respectivamente). A su vez *ABC* lo hace principalmente en octubre (15,2 %) y septiembre (12,8 %) y *La Razón* publica más en diciembre (14,4 %), septiembre y noviembre (12,6 % respectivamente).

Figura 1. Distribución de textos por mes en los diarios españoles del cannabis (enero-diciembre, 2019).



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de los periódicos analizados

4.2. Géneros periodísticos, secciones y autoría

Destaca la noticia en todos los diarios analizados, con 401 piezas (78,9 %), alcanzando porcentajes similares en *ABC* (85,3 % de todos los textos de este diario sobre el cannabis), *La Razón* (83,7 %) y *El Mundo* (83,6 %), mientras que desciende en *El País* (60,6 %). En segundo lugar, con mucha menor presencia, se sitúa el reportaje (16,9 %), con diferencias entre los periódicos (*El País* 29,9 %, *ABC* 12,8 %, *La Razón* 13,5 % *El Mundo* 12,9 %). Por otra parte, la entrevista (2,17 %) tiene escasa representatividad (*El País* 3,4 %, *El Mundo* 2,5 %, *La Razón* 1,8 %, *ABC* 1,2 %), situación que se repite en el caso de los géneros de opinión (columna y comentario), que solo alcanzan el 1,9 % de los textos con un total de 10 piezas (*El País* 5,9 %, *La Razón* 0,9 %, *El Mundo* 0,8 %, *ABC* 0,6 %). Estos resultados revelan un claro predominio de los géneros estrictamente informativos (78,9 %), frente a los interpretativos (reportaje y entrevista) (19,0 %) y los de opinión (1,9 %).

En cuanto a las secciones, el 31,1 % de las noticias se publican en Autonomías. Le sigue Sociedad/Gente (22,8 %), Nacional/Política (14,1 %) y Cultura/Ocio (8,0 %). Entre los diarios se observan diferencias importantes. Así, en *El País* destacan las secciones de Sociedad/Gente (29,0 %) y Nacional/Política (25,6 %) en *El Mundo* las Autonomías (26,7 %) y Cultura/Ocio (13,7 %); en *ABC*, Autonomías (42,0 %), Sociedad/Gente (34,1 %) y *La Razón* publica la mayor parte de noticias sobre el tema en Autonomías (41,4 %) y Nacional/Política (15,3 %).

Respecto a su autoría, como indica la Tabla 1, poco más de la mitad de las informaciones están escritas por los redactores o colaboradores habituales de la redacción (54,7 %), aunque en *El País* (83,7 %) el porcentaje es más elevado que en los otros diarios (*La Razón* 56,7 %, *El Mundo* 44,8 %, *ABC* 39,6 %). Les siguen las que aparecen publicadas bajo el nombre del periódico (22,4 %) aunque con diferencias (*ABC* 32,9 %, *La Razón* 30,6 %, *El Mundo* 12,0 %, *El País* 10,2 %). Los textos firmados por una agencia suponen el 18,5 % (*El Mundo* 39,6 %, *ABC* 25,6 %, *La Razón* 2,7 %, *El País* 2,5 %). También es relevante el número de piezas sin firma (3,9 %) (*La Razón* 8,1 %, *El Mundo* 3,4 %, *El País* 3,4 %, *ABC* 1,8 %). Estos resultados muestran que casi la mitad de las informaciones publicadas (45,28 %) están identificadas como agencia, firmadas por el diario, o no llevan firma.

Tabla 1. Autoría de los textos en los diarios españoles en el tratamiento del cannabis (enero-diciembre, 2019).

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>ABC</i>		<i>La Razón</i>		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Redactor	98	83,7	52	44,8	65	39,6	63	56,7	278	54,7
Diario	12	10,2	14	12,0	54	32,9	34	30,6	114	22,4
Agencia	3	2,5	46	39,6	42	25,6	3	2,7	94	18,5
Sin firma	4	3,4	4	3,4	3	1,8	9	8,1	20	3,9
Otros	0	0,0	0	0,00	0	0,0	2	1,8	2	0,3
Total	117	100,0	116	100,0	164	100,0	111	100,0	508	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de los periódicos analizados

4.3. Fuentes de información

La mayor parte de piezas menciona una sola fuente (63,7 %), mientras que los textos que emplean dos descienden hasta un 17,1 %, seguido de los que utilizan tres (6,5 %), cuatro (4,1 %), cinco y seis (1,7 %, respectivamente), y siete fuentes (1,18 %). Resulta relevante el hecho de que en un 3,7 % de los textos no se identifique ninguna fuente. En esta categoría también hay disparidades entre diarios. *El País* es el periódico publica mayor cantidad de textos con más de tres fuentes (18,8 %) (*La Razón* 13,5 %, *El Mundo* 3,4 %, *ABC* 2,4 %) y el que menos emplea una sola fuente (36,7 %), (*El Mundo* 79,3 %, *ABC* 76,8 % y *La Razón* 56,7 %). En cuanto al tipo, se observa un predominio de fuentes oficiales públicas (59,4 %), principalmente policiales (23,4 %) e institucionales (17,7 %) y, en menor medida, políticas (7,4 %) y jurídicas (5,5 %) como muestra la Tabla 2. Menciona más fuentes oficiales *El Mundo* (71,9 %), que el resto de los diarios (*ABC* 54,0 %, *El País* 49,6 % y *La Razón* 47,0 %). Le siguen las fuentes especializadas en el tema del cannabis (40,0 %), formadas por personas expertas (13,8 %), personal científico (14,5 %), revistas científicas (4,4 %), asociaciones relacionadas con el cannabis y empresas del sector (3,6 %, cada una), aunque de nuevo con diferencias (*La Razón* 50,4 %, *El País* 42,3 %, *ABC* 39,3 %, *El Mundo* 22,8 %).

Tabla 2. Fuentes empleadas según diarios españoles en el tratamiento del cannabis (enero-diciembre, 2019).

		<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>ABC</i>		<i>La Razón</i>		Total	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Oficiales públicas	Policiales	40	15,2	56	36,6	52	24,6	47	22,8	195	23,4
	Instituciones públicas	42	16,0	31	20,2	37	17,5	38	18,4	148	17,7
	Políticas	17	6,4	15	9,8	18	8,5	12	5,83	62	7,4
	Jurídicas	31	11,8	8	5,2	7	3,3	0	0,0	46	5,5
	Expertas	36	13,7	10	6,5	33	15,6	36	17,4	115	13,8
Especializadas	Científicas	47	17,9	8	5,2	30	14,2	36	17,4	121	14,5
	Revistas Científicas	12	4,5	1	0,6	10	4,7	14	6,8	37	4,4

Otras	Asociaciones	8	3,0	10	6,5	4	1,9	8	3,8	30	3,6
	Empresas	8	3,0	6	3,9	6	2,8	10	4,8	30	3,6
	Medios de Comunicación	11	4,2	7	4,5	8	3,7	3	1,4	29	3,4
	Total	26	100,	15	100,	21	100,	20	100,	83	100,
		2	0	3	0	1	0	6	0	2	0

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de los periódicos analizados

4.4. Temática

Durante el periodo analizado la temática que más se repite son los textos relacionados con la acción policial (42,1 %), alcanzando en *La Razón* el porcentaje más elevado (50,4 %), seguido de investigación (10,2 %) prestando mayor atención *ABC* (13,4 %).

4.4.1. Encuadre del cannabis como droga ilícita

Respecto a los encuadres, predomina el del cannabis como una droga ilícita (59,1 %) como muestra la Tabla 3. De nuevo, los resultados son diferentes en los periódicos (*La Razón* 50,4 %, *El Mundo* 44,8 % *ABC* 40,8 % y *El País* 33,3 %). Destacan los textos referidos a la acción policial como son detenciones, incautaciones, desmantelamiento y tráfico de cannabis (42,1 %). Operaciones en las que se decomisan sustancias estupefacientes, dinero, armas principalmente, plantas y equipos para cultivar y manipular la sustancia. Estos textos utilizan fuentes policiales (63,3 %) e institucionales (4,8 %). Le siguen los relacionados con acciones judiciales (7,2 %) como es el caso de sentencias y procesos judiciales (10,1 %) que juzgan las actividades presuntamente ilícitas. Otra temática es tráfico/seguridad vial (5,3 %), que aborda la siniestralidad en carretera por consumo de sustancias estupefacientes que incrementan el riesgo de accidentes, pérdidas de vidas y daños con consecuencias irreparables. Asimismo, existe una relación entre el cannabis y personas famosas (4,3 %). Son noticia por el consumo, tráfico o por participar en negocios de cannabis y sus fuentes principales son policiales (63,3 %) e institucionales (4,8 %).

4.4.2. Encuadre de otros usos del cannabis

Este encuadre (40,9 %) que tiene menos presencia que el de droga ilícita, es tratado de manera diferente en los periódicos (*La Razón* 28,8 %, *ABC* 24,3 %, *El País* 18,8 % y *El Mundo* 14,6 %). Predominan los textos relacionados con la investigación (10,2 %),

resultando ABC (13,4 %) el diario que más atención le dedica, seguido de *El País* (10,2 %), *La Razón* (9,9 %) y *El Mundo* (6,8 %). Abordan la investigación en el campo de la salud, biotecnología y la cosmética. Asimismo, surgen nuevas vías de negocios (10,0 %), (*El País* 17,0 %, *El Mundo* 10,3 %, *ABC* 7,3 %, *La Razón* 6,3 %). Se trata de empresas relacionados con el cannabis que buscan oportunidades de mercado como consecuencia de los cambios legislativos (9,0 %) llevados a cabo en distintos países para su regulación como medicinal, recreativo o ambos. Destacan negocios de consultorías y proveedores (39,2 %) como es el caso de franquicias con tiendas de venta online como *Grow Shops Online* que proporcionan semillas, abonos, sustratos, herramientas y accesorios para cultivo de las plantas. Otras líneas de negocio son *coffee shops* y restaurantes (15,6 %) con menús que utilizan el cannabis como ingrediente principal, cosmética (11,7 %) con productos que contienen CBD o THC y propiedades antiinflamatorias como cremas, bálsamos, agencias de viajes (3,9 %) con itinerarios personalizados y *apps* para dispositivos móviles (1,9 %) principalmente.

Tabla 3. Fuentes empleadas según diarios españoles en el tratamiento del cannabis.

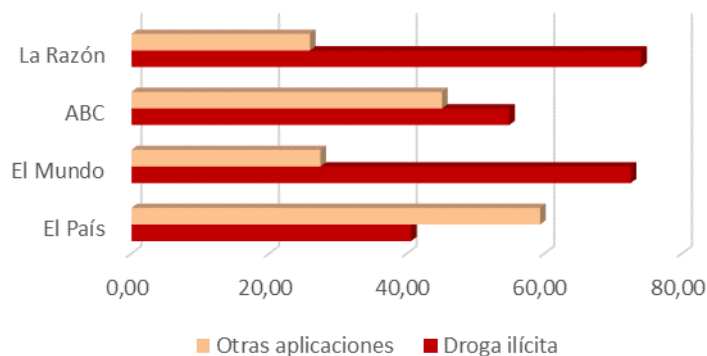
Encuadre		Número	Porcentaje	Total
Droga ilícita	Acción policial	214	42,1	300 textos 59,1 %
	Justicia/Tribunales	37	7,2	
	Tráfico/ Seguridad vial	27	5,3	
	Consumo de famosos	22	4,3	
	Investigación	52	10,2	
Otros usos	Negocio	51	10,0	208 textos 40,9 %
	Legislación	46	9,0	
	Salud/Medicina	39	7,6	
	Adicciones	20	3,9	
Total		508	100,00	

Fuente: *Elaboración propia*

En lo que respecta a los periódicos los resultados son diferentes (Figura 2). Así, *El País* enmarca un 50,4 % de sus noticias sobre el cannabis en otros usos y se refieren a aspectos relacionados con la legalización del cannabis (17,9 %). Le siguen, las que tratan la sustancia

como negocio (17,0 %), investigación (9,4 %) y con los beneficios médicos (5,9 %). A su vez, un 49,5 % de los textos enfocan el cannabis como droga ilegal. Destacan aquellos que versan sobre acciones policiales (33,3 %), los relacionados con acciones judiciales (7,69 %), con el consumo de famosos (5,1 %) y con tráfico/seguridad vial (3,4 %). En *El Mundo*, que un 67,2 % de los textos los encuadran como droga ilícita aluden a noticias sobre la acción policial (44,8 %), acción judicial (8,6 %), famosos (6,8 %) y tráfico/seguridad vial (6,8 %). En cuanto a otros usos del cannabis (32,7 %), la mayoría de las noticias se refieren a negocio (10,3 %), legalización (7,7 %), investigación (6,8 %) y salud/ medicina (5,1 %). Para *ABC* un 58,5 % de los textos corresponde al marco de droga ilícita. Predomina la acción policial (40,8 %), seguida de tráfico/seguridad vial (7,3 %), acción judicial (6,7 %) y famosos (3,6 %). En el *frame* de otros usos del cannabis (41,4 %), aparecen con mayor frecuencia noticias sobre investigación (13,4 %), salud/ medicina (7,3 %), legalización (9,7 %), y negocio (7,2 %). En *La Razón* predomina el encuadre de droga ilegal (61,2 %) y se refieren a la acción policial (50,4 %), la acción judicial (6,3 %), tráfico/seguridad vial (2,7 %) y famosos (1,8 %). En otros usos del cannabis (41,4 %) aparecen salud/medicina (11,7 %), investigación (9,9 %), negocio (6,3 %) y legalización (3,6 %).

Figura 2. Encuadres informativos empleado por los diarios españoles en el tratamiento del cannabis



Fuente: *Elaboración propia*

5. Discusión y conclusiones

Esta investigación tiene como objetivo conocer cómo reflejó la prensa española en 2019 el tema del cannabis. Cabe destacar que el énfasis mediático sobre determinados problemas para tratar las noticias pueden afectar a la forma en que la opinión pública los valora. De ahí

la importancia de saber el tratamiento que hace la prensa sobre un tema como el cannabis, que genera controversia social entre los partidarios de su utilización legal y los que lo catalogan como droga ilegal y peligrosa y por tanto es necesario mantener su ilegalidad. Los periódicos analizados han publicado informaciones relacionadas con el cannabis a lo largo de todo el año (508 piezas), por lo que se puede decir que es un tema con relativa presencia mediática, aunque se observan diferencias en la cantidad de textos que publican (*ABC* 164 textos, *El País* 117, *El Mundo* 116 y *La Razón* 111).

En cuanto a la cobertura informativa los meses de octubre (11,4 %), noviembre (9,65 %) y septiembre (9,4 %) acaparan mayor interés, aunque con diferencias. Así *El País* ofrece una cobertura superior en marzo (14,5 %), *El Mundo* publica por igual en febrero, julio y agosto (10,3 % respectivamente), *ABC* en octubre (15,2 %) y *La Razón* en diciembre (14,4 %). Unos resultados que confirman en parte la **H1**, dado que el cannabis tiene relativa presencia en los medios de comunicación. Asimismo, se evidencian un patrón común en cuanto al momento en el que abordan el tema del cannabis y la agenda mediática. Esta conclusión puede estar relacionada con el hecho de que a lo largo del tiempo los temas sobre drogas los medios de comunicación publiquen informaciones de actualidad inmediata, muy ligadas a sucesos (Paricio-Esteban *et al.*, 2012; Ballesteros, 2020), circunstancia que se confirma tras analizar dichas informaciones.

Atendiendo a las características periodísticas, los resultados evidencian un predominio de los géneros informativos. Destaca la noticia (78,9 %) en todos los diarios (*ABC* 85,3 %, *La Razón* 83,7 %, *El Mundo* 83,6 %) y *El País* 60,6 %). Le sigue el reportaje (16,3 %), la entrevista (2,1 %) y los géneros de opinión (columna y comentario), que solo alcanzan el 1,9 %. Estos resultados de nuevo indican que los diarios elaboran textos atendiendo a la actualidad inmediata, con escasa profundización, sin explicaciones ni opiniones que reflejen el debate social sobre el consumo de cannabis. Algunos ejemplos son: “Un médico de California recetó galletas de marihuana a un niño para tratar sus ataques de ira” (*El Mundo*, 03/02/ 2019), “Un helicóptero de la Vuelta descubre una plantación de marihuana en una terraza de Igualada” (*El País*, 04/09/2019), “Seis detenidos por cultivar marihuana en un edificio de Alcalá de Henares” (*La Razón* 05/12/2019) o “Desmantelado en Cobisa otro cultivo de marihuana, que podía producir más de 300 kilos de cannabis” (*ABC* 13/12/2019). Este tratamiento eminentemente informativo coincide con el que ha recibido el cannabis en la prensa española en las dos últimas décadas (Paricio-Esteban *et al.*, 2012; Ballesteros *et al.*, 2015; Santos & Camacho, 2017; Perales & Pueyo, 2019; Santos, 2022) y el que reciben

las drogas en general (Romaní, 2004; Paricio-Esteban *et al.*, 2012; Ballesteros, 2020). De este modo se confirma la **H2** que planteaba el carácter eminentemente informativo y poca especialización periodística.

Respecto a la autoría de los textos la mayoría están escritos por los redactores o colaboradores habituales de la redacción (54,7 %), destacando *El País* (83,7 %) con respecto a los otros diarios (*La Razón* 56,7 %, *El Mundo* 44,8 % y *ABC* 39,6 %). Le siguen las firmadas por el propio periódico (22,4 %), agencias (18,5 %) o directamente no llevan firma (3,9 %), lo que significa que son textos que han sido elaborados por una o varias agencias de noticias y se publican prácticamente sin ninguna intervención por parte de los redactores del periódico (Gelado-Marcos, 2009). Además, puede indicar la relación entre agentes del orden público y las agencias de noticias, que con frecuencia dependen de las instituciones gubernamentales como fuente noticias (Houborg & Enghoff, 2018).

Asimismo, es relevante el uso mayoritario de una sola fuente de información (63,7 %), mientras que descienden con dos fuentes (17,1 %), tres (6,5 %), cuatro (4,1 %) y no se identifica la autoría en un 3,7 %. Datos similares se han obtenido en otras investigaciones (Costa & Pérez, 1989; Rekalde & Romaní, 2002; Gelado-Marcos, 2009; Ballesteros *et al.*, 2015; Santos & Camacho, 2017, 2018; Perales & Pueyo 2019; Zaragoza & Elgueta, 2019; Ballesteros, 2020; Santos, 2022). Son más abundantes las fuentes oficiales públicas (54,2 %), entre ellas policiales (23,4 %) e institucionales (17,7 %) y se constata la escasa presencia de fuentes expertas, y las opiniones de los implicados con el fin de ampliar la versión de estas o para complementar los contenidos que se obtienen de ellas (García *et al.*, 1987; Rekalde & Romaní, 2002; Ballesteros *et al.*, 2015; Perales & Pueyo, 2019). También es reseñable la utilización como fuentes académicas de carácter científico (8,35 %) situadas en el primer cuartil (Q1). Algunos ejemplos son: *Stroke* (*La Razón*); *Nature Medicine*, *International Journal of Mental Health Nursing* (*El Mundo*), *American Journal of Preventive Medicine*, *Molecular Psychiatry* o *The New England Journal of Medicine* (ABC). Las características periodísticas de las noticias, tales como géneros, autoría, secciones o fuentes de información, entre otras, son recursos que utiliza la prensa escrita para influir en el enfoque de las informaciones. Dependiendo de cuáles de estos elementos elija el periodista, subrayará determinados aspectos de los acontecimientos y obviará otros, con lo cual generará diferentes formas de ver la realidad (Tuchman, 1972; Entman, 1993; Tankard, 2001). También influyen en el enfoque de las informaciones los encuadres informativos (Vreese, 2003). De nuevo se confirma la **H2**.

En cuanto a la temática, los diarios analizados han enmarcado el cannabis principalmente como droga ilícita (59,1 %), destacando los aspectos negativos relacionados con acciones tipificadas como delito, como son detenciones, desmantelamientos de plantaciones e incautación de droga. Otras temáticas se refieren a la acción judicial (7,2 %) y el consumo de la sustancia relacionada con el tráfico y seguridad vial (5,3 %), incremento de accidentes y muerte. Por tanto, se trata de un problema de cumplimiento de la ley, coincidiendo con Houborg y Enghoff (2018). De este modo, se cumple la **H3**.

Respecto al encuadre de otros usos (40,9 %), predominan los textos referidos a la investigación (10,2 %) en sectores como la salud, biotecnología y la cosmética principalmente. Le siguen los negocios (10,0 %) de *apps* para dispositivos móviles, establecimientos comerciales, consultorías, servicios, restaurantes y agencias de viajes, legislación (9,0 %) y salud/ medicina (7,6 %). Son resultados que concluyen que el cannabis medicinal apenas tiene interés mediático y con ellos se confirma la **H4**, que así lo planteaba. Por tanto, no se refleja el interés que presentan los españoles, dado que un 90 % era partidario de la legalización del cannabis con fines medicinales, según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Atendiendo a los periódicos *El País* se diferencia del resto en casi todas las categorías analizadas. Se constata mayor presencia de géneros interpretativos y de opinión, con un número superior de textos firmados por periodistas, menor cantidad de noticias en secciones geográficas y utiliza más fuentes expertas no oficiales. Su temática la encuadra en diferentes usos del cannabis (50,4 %), destacando los negocios (17,0 %), legislación (14,5 %) e investigación (9,4 %).

Por tanto, teniendo en cuenta las variables analizadas, *El País* (49,5 %) es el diario que trata con mayor profundidad, contraste y especialización las noticias sobre el cannabis, y el que mejor refleja la controversia y cambio de percepción social que está empezando a producirse sobre el tema. Por el contrario, *El Mundo* (66,3 %) tiene un mayor porcentaje de los textos como droga ilícita, seguido de cerca por *La Razón* (61,2 %) y por *ABC* (58,5 %). Así, la **H5**, queda parcialmente confirmada y no concuerda con las conclusiones de estudios estadounidenses que indican que los periódicos más liberales presentan la legalización del cannabis con un tono más positivo que los conservadores (Hwalbin & Sei-Hill, 2018), ya que solo uno de los diarios liberales de este análisis presenta al cannabis con una posición más favorable a su legalización y sus múltiples aplicaciones (*El País*), mientras que *El Mundo* se

presenta contrario a su legalización. Por su parte *ABC* (40,8 %) y *La Razón* (50,4 %) contemplan el cannabis como droga ilícita.

Este estudio concluye que la prensa diaria española encuadra el cannabis como droga ilícita siguiendo la misma tendencia de hace décadas. Sin embargo, serían necesarias otras investigaciones para comprobar si los cambios legislativos llevados a cabo en España, para regular su uso con fines medicinales, modifica la imagen que los medios tienen de la sustancia o por el contrario continúan con la misma tendencia.

Financiamiento

Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Conflicto de interés

Ninguna de las autoras presenta ningún tipo de conflicto de interés de índole económico, académico, laboral o de cualquier otra índole respecto a la publicación de este trabajo.

Declaración de autoría - CRediT

Dra. Idoia Camacho Markina: conceptualización, búsqueda de bibliografía, curación de datos, investigación, metodología, borrador original, redacción, revisión de datos, conclusiones, revisión final y edición.

Dra. María Teresa Santos Diez: conceptualización, búsqueda de bibliografía, curación de datos, investigación, metodología, borrador original, redacción, revisión de datos, conclusiones, revisión final y edición.

Derechos de autor

Idoia Camacho Markina y María Teresa Santos Diez poseen los derechos de autor de este artículo.

Referencias Bibliográficas

Anderdal, S. & Kirstine, S. (2022). From dealing to influencing: Online marketing of cannabis on Instagram. *Sage Journals*, 19(1), 135–157.

<https://doi.org/10.1177/17416590221081166>

Ardèvol, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 423-450.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>

Asamé, A. (2022) Trazabilidad molecular de cannabis. *Revista Skopein Criminalística y Ciencias Forenses*, 10(23), 3-41.

Aversa, J., Jacobson, J., Hernandez, T., Cleave, E., Macdonald, M., & Dizonno, S. (2021). The social media response to the rollout of legalized cannabis retail in Ontario, Canada. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61(3), 1-10.

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102580>

Ballesteros, C. A. (2020). Bases para el tratamiento informativo de las drogas en los medios de comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(1), 43-66.

[https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(1\).43-66](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(1).43-66)

Ballesteros, C. A., Dader, J. L., & Muñiz, C. (2015). Los marcos informativos del cannabis en la prensa española. Evidencia empírica desde la teoría del framing. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 20(38), 67-85.

Baranger, D., Paul, S. E., Colbert, S., Karcher, N. R., Johnson, E. C., Hatoum, A. S., & Bogdan, R. (2022). Association of Mental Health Burden With Prenatal Cannabis Exposure From Childhood to Early Adolescence: Longitudinal Findings From the Adolescent Brain Cognitive Development (ABCD) Study. *JAMA Pediatr.*, 176(12), 1261-1265. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2022.3191>

Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Akal.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Free Press.

Bloomfield, M., Ashok, A., Volkow, N., & Howes, O. (2016). The effects of $\Delta 9$ -tetrahydrocannabinol on the dopamine system. *Nature*, 539, 369–377.

<https://doi.org/10.1038/nature20153>

Camargo, B. A., Luisina, A. F., González, L. M., Pereda, A. C., & Villanueva, K. B. (2022). Legalización de la marihuana y cannaturismo: ¿una oportunidad para destinos turísticos mexicanos? *Turismo y Sociedad*, 30, 127-147.

<http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n30.07>

Campo-Arias, A., Suárez-Colorado, Y., & Caballero-Domínguez, C. C. (2020). Asociación entre el consumo de *Cannabis* y el riesgo de suicidio en adolescentes escolarizados de Santa Marta. *Biomédica. Revista del Instituto Nacional de Salud*, 40(3), 569-577.

<https://doi.org/10.7705/biomedica.4988>

Casares, M., Ortiz, S., Castro, J. J., Ortiz, C., Martino, F., & Jiménez, J. R. (2022). Assessing the influence of cannabis and alcohol use on different visual functions: A comparative study. *Experimental Eye Research*, 224, 1-7.

<https://doi.org/10.1016/j.exer.2022.109231>

Connor, J. P., Stjepanović, D., Le-Foll, B., Hoch, E., Budney, A. J., & Hall, W. D. (2021). Cannabis use and cannabis use disorder. *Nat Rev Dis Primers*, 7(1), 1-53.

<https://doi.org/10.1038/s41572-021-00247-4>

Costa, P. O. & Pérez, J. M. (1989). *Droga, televisión y sociedad*. Ministerio de Sanidad y Consumo.

Cunningham, J. A. (2020). [Beliefs about cannabis at the time of legalization in Canada: results from a general population survey](#). *Harm Reduction Journal*, 17(2), 1-4.

<https://doi.org/10.1186/s12954-019-0353-z>

Dader, J. L. (1990). Las provincias periodísticas de la realidad. *Communication y Society*, 3(1-2), 85-134. <https://doi.org/10.15581/003.3.35528>

D'Amico, E. J., Rodríguez, A., Tucker, J. S., Pedersen, E. R., & Shih, R. A. (2018). Planting the seed for marijuana use: Changes in exposure to medical marijuana advertising and

subsequent adolescent marijuana use, cognitions, and consequences over seven years. *Drug Alcohol Depend*, 1(188), 385-391. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2018.03.031>

Downe-Wamboldt, B. (2009). Content analysis: Method, applications, and issues. *Health Care for Women International*, 13(3), 313-321. <https://www.doi.org/10.1080/07399339209516006>

Entman, R. (1993). Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

_____ (2007). Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>

García, B., Menor, J., & Perales, A. (1987). La imagen de la droga en la prensa española. *Comunidad y Drogas*, (2), 5-81.

Gelado-Marcos, R. (2009). La dependencia de la prensa española hacia las agencias de noticias. *Communication y Society*, 22(2), 243-275. <https://doi.org/10.15581/003.22.36262>

Gillespie, N. A & Kendler, K. S. (2021). Use of Genetically Informed Methods to Clarify the Nature of the Association Between Cannabis Use and Risk for Schizophrenia. *JAMA Psychiatry*, 78(5), 467-468. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2020.3564>

González, B., Villanueva, V. J., Vidal-Infer, A., & Isorna-Folgar, M. (2019). Diferencias de género entre autocultivadores de cannabis en España. *Adicciones*, 32(3), 181-192. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1142>

Halvorson, R. T., Stewart, C. C., Thakur, A., & Glantz, S. A. (2018). Scientific Quality of Health-Related Articles in Specialty Cannabis and General Newspapers in San Francisco. *Journal of Health Communication*, 23(12), 993-998. <https://doi.org/10.1080/10810730.2018.1534906>

Hasin, D. & Walsh, C. (2021). Cannabis Use, Cannabis Use Disorder, and Comorbid Psychiatric Illness: A Narrative Review. *Journal of Clinical Medicine*, 10(1), 1-19. <https://doi.org/10.3390/jcm10010015>

Hasin, D. S. (2019). US Epidemiology of Cannabis Use and Associated Problems. *Neuropsychopharmacology*, 43, 195–212. <https://doi.org/10.1038/npp.2017.198>

Hernández-García, I. & Giménez-Júlvez, T. (2021). YouTube as a Source of Influenza Vaccine Information in Spanish. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 1-14. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020727>

Holsti, R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Addison-Wesley.

Houborg, E., & Enghoff, O. (2018). Cannabis in Danish newspapers. *Tidsskrift for Forskning I Sygdom Og Samfund*, 15(28), 173–204. <https://doi.org/10.7146/TFSS.V15I28.107265>

Hwalbin, K. & Sei-Hill, K. (2018). Framing marijuana: How U.S. newspapers frame marijuana legalization stories (1995-2014). *Preventive Medicine Reports*, 11, 196-201. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.07.003>

Ibarra, I., Mollinedo, I., Meana, J. J., Callado, L. F., Diez, R., & Urigüen, L. (2018). Chronic cannabis promotes pro-hallucinogenic signaling of 5-HT_{2A} receptors through Akt/mTOR pathway. *Neuropsychopharmacology*, 43, 2028-2035. <https://doi.org/10.1038/s41386-018-0076-y>

Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A., & Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110091A>

Imbert, G. (1982). La presse d'influence dominante et la production du réel: à propos de "El País". *Papers: Revista de Sociología*, 18, 139-159. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v18no.1328>

Inzunza, G. & Peña, A. (2019). Del cannabis a los cannabinoides una perspectiva médico-científica. *Revista Médica de la UAS*, 9(2), 96-114.

<http://dx.doi.org/10.28960/revmeduas.2007-8013.v9.n2.006>

Isorna-Folgar, M., Fariña-Rivera, F., Pascual-Pastor, F., & Fraga-Ares, J. (Coords.) (2022). *Una aproximación al panorama actual del consumo de cannabis en España*. Editorial Dykinson.

Jiménez, D., Busquets, A., Hebert, E., Serrat, R., Vicente, C., Ioannidou, C., Gómez, P., Lopez, I., Resch, M., Resel, E., Arnoui, D., Saraswat, D., Varilh, M., Cannich A., Bonilla, I., Almeida, A., Puente, N., Achicallende, S., Lopez, M., Jollé, C., Déglon, N., Pellerin, L., Josephine, C., Bonvento, G., Panatier, A., Lutz, B., Piazza, P., Guzmán, M., Bellocchio, L., Bouzier, A., Grandes, P., Bolaños, J., & Marsicano, G. (2020). Glucose metabolism links astroglial mitochondria to cannabinoid effects. *Nature*, 583, 603-608.

<https://doi.org/10.1038/s41586-020-2470-y>

Kendall, A., Hedeker, D., Diviak, K., & Mermelstein, R. (2022). The Mood Boost from Tobacco Cigarettes is More Erratic with the Additions of Cannabis and Alcohol. *Nicotine & Tobacco Research*, 24(8), 1169–1176. <https://doi.org/10.1093/ntr/ntac001>

Khademi, S., Hallinan, C. M., Conway, M., & Bonomo, Y. (2023). Using Social Media Data to Investigate Public Perceptions of Cannabis as a Medicine: Narrative Review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, 1-13. <https://doi.org/10.2196/36667>

Krauss, M. J., Sowles, S. J., Sehi, A., Spitznagel, E. L., Berg, C. J., Bierut, L. J., & Cavazoz-Rehg, P. (2017). Marijuana advertising exposure among current marijuana users in the U.S. *Drug Alcohol Depend*, 174, 192-200.

<https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2017.01.017>

Krippendorff, K. (1980). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Sage Publications.

Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>

Ledezma-Morales, M., Rodríguez, A. C., & Amariles, P. (2020). Mercado del Cannabis medicinal en Colombia: una oportunidad para el sector salud que requiere lineamientos estratégicos del gobierno nacional y la academia. *Médicas UIS*, 33(1), 53-58.

<https://doi.org/10.18273/revmed.v33n1-2020006>

Leung, J., Chiu, C.Y.V., Stjepanović, D., & Hall, W. (2018). Has the Legalisation of Medical and Recreational Cannabis Use in the USA Affected the Prevalence of Cannabis Use and Cannabis Use Disorders? *Current Addiction Reports*, 5(4), 403-417.

<https://doi.org/10.1007/s40429-018-0224-9>

Lewis, N., Broitman, D., & Sznitman, S. (2015). Medical Cannabis: A Framing Analysis of Israeli Newspaper Coverage. *Science Communication*, 37(6), 675-702.

<https://doi.org/10.1177/1075547015608507>

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Langre.

Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Campanella-Bracken, C. (2002). Content analysis in mass communication: assessment and reporting of intercoder reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587-604.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00826.x>

López, A. & Gómez-Roca, S. (2020). *La cadena de valor del cannabis: situación y tendencias internacionales y oportunidades para la Argentina*. Ministerio de Desarrollo Productivo.

MacKeen, D. (May 14th, 2019). What Are the Benefits of CBD? *The New York Times*.

<https://www.nytimes.com/interactive/2019/05/14/magazine/cbd-cannabis-cure.html>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós.

McGinty, E. E., Niederdeppe, J., Heley, K., & Barry, C. L. (2017). Public perceptions of arguments supporting and opposing recreational marijuana legalization. *Preventive Medicine*, 99, 80-86.

<https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2017.01.024>

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós.

Molina-Fernández, A., Chapinal, P. M., & Sanz, P. C. (2022). Psychosocial consequences of cannabis regulation: a qualitative study. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 22(2), 10–21. <https://doi.org/10.21134/haaj.v22i2.621>

Montané, E., Durán, M., Capellà, D., & Figueras, A. (2005). Scientific drug information in newspapers: sensationalism and low quality. The example of therapeutic use of cannabinoids. *European Journal of Clinical Pharmacology*, 61(5-6), 475-477. <https://doi.org/10.1007/s00228-005-0916-7>

Montero, M. D. (1993). *La información periodística y su influencia*. Bellaterra. Labor.

Moore, T., Zammit, S., Lingford-Hughes, A., Barnes, T., Jones, P., Burke, M., & Lewis, G. (2007). Cannabis use and risk of psychotic or affective mental health outcomes: a systematic review. *The Lancet*, 370(9584), 319-328. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(07\)61162-3](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(07)61162-3)

Morales, P., & Reggio, P. (2019). CBD: A New Hope? *ACS Medicinal Chemistry Letters*, 10(5), 694-695. <https://doi.org/10.1021/acsmchemlett.9b00127>

Murray, R. M. & Hall, W. (2020). Legalization and Commercialization of Cannabis Use Increase the Incidence and Prevalence of Psychosis? *JAMA Psychiatry*, 77(8), 777–778. <https://doi.org/10.1001/jamapsychiatry.2020.0339>

Nogales, A. & Mancinas, R. (2014). Los diarios de referencia en el mercado de la prensa española. Propiedad, grupos mediáticos y conexiones estructurales. *Correspondencias & Análisis*, 4, 307-333. <https://doi.org/10.24265/cian.2014.n4.15>

Observatorio Europeo de las Drogas y las Toxicomanías (EMCDDA) (2021). *Informe Europeo sobre Drogas 2021: Tendencias y novedades*. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

Paricio-Esteban, P., Núñez-Romero, F., & Rodríguez-Luque, C. (2012). 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*, (11), 49-70. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4331082.pdf>

Pascual, D. & Goicoechea, C. (2019). Los cannabinoides en el tratamiento del dolor. En Ramos-Atance, J. A. (Coord.), *Efectos terapéuticos de los cannabinoides* (pp. 155- 168). Instituto universitario de Investigación en Neuroquímica de la Universidad Complutense de Madrid.

Pazos, M. R. & Grandes, P. (2019). Cannabinoides y sistema endocannabinoide. En Ramos-Atance, J. A. (Coord.), *Efectos terapéuticos de los cannabinoides* (pp 7-23). Instituto universitario de Investigación en Neuroquímica de la Universidad Complutense de Madrid.

Perales, A. & Pueyo, B. (2019). El tratamiento de las drogas en los medios de comunicación. *Proyecto Hombre*, (98), 24-29. http://archivo.proyctohombre.es/wp-content/uploads/2019/07/Revista-Proyecto_98-diciembre2018.pdf

Piñeiro-Naval, V. (2020). La metodología de análisis de contenido. Usos y aplicaciones en la investigación comunicativa del ámbito hispánico. *Communication & Society*, 33(3), 1-16. <https://doi.org/10.15581/003.33.3.1-16>

Procaccia, S., Lewitus, G. M., Lipson-Feder, C., Shapira, A., Berman, P. & Meiri, D. (2022). Cannabis for medical use: versatile plant rather than a single drug. *Frontiers in Pharmacology*, 13, 1-14. <https://doi.org/10.3389/fphar.2022.894960>

Rekalde, Á. & Romani, O. (2002). Los medios de comunicación social ante el fenómeno de las drogas: Un análisis crítico. Servicio Central de publicaciones del Gobierno Vasco.

Ríos, M., & Fernández-Solari, J. (2022). Cannabis. Usos y Aplicaciones en la Práctica Odontológica Diaria: Revisión de la Literatura. *Revista De La Facultad De Odontología De La Universidad De Buenos Aires*, 37(86), 75–87. <https://revista.odontologia.uba.ar/index.php/rfouba/article/view/126>

Rodrigo, M. (1995). *Los modelos de la comunicación*. Tecnos.

Rojas, C., Polanco, R., Cisterna, A., Hernández, V., Miranda, F., Moreno, A., & Alarcón, L. (2019). Uso medicinal de cannabis: una revisión de la evidencia. *Terapia Psicológica*, 37(2), 166-180. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082019000200166>

Romaní, O. (2004). ¿Cómo se ha informado sobre las drogas en la sociedad española? Intervención social, percepciones y valores. En Pantoja, L. & Abeijón, J. A. (Eds.), *Los medios de comunicación y el consumo de drogas. Avances de drogodependencias* (pp. 39-65). Universidad de Deusto.

Romeo, B., Lestra, V., Martelli, C., Benyamina, A., & Hamdani, N. (2022). Cannabis Cessation, Inflammatory Markers and Schizophrenia. *Journal of Dual Diagnosis*, 18(1), 33-41. <https://doi.org/10.1080/15504263.2021.2013697>

Romito, L. M., Hurwich, R. A., & Eckert, G. J. (2015). A snapshot of the depiction of electronic cigarettes in YouTube videos. *American Journal of Health Behavior*, 39(6), 823–831. <https://doi.org/10.5993/AJHB.39.6.10>

Sádaba, T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. La Crujía.

Santiago, J., Pérez, C., & Grandes, P. (2021). Cannabis medicinal en el tratamiento del dolor crónico. *Gaceta Médica de Bilbao*, 118(4), 285-287.

Santos, M. T. & Camacho, I. (2017). Treatment of cannabis in the Spanish press. *Cuadernos.Info*, (40), 153–171. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.980>

_____ (2018). El cannabis terapéutico en los diarios españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1753-1772. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62245>

Santos, M. T. (2022). Cannabis: entre droga ilegal y negocio en auge ¿Están cambiando los estereotipos tradicionales en la prensa española? *Revista de Comunicación*, 21(1), 349–366. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A18>

Skliamis, K. & Korf, D. (2018). An Exploratory Study of Cannabis Festivals and Their Attendees in Two European Cities: Amsterdam and Berlin. *Journal of Psychoactive Drugs*, 50(2), 105-113. <https://doi.org/10.1080/02791072.2017.1380869>

Sznitman, R. & Lewis, N. (2015). Is cannabis an illicit drug or a medicine? A quantitative framing analysis of Israeli newspaper coverage. *International Journal of Drug Policy*, 26(5), 446-452. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2015.01.010>

Tankard, J. (2001). The empirical approach to the study of Media Framing. En Reese, S., Gandy, O., & Grant, A. (Eds.). *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Lawrence Erlbaum Associates.

Tuchman, G. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679. <http://www.jstor.org/stable/2776752>

Urigüen, L., García-Bueno, B., Leza, J. C., & Callado, L. F. (2019). Cannabinoides y trastornos mentales. En Ramos-Atance, J. A. (Coord.), *Efectos terapéuticos de los cannabinoides* (pp. 139- 153). Instituto universitario de Investigación en Neuroquímica de la Universidad Complutense de Madrid.

Varghese, S. (15 de enero, 2019) Weed firms are using Instagram influencers to dodge regulations. *WIRED*. <https://www.wired.co.uk/article/cannabis-weed-instagram-influencers-social-media>

Vreese, C. H. (2003). *Framing Europe: Television news and European integration*. Aksant Academic Publishers.

Wadsworth, E., Driezen, P., Pacula, R. L., & Hammond, D. (2022). Cannabis flower prices and transitions to legal sources after legalization in Canada, 2019-2020. *Drug and Alcohol Dependence*, 231, 1-10, <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2021.109262>

Wilsey, B., Marcotte, T. D., Deutsch, R., Zhao, H., Prasad, H., & Phan, A. (2016). An Exploratory Human Laboratory Experiment Evaluating Vaporized Cannabis in the

Treatment of Neuropathic Pain from Spinal Cord Injury and Disease. *The journal of pain*, 17(9), 982–1000. <https://doi.org/10.1016/j.jpain.2016.05.010>

Wimmer, R. & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.

Yang, Q., Sangalang, A., Rooney, M., Maloney, E., Sherry, E., & Cappella, J. (2018). How Is Marijuana Vaping Portrayed on YouTube? Content, Features, Popularity and Retransmission of Vaping Marijuana YouTube Videos. *Journal of Health Communication*, 23(4), 360–369. <https://doi.org/10.1080/10810730.2018.1448488>

Zaragoza, R. & Elgueta, Á. (2019). Encuadres informativos sobre drogas en la prensa uruguaya 2004- 2014. Un análisis longitudinal. *Estudios sobre mensaje periodístico*, 25 (2), 1205-1229. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64834>

Zenone, M. A., Snyder, J., & Crooks, V. (2021). Selling cannabidiol products in Canada: A framing analysis of advertising claims by online retailers. *BMC Public Health*, 21, 1285. <https://doi.org/10.1186/s12889-021-11282-x>