



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

CLAVE 8793-24

**"CONCEPTOS Y TÉCNICAS
PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES
EN INFORMAR Y PREVENIR DEL CONSUMO
DE DROGAS EN MÉXICO"**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

SERGIO MARTÍNEZ ESPITIA

ASESOR:

L.C.C. GUILLERMO GARCÍA RODRÍGUEZ

CELAYA, GTO.

OCTUBRE 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

"Al principio la droga te pone eufórico. Es como ganar un campeonato. Y pensás: mañana qué importa, si hoy gané el campeonato".

Diego Armando Maradona, ex futbolista

"Las Redes Sociales no se trata de Sitios Web. Se trata de las experiencias".

Mike DiLorenzo, actor norteamericano

AGRADECIMIENTOS

A mi madre y hermanos por su invaluable apoyo en uno de los momentos más cruciales de mi vida.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

CONTEXTO HISTÓRICO DE LAS DROGAS EN MÉXICO (POLÍTICA, SOCIEDAD, ECONOMÍA, CULTURA Y MEDIOS)	2
1.1. Una política de guerra	3
1.2. La gigantesca narcoeconomía	6
1.3. Una violencia sin medida	9
1.4. Consecuencias psicosociales, culturales y políticas	11
1.4.1. Derechos Humanos	12
1.4.2. Cuerpos paramilitares, grupos de autodefensa y policías comunitarias	14
1.5. Drogas y medios de comunicación	15
1.5.1. Apología del narco	22
1.6. La “mediación” de los medios	27
1.6.1. De una mediación tradicional a una alternativa	28

CAPÍTULO II

LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: INTERNET Y LAS REDES SOCIALES	34
2.1. Antecedentes históricos	34
2.1.1. La importancia de Internet en México	39
2.2. Características generales y específicas de las redes sociales	42
2.3. Fenómenos de comunicación en Internet y las redes sociales	51

2.3.1. Otros usos de la Red: personales, lúdicos, triviales...	58
2.4. El futuro de Internet y las redes sociales	63

CAPÍTULO III

REDES SOCIALES Y PREVENCIÓN DE DROGAS 68

3.1. Guía para la definición, usos y contextos de las drogas	69
3.2. Responsabilidad social de los medios: la necesidad de prevenir el consumo de drogas	82
3.3. Mediaciones sobre el consumo de drogas. Hacia una mediación alternativa	86
3.3.1. Alcohol, marihuana y cocaína en los medios de comunicación. Características y limitaciones de una mediación conservadora.	87
3.4. Información y prevención del consumo de drogas. Una nueva mediación	97
3.4.1. Prevención en Internet y redes sociales. Conceptos y propuestas generales	101
3.4.2. Ejemplos de usos y mensajes preventivos en Internet y las redes sociales	104
3.4.3. Muestras de mensajes preventivos en Facebook y Twitter	109

Conclusión

Bibliografía

Introducción.-

El problema de las drogas ha pasado a formar parte de la agenda cotidiana de la mayoría de los medios de comunicación en México. No hay día que pase sin que la TV, la radio, los periódicos y, recientemente, las redes sociales y los medios del internet, informen sobre el saldo de muertos en un tiroteo, la incautación de algún cargamento de droga o la detención de algún jefe del narcotráfico.

La importancia dada al fenómeno es comprensible: en sólo 6 años de lucha contra los cárteles de la droga el país ha sufrido cambios alarmantes en casi todas las áreas de la vida pública y privada de miles de mexicanos.

El secuestro como medida de chantaje de la delincuencia organizada para robar a las familias el patrimonio que tanto trabajo costó; el tráfico y la esclavitud de inmigrantes ilegales por parte de las células del narco; el control territorial de los cárteles en amplias regiones del país; y la complicidad de un gran número de autoridades con el crimen organizado, son solo algunos aspectos del problema que bien merecen la atención constante de los medios.

Sin embargo, en la marejada informativa de asesinatos y droga se olvida incluir un aspecto de igual importancia: el reciente aumento en el país del consumo de sustancias ilegales.

La expansión de los cárteles trae consigo una mayor oferta de drogas y, por ende, un mayor acceso de las mismas por parte de amplios segmentos de la población. México, que sigue siendo una zona de paso obligada para el tráfico de estupefacientes, ahora es también un mercado importante de consumo para el narcotráfico.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Adicciones realizada en 2011, el consumo de drogas ilegales se duplicó en México en la década anterior, al pasar de 0.8% a 1.5% entre personas de 12 a 65 años de edad, aunque entre los hombres la tendencia es de 2.6% a nivel nacional, y en las zonas urbanas de 2.9%¹.

Aunque a simple vista la duplicidad del uso de drogas en 10 años no parece una cifra alarmante, dicho lapso coincide con el crecimiento y el desarrollo de las organizaciones criminales.

De acuerdo con la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), en su reporte de 2010, el mercado mexicano experimentó una expansión importante.

Al año y a nivel nacional, el narco obtiene por la venta de cocaína 57 mil 600 mdp, por la marihuana 24 mil, por la heroína 8 mil 400, y por la venta de metanfetaminas 5 mil 760².

De acuerdo con estimaciones hechas por los diputados a principios de 2013, “hay 468 mil personas que se dedican al narco. Esto es cinco veces más que el total de los ocupados en la industria maderera nacional y tres veces más que el personal de Pemex”³.

El cruce de las estadísticas entre el número de empleados del narco y los consumidores muestra una coincidencia preocupante: la mayoría de los

¹ <http://www.jornada.unam.mx/2013/01/18/adicciones/a11n3adi> Ángeles Cruz Martínez/25/08/2013

² <http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/480778/6/drogas-ilicitas-generan-en-jalisco-367-mdp.htm>/26/08/2013

³ <http://www.lajornadajalisco.com.mx/2013/03/31/narcotrafico-el-quinto-empleador-mas-importante-del-pais-diputados/> 27/08/13

usuarios de drogas y la mayoría de quienes trabajan para el narcotráfico oscilan entre los 17 y 27 años.

El hecho de que los jóvenes constituyan el segmento más afectado demuestra que el tema del consumo debería tener una mayor importancia.

Sin embargo, los medios convencionales del país como la TV, la radio y la prensa escrita, siguen destacando el aspecto meramente criminal del problema y dejando para los espacios de “relleno” la información relativa a los efectos del consumo de drogas en la salud de miles de jóvenes.

Por ello, resulta importante que comunicólogos, periodistas y líderes de opinión comiencen a dirigir su interés hacia el consumo, un problema que crecerá conforme los cárteles del narcotráfico sigan reforzando su poder, una tendencia que –desgraciadamente- no parece que sea reversible en el corto y mediano plazo.

La presente tesina propone el uso de las redes sociales en la labor de informar y prevenir sobre las drogas por considerar que este novedoso medio de comunicación -debido a sus propiedades conceptuales y técnicas- se adecúa de forma inmejorable al nuevo marco de referencia que será propuesto en torno al problema de las drogas en México: uno que vaya más allá del aspecto criminal y adopte una visión preventiva e integral del tema.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

Contexto histórico de las drogas en México.

Política, sociedad, economía, cultura y medios.

Antes de pasar a la propuesta particular de esta tesina, consistente en el uso de las llamadas redes sociales (Facebook y Twitter) con el fin de informar y prevenir sobre el consumo de drogas, es necesario describir el cuadro general de la situación del tráfico de sustancias ilegales en el país.

Con dicha descripción será posible establecer el marco de referencia predominante en los medios sobre el tema de las drogas (categorías, valores, conceptos, creencias, acciones, estereotipos, etc.) para luego pasar a la creación de uno alternativo que sirva a los objetivos de esta tesina: la delimitación de los conceptos preventivos y de información para elaborar los mensajes sobre el tópico.

Debido a la complejidad que tiene la problemática sólo se apuntan aquellos aspectos que dan veracidad y certeza al problema. Se dejan de lado las opiniones políticas e ideológicas y se opta por una visión lo más objetiva posible del asunto.

La violencia es un factor importante a tomar en cuenta en el conocimiento del actual marco de referencia. Asaltos, robos, abusos, y otros efectos de la alarmante criminalidad en el país, generan un entorno social de desconfianza y asilamiento que los medios refuerzan con la saturación -y la distorsión- de los hechos de violencia que ocurren diariamente en torno a las drogas.

Esto tiene el resultado de que una gran parte de la sociedad perciba a los consumidores de drogas como sujetos criminales, cuando en realidad ellos son también víctimas –o, algunas veces, cómplices involuntarios- de la oferta del narcotráfico.

El predominio del enfoque criminalístico (delito/violencia/poder) en el marco de referencia sobre las drogas usado en los medios genera la percepción de que éstas son sólo un objeto nocivo que no debiera ni mirarse, cuando es necesario observar que –desde el punto de vista médico- cada una de estas drogas es una sustancia, producto, medicina o planta, con una composición química o natural específica y un efecto particular, y que su consumo, la frecuencia y gravedad del mismo, se relaciona con la condición sociocultural y económica del adicto.

Conocer los vacíos de información y las tendencias del marco dominante llevará a definir con mayor precisión los elementos de contenido que deben componer el nuevo marco.

1.1. Una política de guerra.

En 2006 el presidente Felipe Calderón declaró la guerra al narcotráfico. Para algunos detractores de su gobierno, la lucha contra el crimen organizado, caracterizada por la intervención directa del Ejército en las labores policiacas, fue sólo un ardid publicitario con el fin de ganar la aprobación de la ciudadanía.

Para otros, la guerra contra los cárteles fue el primer intento de un presidente mexicano por eliminar, o acotar, el poder de aquéllos, después de la supuesta protección del PRI a las actividades del narco.

Lo cierto es que al final de su sexenio, las cifras de muertes y crímenes alcanzaron niveles jamás vistos en la historia del país.

Aunque el número más o menos oficial (el gobierno de Calderón no dejó una cifra única y definitiva sobre el asunto, según lo declarado por Miguel Ángel Osorio Chong, actual secretario de gobierno, en febrero pasado) de muertes por la guerra contra el narco en el sexenio pasado asciende a 71 mil, la organización italiana Libera y otros grupos internacionales afirman haber contabilizado la cantidad de 136 mil 100 muertes entre 2006 y 2012⁴.

Otro dato preocupante fue el fortalecimiento y la extensión de los grupos criminales al finalizar el mandato de Calderón.

De acuerdo con un reporte reciente de la PGR, encabezada por José Murillo Karam, se detectaron 88 cárteles de la droga después de cerrado el saldo de 6 años de guerra contra el narco⁵. En contraste, al inicio de la segunda presidencia panista, el gobierno había informado de la existencia de apenas siete cárteles: Sinaloa, Juárez, Tijuana, Golfo, Colima, Milenio y Oaxaca⁶.

Estos números negros cobran sentido cuando se ahonda en los “pormenores” de la lucha contra el crimen. En mayo de 2012, fuentes periodísticas dieron pruebas de que en realidad nunca existió un plan o una estrategia para el combate al crimen diseñada por el equipo de Calderón.

Noticias MVS difundió la respuesta que la Sedena daba a una solicitud de información presentada ante el IFAI, en la que el Ejército admitía no haber

⁴ <http://www.jornada.unam.mx/2012/12/11/politica/015n1pol> Consulta 26/08/2013

⁵ <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2013/06/02/los-89-carteles-arrasan-mexico/> Consulta 26/08/2013

⁶ <http://www.sinembargo.mx/20-08-2012/335244/> Consulta 27/08/2013/

contado con alguna estrategia militar al momento de iniciar el despliegue de sus unidades en los territorios dominados por los cárteles⁷.

En el actual gobierno de Peña Nieto, el énfasis –ahora- recae en la necesidad de crear las condiciones sociales y económicas para prevenir el delito, así como la urgente tarea de proteger los derechos humanos.

De acuerdo con las más recientes estadísticas de la presente administración, el índice de muertes vinculadas al crimen organizado disminuyó en un 18% en el lapso de enero a julio de este año, en comparación con el mismo periodo de 2012⁸.

Sin embargo, semejante al sexenio pasado, las cifras del actual gobierno no siempre cuadran con las divulgadas por otras fuentes.

Un recuento independiente señala que los 7 mil 128 homicidios relacionados con el crimen organizado, contabilizados en ese mismo periodo por el gobierno priista, en realidad ascienden 13 mil 775 muertes⁹.

Para algunos analistas, la estrategia de Peña Nieto es la misma que la implementada por Felipe Calderón, con la única variante de que el tema ocupa un lugar secundario en la agenda presidencial y está menos visto en los medios de comunicación.

⁷ <http://aristeguinoticias.com/2611/mexico/seis-anos-despues-miles-de-muertos-y-un-estado-mas-vulnerable/> Consulta 26/08/2013

⁸ <http://www.animalpolitico.com/2013/07/van-mas-de-7-mil-muertos-por-narco-oficiales-en-sexenio-de-epr/#ixzz2dHwYflxn/> Consulta 28/08/2013

⁹ <http://www.sinembargo.mx/22-05-2013/628260/> Consulta 27/08/2013

Por tanto, se espera la continuidad –por lo menos a corto y mediano plazo- de los efectos de la lucha contra el narco y, con ello, la percepción sombría que los ciudadanos tienen de la problemática.

1.2. La gigantesca narcoeconomía.

En la lucha contra el narcotráfico, uno de los factores que ha dificultado en gran medida la eliminación de los cárteles es el gran poder económico que éstos tienen y, por ende, su capacidad para corromper a las autoridades.

De acuerdo con la estadística oficial, el narcotráfico mueve en el territorio nacional alrededor de 30 mil millones de dólares al año, empleando entre 300 mil a 500 mil personas, incluidos niños y adolescentes.

Se calcula que en México se producen unas 15 mil toneladas de marihuana, 18 toneladas de heroína y se transportan a Estados Unidos no menos de 600 toneladas de cocaína al año¹⁰.

De acuerdo con el Reporte Mundial sobre Drogas 2012, presentado por la Organización de la Naciones Unidas (ONU), México es el segundo productor mundial de opio y heroína, sólo detrás de Afganistán. En cuanto a la marihuana, Afganistán y México comparten el segundo puesto detrás de Marruecos¹¹.

Pero no sólo la producción y el transporte de drogas a otros países generan grandes beneficios. De acuerdo con Horacio Cavazos, juez LXIX de lo Penal, el “narcomenudeo genera más ganancias que el narcotráfico, ya que las rutas de

¹⁰<http://www.telesurtv.net/articulos/2013/07/29/el-neoliberalismo-impulsor-del-narcotrafico-y-la-violencia-en-mexico-5148.html> Consulta 06/27/2013

¹¹<http://noticias.univision.com/narcotrafico/noticias/article/2013-06-26/mexico-desplaza-colombia-produccion-droga#axzz2d5agVNUL> Consulta 06/27/2013

destino son más cortas y hay menos intermediarios, generando mayores rendimientos”¹².

Según un reporte de la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal, los mil 700 puntos de narcoventa distribuidos en las delegaciones de Iztapalapa, Gustavo A. Madero y Cuauhtémoc concentran el 49% del total de las ganancias por venta de droga en la ciudad de México¹³.

En el informe “Más allá de la Guerra de las Drogas”, publicado en septiembre de 2012 por el gobierno de Jalisco, se reporta que las ganancias del narcomenudeo en el estado ascienden a 367 millones de pesos por año, siendo la cocaína y la marihuana las drogas más rentables¹⁴.

En cuanto al lavado de dinero, las cifras resultan dispares, al igual que en el caso del número de muertes por la violencia del narco.

Mientras que en julio de 2013, la Secretaría de Hacienda informó que el dinero del narco lavado en México asciende a 10 millones de dólares anuales, la consultora norteamericana de seguridad Stratfor reportó –en el mismo mes- que la cantidad oscila de 19 a 39 millones de dólares¹⁵

Aunado a esto se hallan los beneficios de las actividades colaterales del narco, como el tráfico de armas, la piratería, la extorsión, el secuestro y el tráfico de humanos, por lo que los números globales podrían ser mayores y –probablemente- no estar contabilizados en ningún informe del gobierno.

¹²<http://eleconomista.com.mx/distrito-federal/2012/08/12/df-1700-narcotiendas> Consulta 27/08/13

¹³ Idem

¹⁴<http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/480778/6/drogas-ilicitas-generan-en-jalisco-367-mdp.htm>/Consulta 27/08/2013

¹⁵<http://www.animalpolitico.com/2013/07/el-gran-negocio-del-lavado-de-dinero-en-mexico-2/#ixzz2d7NLmA3c>/Consulta 27/08/2013

Una de las razones de que las ganancias de los cárteles sean inconmensurables se debe a la amplia cobertura que tienen en el sistema financiero.

Edgardo Buscaglia, consejero de seguridad para la ONU en México y presidente del Instituto de Acción Ciudadana, asegura que la banca mexicana es cómplice de los grupos delincuenciales "por omisión", al no cumplir las recomendaciones del Grupo Financiero Internacional (Gafi) para prevenir el lavado.

Los banqueros niegan tal vinculación y argumentan que dichas normas elevan los costos de operación y de servicio a sus clientes¹⁶.

Por otra parte, el 17 de julio de 2013 entró en vigor la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, mejor conocida como la ley antilavado, que limita los montos de pago en efectivo en transacciones consideradas de riesgo.

Entre las desventajas de la ley se encuentra el hecho de que en México la mayoría de las transacciones se realizan en efectivo. Según Guillermo Rosales, representante de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), la nueva reglamentación puede inhibir el consumo y la circulación de efectivo en el país¹⁷.

Por su parte, senadores y diputados que aprobaron la ley, aseguran que ésta realmente servirá a la regulación de aquellas transacciones que, por los

¹⁶<http://aristeguinoticias.com/0511/mexico/78-de-la-economia-mexicana-infiltrada-por-el-narco-buscaglia/>
Consulta 29/08/2013

¹⁷ <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/10/15/las-3-debilidades-de-la-ley-antilavado/> Consulta 29/08/2013

grandes montos de efectivo empleado, han funcionado tradicionalmente para el lavado de dinero.

1.3. Una violencia sin medida

Más aún que las escandalosas ganancias y el poder de corrupción, el narcotráfico en México se distingue de sobremanera por el uso implacable de la violencia para abrirse camino entre competidores, civiles y fuerzas del Estado.

Hace apenas 6 años, resultaba difícil imaginar estos niveles de agresión que se hallan fuera de toda razón y sentido común. Se mata con la misma saña y por igual al enemigo que a la ama de casa cuyo error fue cruzarse por casualidad con los sicarios.

Decapitaciones en video, personas colgadas en los puentes, torturas, secuestros, asesinatos en masa, fosas clandestinas, descuartizados... es el escenario ideal de un verdadero infierno.

En este apartado se enlistan solo tres de los casos de violencia que más impactaron a la opinión pública local y mundial durante el sexenio de Felipe Calderón.

1.- El asesinato de Benjamín Lebarón: El 8 de julio de 2009 fue asesinado Benjamín Franklin Lebarón, pastor mormón y activista contra el crimen organizado, en el municipio de Galeana, Chihuahua. El religioso fue sustraído de su casa, junto a su cuñado, Luis Carlos Widman, por sujetos vestidos de militares, luego de que fuera obligado a ver la violación de su esposa frente a sus 5 hijos. Su cuerpo y el de Widman fueron arrojados en la brecha que conduce a la comunidad de Flores Magón. Lebarón era el líder de un

movimiento social en Chihuahua que se oponía al control y los abusos del narcotráfico¹⁸.

2.- La masacre de San Fernando: El 24 de agosto de 2010 un comando de los Zetas ejecutó por la espalda a 72 migrantes de Centro y Sudamérica, en el poblado de El Huizachal, municipio de San Fernando, Tamaulipas. Un ecuatoriano, el único sobreviviente de la masacre, dio parte de los hechos a la Marina luego de que pudiera escapar tras fingirse muerto entre los cadáveres. Los migrantes estaban secuestrados por el grupo criminal, y al negarse a formar parte de la banda y no dar el dinero exigido a cambio de la libertad, fueron colocados en hilera para ser asesinados¹⁹.

3.- El incendio de El Casino Royale: En la tarde del 25 agosto de 2011, otro comando de los Zetas, integrado por un máximo de 16 personas, arribó en cuatro vehículos a las puertas del Casino Royale, en Monterrey. Entre 6 u 8 de estos sujetos entraron al negocio de apuestas cargando varios galones de gasolina con los que prendieron fuego al local. En el siniestro murieron 53 personas, incluido el nonato de una mujer embarazada. De acuerdo con informes de la procuraduría de Nuevo León, el grupo delictivo tomó la cruenta decisión de incendiar el casino en su horario de mayor actividad después de que el dueño se negara a pagar una extorsión de 130 mil pesos. La tragedia, una de las más terribles en el contexto de la lucha contra el crimen organizado, destapó una red de concesiones irregulares para la apertura de casinos vinculada a los cárteles²⁰.

¹⁸ <http://www.eluniversal.com.mx/estados/72402.html/> Consulta 29/08/2013

¹⁹ <http://www.jornada.unam.mx/2010/08/26/index.php?section=politica&article=002n1pol/> Consulta 29/08/2013

²⁰ <http://www.excelsior.com.mx/node/763911/> Consulta 29/08/2013

1.4. Consecuencias psicosociales, culturales y políticas.

Especialistas en salud han informado de la aparición del Trastorno de Estrés Postraumático (TEPT) en aquellas personas expuestas de forma constante a la violencia criminal.

El TEPT es un trastorno característico de los soldados que han peleado por largos periodos en las guerras del Medio Oriente.

Al respecto, Mauricio Meschoulam, profesor de la Universidad Iberoamericana, en el "Estudio sobre efectos psicosociales por violencia en México", señala que el 51% de los entrevistados consideró que la violencia afecta a su vida laboral, 72% a la social y 58% a la familiar. Las mediciones del estudio registraron manifestaciones de trastornos varios, como angustia e insomnio frecuentes, irritabilidad y desesperanza²¹.

Por otra parte, en las escuelas del estado Texas, en Estados Unidos, se ofrece asesoría terapéutica a los niños provenientes de Ciudad Juárez. Los menores presentan síntomas de estrés similares a los vistos en los marines que regresan del campo de batalla²².

Rogelio Flores Morales, investigador mexicano, explica los síntomas específicos del TEPT: "cuando aparece un conjunto de síntomas tras la vivencia de un trauma, el afectado no puede sacarse una serie de imágenes de la cabeza y por

²¹<http://www.noticiasfides.com/g/mundo/reportaje-la-violencia-provoca-graves-danos-psicosociales-en-mexico-2158/>
Consulta 30/08/2013

²²<http://www.infobae.com/2011/11/29/1039003-ninos-traumatizados-la-otra-cara-del-narcotrafico/> Consulta 30/08/2013

ello intenta olvidarlas. En ese momento, las pesadillas, el insomnio, la irritabilidad y ciertas somatizaciones hacen su aparición”²³.

En los casos más graves, el TEPT puede conducir al suicidio. Según María E. Medina Mora, directora del Instituto Nacional de Psiquiatría en México, la tasa de suicidio en el país se triplicó entre 1990 y 2011, debido en gran parte – asegura la doctora- a los efectos de la depresión aguda causada por la violencia²⁴.

1.4.1. Derechos humanos

En cuanto a la situación de los derechos humanos y las garantías individuales en México, los organismos más destacados en la materia -a nivel local e internacional- coinciden en señalar el detrimento de los mismos a causa de la guerra contra el crimen organizado.

El informe de las Brigadas Internacionales de Paz en México, publicado en abril de 2013, sintetiza la realidad de los derechos humanos en el país de la siguiente manera:

“La reciente situación de violencia en México, derivada de la estrategia de militarización contra el narcotráfico y el crimen organizado, ha agravado la vulnerabilidad de la población mexicana. Las políticas de seguridad aplicadas por el gobierno no han sido capaces de garantizar la protección de los derechos civiles y políticos de todas las personas”²⁵.

²³<http://revoluciontrespuntocero.com/en-mexico-41-de-los-periodistas-padecen-traumas-de-guerra/> Consulta 30/08/2013

²⁴<http://es.insightcrime.org/noticias-del-dia/violencia-relacionada-a-la-droga-en-mexico-cobra-un-alto-precio-psicologico/> Consulta 30/08/2013

²⁵http://www.peacebrigades.org/fileadmin/user_files/projects/mexico/files/PBI_Publications/Panorama_de_la_Defensa_de_Los_Derechos_Humanos_en_Me%CC%81xi.pdf/ Consulta 30/08/2013

Amnistía Internacional (AI), en su reporte de 2013, hace énfasis en el mismo aspecto del problema, pero señalando la vinculación de los funcionarios con los cárteles de la droga y otros grupos delincuenciales.

“Miembros del Ejército, la Marina y la policía municipal, estatal y federal fueron responsables de violaciones de derechos humanos graves y generalizadas cometidas en el contexto de la lucha contra la delincuencia y acciones realizadas en connivencia con bandas delictivas”, indica el informe²⁶.

En su último reporte, la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) hace el siguiente desglose de quejas y rubros durante el primer semestre de 2013.

Cuatro mil 803 quejas recibidas, con un promedio de 800 por mes, y 26 recomendaciones dirigidas a 33 autoridades. Quejas por detención arbitraria, 688; por trato cruel, inhumano o degradante, 590; por omitir fundar el acto de autoridad, 378; por omitir motivar el acto de autoridad, 355; por obstaculizar o negar las prestaciones de seguridad a que se tiene derecho, 318; y, por omitir respuesta a la petición formulada por cualquier persona en ejercicio de su derecho, 303²⁷.

Asimismo, el Departamento de Estado en Washington, basado en este reporte de la Comisión, destaca el asesinato arbitrario o ilegal de personas en 2012, así como las desapariciones forzadas por Ejército, Marina y policía durante el último sexenio²⁸.

²⁶ <http://www.sinembargo.mx/24-05-2013/630858/> Consulta 30/08/2013

²⁷ <http://www.informador.com.mx/mexico/2013/474801/6/derechos-humanos-recibe-mas-de-cuatro-mil-quejas-en-seis-meses.htm/> Consulta 30/08/2013

²⁸ <http://www.jornada.unam.mx/2013/04/20/politica/011n1pol/> Consulta 30/08/2013

1.4.2. Cuerpos paramilitares, grupos de autodefensa y policías comunitarias

La violencia sin límites de los grupos criminales y la falta de respuesta de las autoridades, o la complicidad de éstas con los agresores, ha empujado a un gran número de poblados –especialmente de los estados del sur- a crear grupos de autodefensa y policías comunitarias para repeler los ataques de la delincuencia.

En respuesta, el crimen organizado se ha conformado en cuerpos paramilitares para enfrentar con mayor fuerza a las comunidades que rechazan su presencia. El empleo de paramilitares por parte de ciudadanos con el fin de responder a los criminales es también una práctica extendida, aunque de menor uso que las autodefensas y las policías integradas por los habitantes de una comunidad.

Un recuento en mayo de 2013 arrojó la existencia de 36 grupos de este tipo, distribuidos en 16 estados del país: Chiapas, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Estado de México, Sonora, Oaxaca, Veracruz, Tamaulipas, Chihuahua, Tabasco, San Luis Potosí, Puebla Quintana Roo y Tlaxcala²⁹.

Algunas de estas agrupaciones fueron acusadas por el gobierno y los grupos criminales de estar financiadas por otros cárteles. En febrero de 2013, el comandante de la Novena Región Militar de Guerrero, Genaro Fausto Lozano, afirmó que existe una “mano que mece la cuna” detrás de la conformación de estos grupos³⁰.

²⁹ <http://www.jornada.unam.mx/2013/05/18/cam-grupos.html/> Consulta 31/08/2013

³⁰ <http://mexico.cnn.com/nacional/2013/03/09/los-grupos-de-autodefensa-en-mexico-una-ventana-para-el-crimen/> Consulta 31/08/2013

En marzo, Raúl Plascencia, titular de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), advirtió sobre el hecho de que los grupos de autodefensa “quebrantan la estabilidad de las instituciones”, sin embargo, agregó que esta situación “en buena medida se explica por la inseguridad, el abandono o la falta de cumplimiento de parte del Gobierno”³¹.

Dos meses después, Roberto Campa, subsecretario de Prevención y Participación Ciudadana, de la Secretaría de Gobernación, declaró que la dependencia afinaba una estrategia para regular las funciones y los alcances de la autodefensa, principalmente en Guerrero³².

La naturaleza contradictoria de estos grupos, que se hallan con un pie afuera de la legalidad pero con otro en el derecho de todo ciudadano a la autoprotección, plantea la necesidad de que el Estado mexicano resuelva la problemática y recupere –lo antes posible- su rectoría en la impartición de justicia y la defensa de sus ciudadanos.

1.5. Drogas y Medios de Comunicación

Para el propósito de esta tesina es importante determinar cuáles han sido las consecuencias de las políticas de comunicación sobre las drogas en torno a la percepción y el conocimiento que se tiene del tema en la ciudadanía y los medios de información.

Delimitar esta parte del problema servirá a señalar aquellos aspectos de la imagen general del asunto, difundida en TV, radio, prensa escrita, y otros

³¹ <http://www.oem.com.mx/eloccidental/notas/n3104680.htm/> Consulta 30/08/2013

³² <http://www.teknologeek.com/2013/05/27/mexico-quiere-legalizar-los-grupos-de-autodefensas/#ixzz2dWdcHMs9/>
Consulta 30/08/2013

medios, que impiden ver el fenómeno del consumo desde la óptica de la prevención y la salud pública.

La política de guerra emprendida por el gobierno de Calderón trajo consigo una visión del consumo de drogas asociada a la criminalidad, sin distinguir que esta parte del problema debía plantearse como un asunto de salud pública.

Y si bien es cierto que la actual política de comunicación de Peña Nieto procura exponer en menor medida la violencia del narco, también lo es que su gobierno no ha dado el viraje necesario hacia la prevención, lo que sigue impidiendo ver el problema del consumo separado del aspecto criminal.

La violencia del poder.- La sobreexposición en los medios de comunicación de los capos detenidos y de los hechos de violencia en general, promovida con interés desde el gabinete de Felipe Calderón, a la larga produjo en el público una percepción sobre el problema contraria a la buscada por el gobierno.

La insistencia en continuar con una estrategia de comunicación basada solo en la propaganda y la publicidad, sin estar sustentada en acciones y resultados concretos, y sin adecuarla a la realidad de una guerra de efectos sociales inesperados, dejaba la impresión de que el gobierno estaba perdiendo la lucha contra el narco, a pesar de que el discurso oficial sostuviera lo opuesto.

A solo tres días de que Calderón entregara la banda presidencial a Peña Nieto, la encuesta de la empresa Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) indicaba que 66% de los mexicanos pensaba que el narcotráfico había ganado la batalla al gobierno panista³³.

³³ <http://www.proceso.com.mx/?p=326393/> Consulta 02/09/2013

La agrupación de México Unido contra la Delincuencia, en su encuesta de noviembre de 2012, señalaba que la opinión de que la estrategia de FCH en contra del crimen era exitosa había caído de 47% en el principio de la administración a 31% al final del sexenio³⁴.

Además de estar desvinculada de la realidad presentada por la lucha contra el crimen, la estrategia de comunicación desarrollada por el equipo de Calderón adoleció de tres errores conceptuales.

1.- Parcelación referencial: centrada la atención en el mandatario como si solamente de él dependiera el éxito o el fracaso de la estrategia -cuando ésta tenía que verse como una acción formal del Estado-, la comunicación de Calderón cayó en el error de la “parcelación referencial”.

“Se procede a una permanente descontextualización social, como si los seres y los acontecimientos fueran autosuficientes, y nada tuviera que ver con nadie”, explica sobre este concepto Daniel Prieto Castillo, especialista en comunicación de masas³⁵.

Al final de su sexenio, el fracaso en alcanzar el gran objetivo de la lucha contra el crimen, que, en términos generales, era eliminar a los cárteles de la droga, o, por lo menos, lograr someterlos, perjudicó menos al presidente que la focalización de la guerra en su persona, situación que hizo ver sus efectos en las baja de las preferencias electorales del PAN en 2012.

2.- Dicotomías: desde el inicio de las operaciones, el presidente planteó la estrategia para combatir al narcotráfico como una guerra que “deberían librar todos los mexicanos” en contra del crimen.

³⁴ <http://www.sdnoticias.com/nacional/2012/11/21/encuesta-nacional-califica-de-fracaso-la-guerra-de-calderon-contra-el-narcotrafico/> Consulta 02/09/2013

³⁵ PRIETO CASTILLO, Daniel.- **Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa**. pp. 47-48.

La creación de este ambiente de beligerancia polarizó al mandatario con otros personajes públicos y sectores de la sociedad que comenzaron a ver los defectos de la lucha contra el crimen.

Ante las críticas a la estrategia por parte de algunos empresarios, el presidente Calderón, en el 61 Foro Nacional de la Industria Química, realizado en octubre de 2010, respondió a sus dichos acusándolos de pagar en impuestos sólo 1.7% de sus ganancias acumulables.

La postura de seguir siempre con el mismo plan, pesara a quien le pesara, sin aceptar la aplicación de otras estrategias, quizá más eficaces, generó en la comunicación del presidente el problema de la dicotomía. “O están conmigo o están con ellos”, parecía advertir a amigos y rivales por igual.

Esta postura excluyó el uso de estrategias preventivas o de información sobre el tráfico y consumo de drogas que hubiesen podido ampliar los frentes de lucha del gobierno contra del crimen organizado.

3.- Redundancia y Enfatización: “al elegir una parte de la realidad a la que se refiere, el mensaje estrecha el campo de los signos que le sirven de explicación, por lo que redundante en el manejo de los datos de referencia con que cuenta, cayendo en la enfatización”, dice Prieto Castillo sobre la redundancia³⁶.

“No es una lucha solo del presidente sino de todos los mexicanos”; “a través de la historia, los mexicanos hemos vencido a muchos enemigos; a éste también lo derrotaremos”; “es una lucha que costará recursos y vidas humanas, pero es una lucha que vale la pena librar”³⁷.

³⁶ *Ibidem*, pp. 136-137.

³⁷ <http://www.eluniversal.com.mx/notas/688034.html>/ Consulta 03/09/2013

Este tipo de expresiones difundidas por el presidente redundaban en el mismo sentido, en la obstinación de seguir con la misma estrategia, sin permitirse ampliar las opciones significativas de su comunicación.

Una variante esencial en su discurso hubiese sido la mención constante -o, al menos, con una frecuencia similar a las acciones punitivas- de la problemática del consumo que comenzaba a crecer a medida que los cárteles se extendían en el país, o reconocer la gran cantidad de muertes a causa de la lucha contra el crimen, y que el presidente –alguna vez- calificó de daños colaterales.

Pese a que al final del sexenio la redundancia se volvía aún más ineficiente ante la elevada criminalidad, Calderón llegó a decir que él había puesto toda su “voluntad y entendimiento para construir el bien común de los mexicanos”³⁸.

Como se verá más adelante, estas tres fallas conceptuales, parcelación referencial, dicotomías, enfatización y redundancia, tuvieron su efecto no solo en la forma de percibir la guerra contra el narco sino también en la manera de ver el problema del consumo de drogas, sobre todo al vincularlo directamente con la criminalidad, en lugar de entenderlo como un asunto de prevención y salud pública.

El poder de la violencia.- A la imposibilidad mostrada por Calderón para persuadir sobre los logros de su estrategia, el crimen organizado opuso la eficacia de su propio sistema de mensajes.

Así, resultó de mayor impacto para la opinión pública el asesinato de alguna autoridad o una masacre de inocentes que la detención de algún jefe del narco vitoreada por el gobierno y los medios de comunicación.

³⁸<http://www.adnpolitico.com/gobierno/2012/11/30/haiga-sido-como-haiga-sido-calderon-termina-su-sexenio/> Consulta 03/09/2013

Entrenados en tácticas de propaganda contrainsurgente, los grupos del crimen organizado saben esperar el momento oportuno para una acción violenta de gran efecto psicológico y social, con el fin de dar el “mensaje” de que ellos, los criminales, conservan el poder de atacar impunemente al Estado y la población.

Además de estos actos, las “narcomantas” y los bloqueos en calles y carreteras tienen el mismo propósito. En el caso de las primeras, la información que contienen sobre sus rivales o algún funcionario ha llegado a capturar la atención –incluso- de los medios norteamericanos.

Así ocurrió en 2010 con las mantas colgadas simultáneamente en 24 ciudades del país, donde los Zetas reclamaban a Calderón una supuesta protección al Cártel de Sinaloa.

Días después, durante la visita de Obama a México en aquel año, la Radio Pública Nacional (NPR) de Estados Unidos reveló que bajo el gobierno de FCH el 44 por ciento de todos los acusados por delitos federales pertenecían a los Zetas y al Golfo, y sólo el 12 por ciento al cártel de Sinaloa³⁹.

El equipo de Calderón vio este tipo de mensajes como si fueran sólo chismes de criminales, cuando en realidad se trataba de los mensajes del enemigo, emitidos con un objetivo particular.

Se necesitaba, pues, de una respuesta oportuna y veraz, que contrarrestara con éxito el efecto de estos actos de violencia y simbolismo, en lugar de hacer como si no existieran o no fueran importantes.

³⁹ REYES TIRO, Roberto Jahaziel y José Antonio O'Quinn Parrales.- “La Comunicación Gubernamental de la Guerra contra el Narcotráfico en México. **Revista Espacios Públicos**. Vol. 16, núm. 36, enero-abril, 2013, pp. 12.

Los estragos de la lucha contra el crimen, sobre todo a finales del sexenio, trajo la debacle de la estrategia de comunicación. Calderón seguía insistiendo en que, si no íbamos ganando la guerra, de cualquier modo la íbamos a ganar, aunque los impactos, tanto de fuego como mediáticos del narco, pusieran en duda su promesa.

A un año de terminar el sexenio, la percepción de más del 60% de la población de que la guerra contra el crimen se había perdido expresaba la desilusión de un gran número de ciudadanos.

La violencia y el delito se hicieron cotidianos en muchas regiones del país, cambiando así las actitudes, conductas y hábitos de la mayoría de la población.

Esto influyó en el surgimiento (o reforzamiento) de distintas manifestaciones sociales y culturales que empezaron a ganar un mercado importante en los *mass media*. En la música, el lenguaje, la moda, el cine y las telenovelas, el narcotráfico puso en primer plano su percepción de las cosas.

De pertenecer a una “especie débil de mensajes” en el entorno social y cultural, los símbolos, estereotipos y clichés del crimen organizado pasaron a integrarse en dicho entorno como una “especie dominante”, según la teoría de masas de Prieto Castillo.

El aspecto del consumo y sus consecuencias en la vida cotidiana se vieron relegadas por el predominio de una imagen de las drogas vinculada estrechamente a los símbolos del poder y la violencia de las organizaciones criminales.

1.5.1. Apología del narco. Actos, símbolos, imágenes, estereotipos, clichés...

A continuación se enlistarán de manera gráfica y con una descripción y comentario anexos algunas de las imágenes, símbolos, estereotipos, etc. que identifican a la llamada narcocultura.



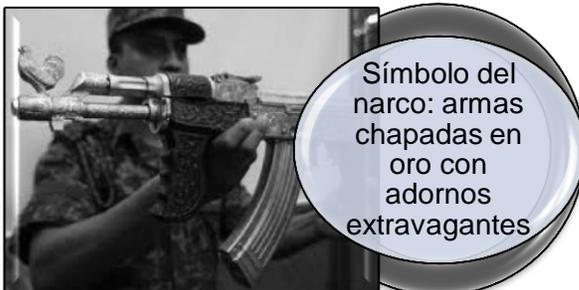
Se observará que esta percepción sobre el asunto destaca los aspectos relativos a la violencia y el poder del crimen organizado, además de estar cubierta de un aura religiosa y un supuesto espíritu justiciero.

Jesús Malverde⁴⁰.- Conocido actualmente como el Santo de los narcotraficantes, Malverde comenzó siendo el “ladrón bueno que robaba a los ricos para dar a los pobres”, según la leyenda que existe sobre el personaje.

El culto nació entre la decadencia del régimen porfirista y los albores de la

Revolución mexicana. La tradición popular cuenta que Malverde, tras ser herido en una balacera, fue apresado y colgado por los hacendados de Sinaloa, en 1909.

Al parecer, la veneración a Malverde por parte de los narcotraficantes



⁴⁰ <http://www.sabiduriadeescalera.com/?p=4348/04/09/2013> Consulta 03/09/2013

surgió de Raymundo Escalante, traficante de Sinaloa, quien al hallarse a la deriva en el mar -después de ser baleado y arrojado al agua por unos sicarios- rezaba a Malverde para pedir su ayuda cuando un pescador lo avistó y lo salvó de morir ahogado.



Cada 3 de mayo, en la capilla que tienen de él en Culiacán, Sinaloa, presuntamente edificada con dinero del narco, sus devotos se reúnen para adorarlo.

Narcocorrido y Movimiento Alterado.- El narcocorrido es una variante del ingenioso y popular corrido mexicano, que en la Revolución ganó voz de mando entre la población para relatar los hechos de sangre y las hazañas heroicas.



El narcocorrido ha existido desde entonces, aunque no será hasta los años 70 cuando sea producido a gran escala y escuchado con mayor frecuencia en las radiodifusoras y ocasionalmente en la televisión.

Los Tigres del Norte (arriba, derecha) son el grupo más exitoso y representativo de este subgénero de la música popular. Con ellos y otros grupos de relevancia, el narcocorrido consiguió su legítima permanencia durante tres generaciones.

Otra cosa es el Movimiento Alterado, que surge en el contexto de la guerra frontal contra el narco para tomar partido –explícitamente- por el bando de los delincuentes.

Mediante una narrativa que no tiene el afán de informar verazmente de los hechos criminales sino de hacer una ostentación de los mismos en primera persona -como si el cantante o el grupo los hubiesen cometido-, y con el uso de un lenguaje que desafía a las leyes establecidas, el Movimiento Alterado hace alarde de la contracara de la violencia: el poder.

Este aspecto de la problemática del narco, la simbiosis del poder y la violencia, es la parte sustancial del marco de referencia vigente en torno a las drogas.

La Santa Muerte.-

Duramente cuestionada por la Iglesia Católica, la adoración a la Santa Muerte o Niña Blanca adquirió una presencia importante en el país a medida que se extendieron los cárteles de la droga.



La Santa Muerte adquiere un cariz aún más siniestro cuando se observa que muchos de sus seguidores pertenecen al crimen organizado, como si éstos usaran el culto para justificar o sacralizar las muertes por las que son responsables.

La balanza, usada en la efigie, simboliza la imagen de una muerte justiciera para una mayoría de feligreses dedicados a matar con el objetivo de vengar traiciones o quitar del camino a sus rivales.

Para sus seguidores, y algunos estudiosos, la Santa Muerte tiene su origen en Mictecacihuatl, la Diosa del Mictlan, región de los muertos⁴¹. En 2005, la Secretaría de Gobernación retiró el permiso al culto.

A pesar de ello, la veneración a la Santa ha crecido en varias regiones del país, sobre todo en aquellos lugares con fuerte actividad del narcotráfico.

Su culto entre una gran parte de la población que no está ligada a la delincuencia puede entenderse como una forma de querer contrarrestar los efectos de la violencia, al intentar aplacar a la muerte expresada en las ejecuciones y demás clases de homicidios.

Cine, telenovelas, moda, humor...



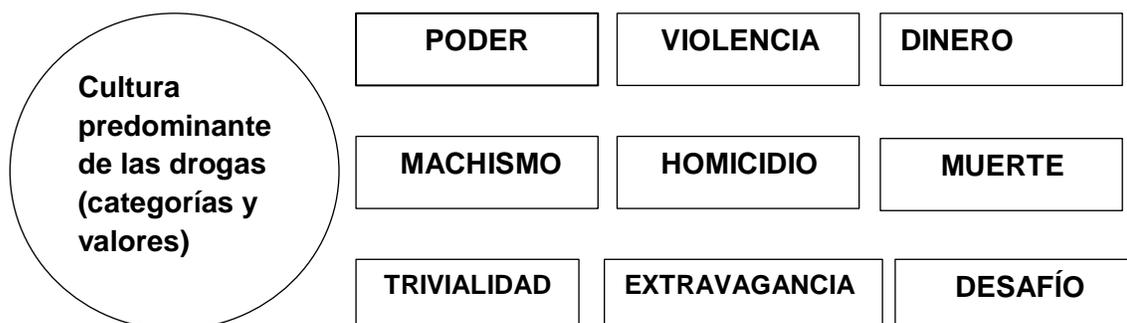
También es posible encontrar los símbolos del narco en distintas expresiones artísticas.

Arriba, a la izquierda, el cartel de promoción de la película *El Infierno*, donde se observa, en el personaje del sicario, una actitud de cinismo y arrogancia, asociada, en la misma imagen, con el poder de la violencia y el dinero. En el centro, los símbolos del narco en la moda de las uñas largas y decoradas. A la derecha, el poster del documental *la Narco Cultura* -recientemente estrenado en el Festival de Sundance- donde se cuestiona la vanagloria del narcotráfico.

⁴¹ http://www.udlondres.com/revista_psicologia/articulos/stamuerte.htm/05/09/2013



A partir de esta exposición general de los símbolos de la narcocultura es posible definir un primer cuadro de categorías y valores del marco de referencia que predomina sobre las drogas.



Los mensajes provenientes de este esquema referencial se han posicionado en el entorno mediático y sociocultural como “especies de mensajes dominantes”, mientras que los relativos a la salud pública, la prevención del consumo y la información responsable, se han reducido a “especies débiles”.

A partir del conocimiento de dicho entorno será posible construir el marco de referencia alterno que contenga valores y categorías opuestas o distintas.

Asimismo, este nuevo marco servirá de base conceptual para la creación de los mensajes informativos y de prevención que puedan penetrar en la audiencia de las redes sociales y convertirse en “especies dominantes”.

1.6. **La “mediación” de los medios.**

En el proceso de experimentar y percibir la realidad, individuos y sociedades requieren de modelos o patrones de explicación para unificar y dar sentido a los sucesos de la vida cotidiana.

En distintas épocas de la historia, la construcción y provisión de estos modelos ha corrido a cargo del Estado, la Iglesia, los Reyes, líderes, grupos de opinión, gremios, cofradías, etc., que, de este modo, se constituyen en las instituciones “mediadoras” entre la realidad y los integrantes de una sociedad.

A comienzos del siglo XX, y hasta nuestros días, los Medios de Comunicación Masiva (MCM)⁴² son –en la mayoría de las ocasiones- los mediadores de mayor influencia en la población y en las mismas instituciones que alguna vez fueron las mediadoras dominantes.

Ante los acontecimientos de carácter público, a los MCM les corresponde la tarea de explicar y comunicar a las audiencias –de forma inmediata- las causas y los efectos de dichos sucesos.

Para ello se valen de marcos de referencia que contienen –de manera preestablecida- valores, categorías, códigos, estructuras, etc. que describen y califican los sucesos en una determinada dirección.

⁴² SERRANO, Martín.- “La Mediación de los Medios de Comunicación”. **Sociología de la Comunicación de Masas.** (De Moragas Spa, Miguel). España, p.145.

Si los MCM seleccionan un marco de referencia tradicional, adecuarán el suceso a este marco, y ofrecerán a las audiencias una percepción sobre lo ocurrido en conformidad a ciertos paradigmas o estereotipos.

Si, en cambio, los medios eligen un marco de referencia alternativo, o “innovador”, significa que han modificado el viejo marco y creado uno nuevo para entender la realidad, lo que causará el desconcierto o la aceptación del público, dependiendo de las circunstancias específicas del receptor.

1.6.1. De una mediación tradicional a una alternativa.

Normalmente, los medios de comunicación emplean un marco de referencia estable o tradicional para explicar la realidad, con el fin de asegurar –en la medida de lo posible- la recepción positiva de las audiencias.

El tipo de mediación entre los hechos y los individuos que realizan los MCM se conoce como “mediación conservadora”, de acuerdo con el español Martín Serrano⁴³.

En la mayoría de los casos, esta mediación cumple cabalmente con el objetivo de informar al público sobre las características de un determinado suceso, pero en ocasiones, si el hecho que concierne a los medios no empata con el marco de referencia tradicional, se puede caer en la tergiversación o distorsión de los acontecimientos.

Propietarios y trabajadores de los *mass media* insisten en el uso de un marco estable, o en realizar una mediación conservadora, por tres motivos principales: a) compromisos comerciales o políticos que condicionan el enfoque de la

⁴³ *Ibidem*, p. 146.

noticia; b) convenciones sociales y culturales que impiden ver el acontecimiento social con “nuevos ojos”; y c) condiciones de producción que requieren de soportes fijos de decodificación.

“Desde el reino de ‘todo lo que sucede’, nos vamos al terreno de ‘todo lo que es dicho’, siendo ésta una realidad restringida (no todo lo que sucede es dicho) y claramente definida (lo que sucede puede referirse a un sistema de conceptos o categorías de valor, acordes a los modelos del mundo compartidos por el emisor y la comunidad)”⁴⁴.

En relación con el tema de las drogas, la mediación tradicional de los medios parcializa, o sólo considera, el aspecto criminal (narcotráfico, poder, violencia, muerte, etc.), redundando en las variantes de dicho aspecto y generalizando sus rasgos en la descripción global del problema.

Sin embargo, las mediaciones “conservadoras” conllevan la tendencia a transformarse cuando llega el momento en que son insuficientes para explicar y comunicar la realidad que les ocupa.

De acuerdo con Prieto Castillo, medios y población pueden estar preparados para entender de una forma distinta algún suceso “cuando las percepciones empiezan a salirse de los cauces en las que fueron contenidas y la fuerza de los acontecimientos conducen hacia un replanteamiento de las pautas de conducta y de los valores ”⁴⁵.

En esta tesina se sostiene que, en México, sobre el asunto de las drogas, “las percepciones –en efecto- comienzan a salirse de los cauces”, y que los

⁴⁴ SÁNCHEZ CARRIÓN, J. J. y Ma. Dolores Ongil González.- “La Construcción Social de una Realidad”. El Imperio de la Droga. p. 112.

⁴⁵ PRIETO CASTILLO, Daniel.- **Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa**. pp. 47-48.

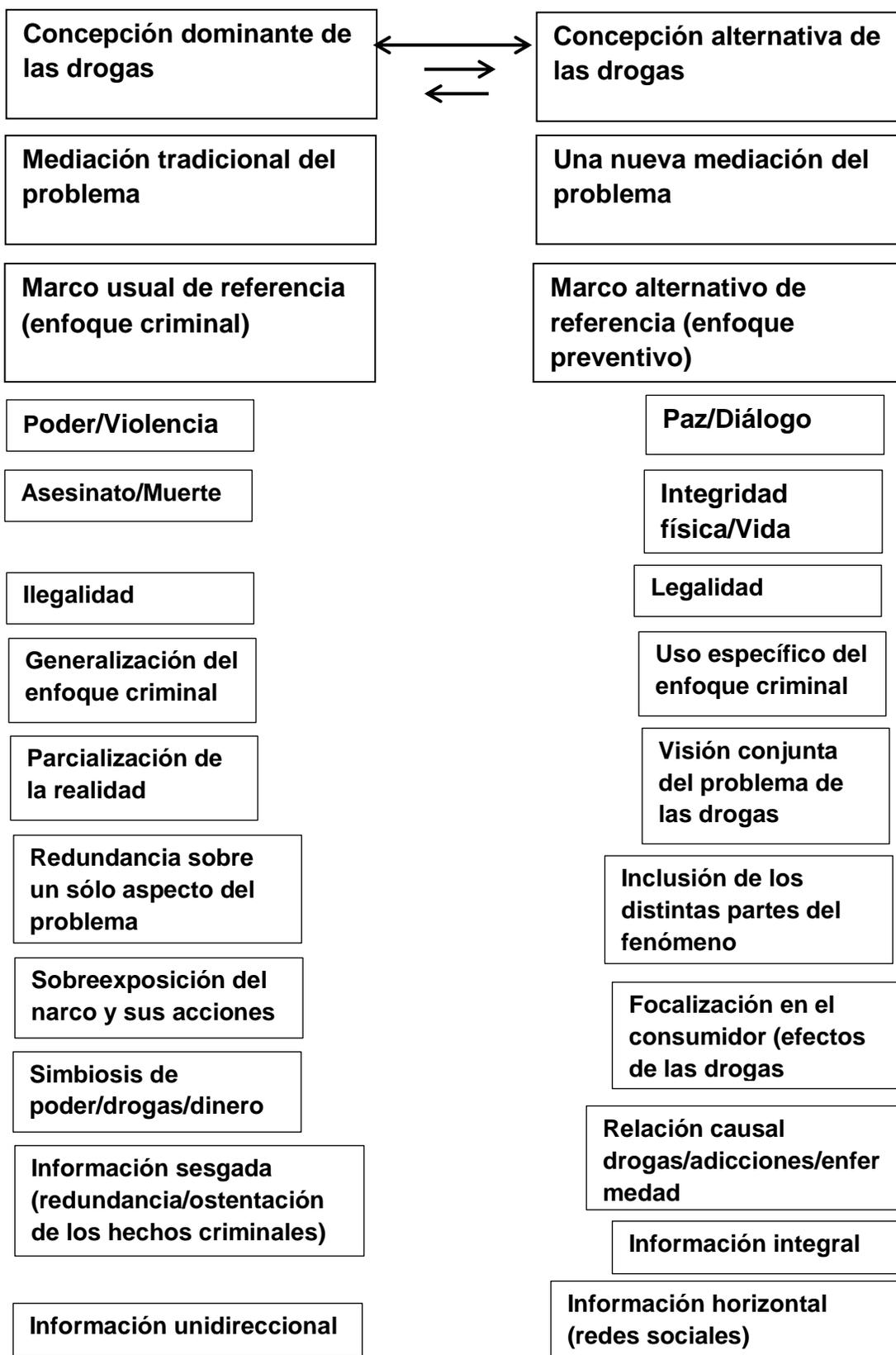
“valores” y las “conductas” acerca del tema comienzan a cambiar, o, por lo menos, a buscar orientaciones distintas sobre el tema.

Como se apuntó en el apartado sobre la comunicación política del gobierno de Calderón, la percepción generalizada de que la guerra contra la criminalidad se había perdido, implicaba la creencia de que el método usado contra ella, si bien tenía un fin loable, había sido ineficaz, por lo que resultaba pertinente buscar otras vías que complementaran y volvieran más efectiva la lucha contra el crimen.

Para los fines de esta tesina, dichos caminos se hallan en la información, la salud y la prevención, ejes principales de las categorías y los valores del marco de referencia alterno sobre las drogas.

En algunos casos, dichas categorías no sólo contrarrestan sino complementan los valores y las categorías del marco vigente.

En un cuadro comparativo de ambos esquemas tenemos el siguiente resultado (página siguiente).



De las categorías y valores que integran la nueva mediación se desprenderán las ideas básicas de los mensajes alternativos.

Por otra parte, siguiendo con la teoría de las mediaciones de E. Serrano, una mediación “innovadora” requiere de un “soporte técnico” particular, es decir, de un medio de comunicación específico que se adecue a las demandas informativas del nuevo marco de referencia.

En el siguiente capítulo se exponen las propiedades conceptuales y técnicas de las llamadas redes sociales (Facebook y blogs), el medio de comunicación idóneo para el empleo de la nueva mediación en torno a las drogas.

CAPÍTULO II

Capítulo II

Los nuevos medios de comunicación: internet y redes sociales

Si en la actualidad existe algún medio de comunicación que realice una mediación “innovadora” sobre los grandes temas de la sociedad contemporánea, éste es, sin duda, Internet y las redes sociales.

En los últimos 15 años el uso de la Red se ha extendido a una gran cantidad de actividades humanas, cambiando las formas y los contenidos tradicionales de la comunicación masiva e interpersonal.

Transacciones comerciales, información diversa, mensajes personales, noticias instantáneas, denuncias ciudadanas, solicitudes de ayuda a la opinión pública, mensajes multimedia, educación, son sólo algunos de los usos de este importante medio.

Antes de pasar al desarrollo de estos aspectos es necesario –por motivos de exposición- hacer un breve recorrido por la historia Internet.

2.1. Antecedentes históricos

El intercambio de información científica, una de las características principales de Internet, fue una de las razones fundamentales de su creación.

En 1966, Robert Taylor, director de la IPTO (Oficina para las Tecnologías de Procesado de la Información del Departamento de Estado en E. U.), planteó la

necesidad de crear un sistema de intercambio entre los investigadores que trabajaban sobre un mismo tema y que estaban distribuidos en distintas partes del mundo⁴⁶.

La ARPA (Agencia para Proyectos de Investigación Avanzados, dependiente de la IPTO, hoy en día DARPA) sería la encargada de comenzar el proyecto.

Por pertenecer a esta Agencia, la primera red fue llamada ARPANET, que luego se convertiría en Internet. La red pronto incluiría satélite, redes terrestres de radiopaquetes y otras redes⁴⁷.

A continuación se desglosan los momentos más importantes en el desarrollo de Internet desde 1962⁴⁸.

1962: Primera descripción de las interacciones sociales habilitadas a través de la red. Una serie de memorandos escritos por J.C.R. Licklider, en agosto de 1962, en los que describe su concepto de “Red Galáctica”.

1968: en agosto de 1968 se definieron la estructura y las especificaciones de ARPANET (la prime red).

1969: En septiembre de 1969, BBN instaló el primer IMP en UCLA y se conectó el primer host. Un mes más tarde, cuando el SRI se conectó a ARPANET, se envió el primer mensaje de host a host desde el laboratorio de Kleinrock.

1983: Transición del protocolo de host de ARPANET de NCP a TCP/IP, el 1 de enero de 1983. Fue una transición “histórica”, que exigió que todos los hosts se

⁴⁶ <http://www.monografias.com/trabajos24/internet-caracteristicas/internet-caracteristicas.shtml#quees#ixzz2eSNpXiZF>
Consulta: 09/09/2013

⁴⁷ <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet#LGR67> Consulta:09/09/2013

⁴⁸ Idem.

convirtieran simultáneamente para no tener que comunicarse a través de mecanismos especiales.

1985: En 1985 Internet ya estaba bien establecida con una amplia cobertura entre investigadores y desarrolladores, y empezaba a ser usada por otras comunidades para comunicaciones diarias. El correo electrónico ya se usaba ampliamente entre varias comunidades, a menudo con diferentes sistemas.

1984-1985: El programa británico JANET (1984) y el estadounidense NSFNET (1985) anunciaron que darían servicio a toda la comunidad de la educación superior, sin importar la disciplina.

1988: En 1988, un comité del Consejo Nacional de Investigaciones, en Estados Unidos, presentó un informe encargado por la NSF titulado “Hacia una red de investigación nacional”. Este informe influyó en el entonces senador Al Gore, y marcó el comienzo de las redes de alta velocidad que fueron la base de la futura autopista de la información.

1989: ARPANET termina. Sir Tim Berners-Lee crea la World Wide Web (WWW), lo que hoy conocemos como la Internet moderna. La WWW (Red Mundial) o la “Red”, es una contraseña que sirve para conectar páginas de hipertexto computarizado o portales o páginas de la red.

1997: La red doméstica de Alta Velocidad fue presentada en 1997 con el módem de cable. Para 2001 las suscripciones al cable y DSL rápidamente superaron a las de marcado telefónico.

1998: Google nace como un proyecto de doctorado en la Universidad de Stanford. Page y Brin, los creadores, comprobaron que la página más relevante

en la red era aquella con la mayor cantidad de conexiones con otras –también- altamente relevantes.

2006: Se contabilizan 6 billones de personas que utilizan la red en todo el mundo. Los usos se diversifican por medio de páginas, redes sociales, educación, comunicación directa, transacciones comerciales, etc.

En cuanto a la historia particular de México, Fernando Gutiérrez, Director del Departamento de Comunicación, la relata de forma precisa en su página de internet. Aquí un resumen⁴⁹.

1.- La historia de Internet en México inicia en 1989, cuando el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey estableció el primer enlace con la red de la National Science Foundation (NSF), a través de la Escuela de Medicina de la Universidad de Texas, en la ciudad de San Antonio (UTSA).

2.- Un segundo nodo fue establecido entre el Instituto de Astronomía de la Universidad Nacional Autónoma de México, y el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR) de Boulder, Colorado, en Estados Unidos.

3.- El 20 de enero de 1992 fue creada Mexnet, asociación civil que promovió la discusión sobre las políticas, estatutos y procedimientos que habrían de regir el desarrollo de la red en México.

4.- En 1993, la Universidad de las Américas desarrolló la primera página de Internet.

⁴⁹ <http://www.fergut.com/wordpress/sobre-internet/la-evolucion-de-internet-en-mexico-y-su-impacto-en-el-ambito-educativo-de-1986-a-2006/> Consulta 10/09/2013

5.- En 1994 fue creada RedUnam, con el fin de comercializar el servicio de conexión. RedUnam fue el primer abastecedor de servicios de Internet.

6.- El 6 de febrero de 1995, el periódico La Jornada apareció por primera vez en la Web, demostrando las nuevas posibilidades de Internet.

7.- En diciembre de 1995 se nombró oficialmente al ITESM como Centro de Información de Redes en México (NIC-México). Desde entonces personal dedicado en el Campus Monterrey se encarga de asignar las direcciones IP y los dominios ubicados bajo “.mx”.

8.- De octubre de 1995 a enero de 1996, se agregaba un promedio de 30 dominios por mes. En 1997 ya existían más de 150 proveedores de acceso a Internet en México.

9.- El primero de septiembre de 1996 fue habilitado el sitio oficial de la Presidencia de la República, en el marco del Segundo Informe de Gobierno del Presidente Ernesto Zedillo.

Otra fuente especializada en asuntos de Internet señala la introducción de la llamada Banda Ancha, la red de Alta Velocidad, en 1997, con el módem de cable⁵⁰.

Un estudio realizado en 2013 apunta que en México existen 45.1 millones de usuarios de Internet, mientras que en 2006 eran 20.2 millones, es decir, en un lapso de seis años la cifra se duplicó⁵¹.

⁵⁰<http://www.getconnectedtoday.com/es/history> Consulta 10/09/2013

⁵¹<http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/mexico/2013/06/04/habitos-de-los-usuarios-de-internet-en-mexico-2013/> Consulta 11/09/2013

2.1.1. La importancia de Internet en México.

Actualmente, con casi 41 millones de usuarios, México se ubica como el segundo país con mayor penetración de Internet a nivel mundial, aun cuando la cobertura de los servicios de la Red no alcanza al 50% de la población⁵².

El boom de Internet en nuestro país ocurre de octubre de 1995 a enero de 1996, cuando surgen un promedio de 30 páginas por mes. En 1997 ya existían más de 150 proveedores del servicio ubicados en las principales ciudades del país: México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca, etc.⁵³

Un repunte importante en el uso de la Red tiene lugar entre 2011 y 2012. De acuerdo con una encuesta del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), elaborada en 2012, el número de usuarios y de hogares con computadora creció alrededor 8.9% respecto al año anterior⁵⁴.

Para 2013, el pago por el servicio de banda ancha tuvo un incremento de 114 nuevos usuarios por cada mil habitantes, lo que representó un aumento del 16.4 %. Cabe destacar que el uso de Internet por medio de dispositivos móviles (laptops, celulares, tablas) alcanzó al 58 % de los usuarios⁵⁵.

La relevancia de este medio en México también se refleja en un aumento de personas dedicadas a la venta en Red. Según Francisco Ceballos, director de

⁵² <http://www.eldiarioexterno.com/internet-en-mexico-historia-y-41255.htm> Consulta 10/09/2013

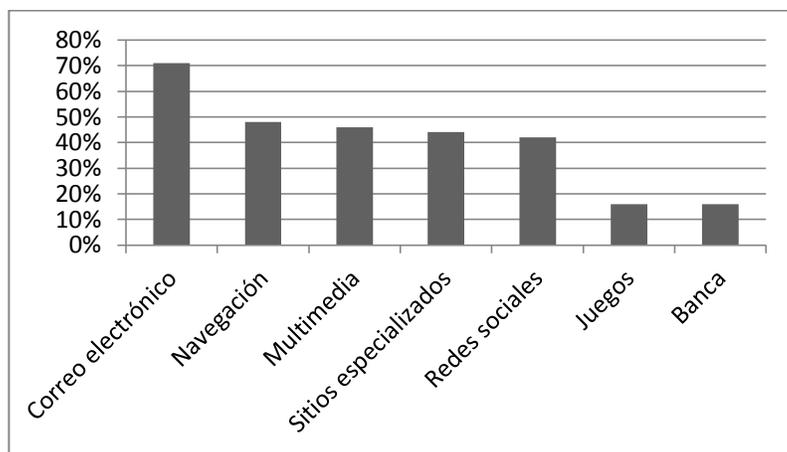
⁵³ ⁵³ <http://www.fergut.com/wordpress/sobre-internet/la-evolucion-de-internet-en-mexico-y-su-impacto-en-el-ambito-educativo-de-1986-a-2006/> Consultado: 10/09/2013

⁵⁴ <http://www.wradio.com.mx/noticias/economia/destaca-inegi-y-cofetel-importancia-del-internet-en-mexico/20121129/nota/1803927.aspx> Consulta 11/09/2013

⁵⁵ <http://www.eldiarioexterno.com/internet-en-mexico-historia-y-41255.htm> Consulta 10/09/2013

Mercado Libre México, unas 11 mil personas dejaron su trabajo para dedicarse a las ventas entre 2012 y 2013⁵⁶.

En cuanto a los usos específicos de la Red, en 2012 se reportó que la mayoría de los usuarios utiliza Internet para servirse del correo electrónico. En segundo lugar se encuentran las redes sociales, con la variante de que cada uno de los internautas tiene cuentas en Facebook, Google, Twitter y YouTube⁵⁷. En la siguiente tabla se observan los tipos de uso de 2013.



Jóvenes.- Este es el segmento de la población que usa con mayor frecuencia Internet, y el que mejor sabe utilizarla. Podría decirse, con toda justicia, que la generación de los 12 a 18 años es la generación de la Red.

El repunte generalizado de Internet en 2011 alcanzó un pico importante en esta parte de la población. Un estudio realizado por la cadena CNN en México reveló que el 40% de los usuarios estaba compuesto por jóvenes menores de 18 años, 5 millones de éstos con menos de 11⁵⁸.

⁵⁶ Idem.

⁵⁷ Idem.

⁵⁸ <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/07/05/los-mexicanos-perciben-a-internet-como-una-herramienta-politica>

Consulta 11/09/2013

El estudio de Hábitos y Percepciones de los Mexicanos sobre Internet, elaborado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), publicado en 2013, estimó en 12.2 millones los usuarios entre 12 y 18 años de edad en el año anterior.

Los jóvenes entre dichas edades dedican al uso de la Red 4 horas 9 minutos al día, y uno de cada dos permanece conectado entre 2 y 5 horas. 94% ven videos; de éstos, 74% son musicales; 67 son videos cortos; 51 películas; 39 conciertos; y 38 series⁵⁹.

Este segmento es el más activo en las redes sociales al constituir el 86% del total de los usuarios en esta modalidad de los servicios de Internet. Para el 85% de los jóvenes involucrados en las redes, éstas son su principal fuente de información.

Por otra parte, el uso constante de Internet causó el incremento en el empleo de los dispositivos móviles que conectan a la Red. 64% de los jóvenes usuarios de la Red emplean teléfonos inteligentes, tabletas y LapTops. 32% utiliza estos dispositivos en lugares de acceso público y 17% en la calle⁶⁰.

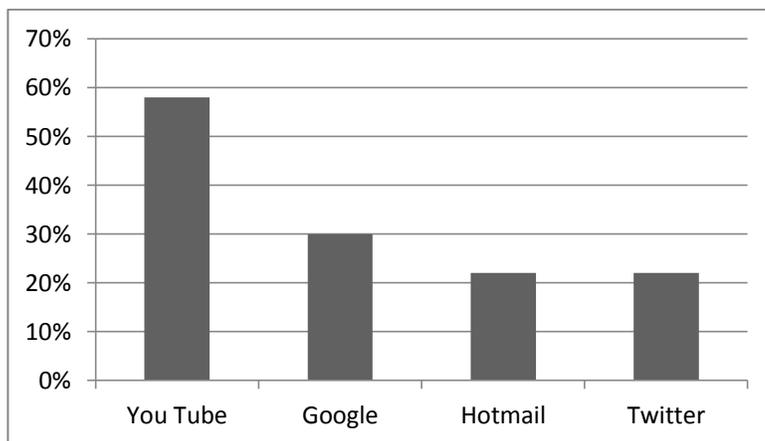
En cuanto al uso de las redes sociales, un 98% está registrado en Facebook, 69% en Twitter y 19% en Metroflog.

En la siguiente tabla se observa el porcentaje en el uso de cada uno de los servicios de red social más comunes en el país⁶¹.

⁵⁹ <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/tecnologia/internet/item/49117-habitos-en-internet-de-los-adolescentes-mexicanos> Consulta 11/09/2013

⁶⁰ Idem

⁶¹ <http://thepoint.mx/www/2013/08/12/adiografia-de-los-jovenes-en-mexico-2013-segun-millward-brown/#sthash.PlmQfqWv.dpuf> Consulta: 11/09/2013



Resulta importante enfatizar el lugar que ocupan los jóvenes en el uso de Internet, ya que ellos son los principales receptores y, al mismo tiempo, los alimentadores de la novedosa mediación llevada a cabo por la Red. Podría asegurarse que dicha mediación no sería posible sin la existencia de estos nuevos usuarios.

2.2. Características generales y específicas de Internet y las redes sociales.

En el Capítulo I se mencionó el papel de algunas instituciones en el proceso de mediar entre la realidad y los individuos para ofrecer un marco de referencia que de sentido a los hechos políticos, sociales, culturales, etc.

Esta forma de interceder en la comprensión de la experiencia individual y colectiva es conocida por los sociólogos de la comunicación como mediación.

En nuestra era, una de las mediaciones con mayor influencia en las sociedades es la que realizan los Medios de Comunicación Masiva (MCM). TV, radio, prensa, cine, etc. orientan a millones de audiencias en la forma de interpretar y actuar sobre los acontecimientos de la vida diaria.

Sin embargo, en los últimos 15 años viene desarrollándose a gran escala un medio de comunicación que, para llevar a cabo su función mediadora, requiere –en la mayoría de los casos- de la participación directa de los receptores.

Internet, pero en particular las redes sociales (su variante más popular), dependen de esta intervención directa de los usuarios, no sólo para proveer de contenidos sino también para lograr el funcionamiento mismo de la Red.

De este modo, la mediación tradicional de los *mass media*, caracterizada por una relación vertical entre emisor y receptor, en las redes sociales se transforma en una mediación “innovadora”, cuya base está en la relación horizontal entre quien produce el mensaje y quien lo recibe.

En las redes es cosa probada que el mensaje de un particular sobre alguna situación de interés público tiene el potencial de convertirse en un mensaje masivo sin la necesidad del uso de las grandes estructuras de los medios tradicionales.

El mensaje que consigue la atención y la reproducción de otros usuarios lo hace por consenso, y no por tener a su disposición una audiencia cautiva que consume pasivamente los mensajes.

Esto, a su vez, crea una relación inédita entre el individuo y la masa, donde el primero logra constituirse en una expresión fiel de las tendencias de la segunda, y, ésta, la masa, consigue hacerse visible a través de su individuación.

Enseguida se exponen otras características mediáticas que hacen de Internet y redes sociales el medio de comunicación más singular de los últimos años.

Memoria y tiempo.- A través de Internet, los hombres y mujeres de hoy tienen acceso a un sin fin de acontecimientos del pasado y el presente, así como a las ideas del futuro, de forma inmediata, como quizá en ninguna otra época había ocurrido.

Instantánea y simultáneamente, los individuos del comienzo de este milenio pueden conocer y almacenar los datos que construyen sus historias, las de la comunidad universal, su familia y país.

Este hecho cobra mayor interés cuando se relaciona con los jóvenes, quienes a una edad de 12 años (según las estadísticas mencionadas) comienzan a hurgar en ese mar informativo que combina en un mismo plano distintos tiempos.

Esta ventaja dada por la Red amplía la percepción del individuo sobre sí y su circunstancia. La vida personal comienza a ser vista a través del lente de las generaciones pasadas y las posibilidades de la futura.

En alguna medida, los hechos del tiempo presente comienzan a ser valorados a partir de los ocurridos a una distancia de mediano y largo plazo, y éstos, reunidos en un instante, empiezan a ser medidos en relación con el presente.

Inmediatez y simultaneidad.- El acceso a la información relativa a distintos tiempos se realiza de forma inmediata y simultánea. En cuanto a la información generada en el presente, la misma puede ser consultada al momento mismo en que ocurre el hecho que la genera, es decir, de manera instantánea.

Por otra parte, la inmediatez en el acceso a la información puede ser obtenida por vías simultáneas de comunicación. En un mismo lapso de tiempo la información puede ser consultada a través de audio, video, texto, gráficos,

comunicación directa (chats, llamadas, etc.), que amplía en gran medida el contexto del tiempo y el espacio.

Multimedia/multidimensionalidad.- La combinación de diferentes tiempos y medios de expresión en el acceso a determinado tipo de información, ofrece al usuario la posibilidad de tener un conocimiento y una percepción multidimensionales. Esto implica que el usuario pueda entender el suceso que le interesa desde distintos marcos de referencia.

Por otra parte, la circulación horizontal de la información en las redes permite que los distintos aspectos de un tema o las diferentes interpretaciones del mismo se establezcan en una relación de “igualdad”, es decir, en una misma dimensión.

Pluralidad.- La usencia de un control central sobre Internet y las redes sociales favorece la libre circulación de una gran diversidad de conceptos, creencias, prácticas, conductas, etc., como en ningún otro medio de comunicación.

En muchas ocasiones esta libertad degenera en la trivialidad de los temas, en las opiniones sin fundamento o en las agresiones a particulares.

No obstante, en la Red prevalecen los comentarios ingeniosos sobre algún acontecimiento o personaje público, la sátira como una forma de la crítica, la propuesta política o cultural, los grupos de interés sobre algún tema en específico, las inquietudes meramente personales, o la simple anécdota de la vida cotidiana.

Y el caos generado por esta circulación diversa y continua de mensajes puede ser orientado a través de algún asunto de interés general promovido por una persona o un grupo de internautas.

La pluralidad, entonces, adquiere un cauce común para la denuncia o el señalamiento de algún suceso que pasó desapercibido, o fue censurado, por los grandes medios de comunicación.

Acceso a la información.- El acceso a la información tiene que ver con el derecho de los ciudadanos a conocer del gobierno los resultados de su gestión. En México, el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) se encarga de solicitar a las instituciones la información requerida por este mismo instituto o particulares.

Internet ha sido un instrumento invaluable en la operación de este servicio al convertirse en el conducto preferido de los usuarios para realizar las solicitudes al IFAI, y el de éste, para dar a conocer la información enviada por las instituciones del gobierno.

Sin embargo, el acceso a la información, en el caso de Internet y las redes sociales, se traslada a la posibilidad de los usuarios de acceder a una gran variedad de datos, hechos y concepciones de la realidad que, por otro medio, resultaría casi imposible hacerlo.

En este sentido, los usos de Internet y las redes sociales se vinculan de forma intrínseca a la consolidación de una sociedad informada y, por ello, más responsable.

Bajo costo.- En comparación con otros países, el acceso a Internet en México aún mantiene costos relativamente elevados, con una cobertura que no llega ni al 50% de la población.

Sin embargo, esta misma situación genera que los precios por publicidad sean más bajos que los presentados por la televisión, las radiodifusoras y la prensa

escrita. De igual forma, el acceso a la mayoría de los servicios que ofrece la Red son gratuitos o de muy bajo costo.

La apertura de cuentas en Facebook y Twitter –por ejemplo- aún se mantienen gratuitas, y el pago del dominio por la instalación de una página oscila sólo de 300 a 400 pesos por año.

A continuación se desglosan los servicios concretos de Internet y las redes sociales por los cuales ocurren los procesos de comunicación señalados⁶².

1.- Correo electrónico: este es el servicio de la Red más usado en México y el segundo en el mundo después del empleo de los sitios.

Las empresas más requeridas para proveer de este servicio son Outlook Express y Hotmail. En la actualidad el servicio de correo es gratuito, aunque hay empresas especializadas que ofrecen un servidor exclusivo para las empresas que utilizan el correo de forma constante.

El e-mail permite enviar y recibir mensajes desde y hacia cualquier lado y cualquier persona, siempre y cuando se cuente con conexión a Internet.

2.- Chat: este es un programa igualmente popular, desarrollado en 1988 por Jarkko Oikarinen. El chat es una de las formas instantáneas de la comunicación más usadas en la Red.

⁶²<http://www.monografias.com/trabajos24/internet-caracteristicas/internet-caracteristicas.shtml#quees#ixzz2eSirJfYI>
Consulta 09/09/2013

Su empleo ha generado un lenguaje particular semejante a un código, por el cual los usuarios logran comunicarse a través de textos más o menos cortos, y –si es requerido- por medio de video y audio.

En los últimos años, el chat ha cobrado gran importancia en los lugares de trabajo que cuentan con áreas divididas en oficinas y departamentos, aunque su uso más común es para la conversación casual.

3.- Foros: Son espacios de páginas Web en que los usuarios pueden postear o publicar ideas sobre algún tema en debate abierto. Este servicio es recurrente en los grupos especializados en algún asunto.

4.- El fotolog: Parecido al foro, en el fotolog los posts o los textos, en lugar de tratar sobre un tema, giran en torno a una foto o video de alguien o de alguna realidad. El fotolog cobró importancia en la captura de imágenes sobre el Tsunami en Tailandia, en 2004.

5.- Páginas Web: algunas empresas proveedoras de Internet ofrecen “hospedaje” (hosting) a personas u otras empresas que quieren configurar su propia página web.

Las páginas se han vuelto indispensables para la mayoría de las empresas que ofrecen algún servicio directo a sus clientes, como las agencias de viajes, los hoteles, las librerías, las tiendas de aparatos eléctricos, bancos, etc. Las compras hechas en internet siempre se realizan por medio de alguna página.

Otro segmento importante que recurre a la creación de páginas es el educativo. No hay universidad, preparatoria, primaria, o instituto de investigación que no tenga una página para dar a conocer su producción académica o sus servicios.

También comienzan a crecer las páginas personales que tienen como vínculo el nombre mismo de la persona. En la mayoría de los casos se trata de páginas de investigadores, actores y otros personajes públicos que pueden usar su nombre como una forma de promoción.

Pero quizá el segmento de empresas y particulares que más emplean la modalidad de los sitios Web es el compuesto por periodistas y medios de comunicación. Televisoras, radiodifusoras y prensa escrita tienen a Internet como un recurso indispensable en sus servicios de información.

6.- Redes sociales (Facebook, Twitter, blogs y otros): Este recurso es el más empleado por la mayoría de los usuarios de Internet. Aquí caben en un mismo plano de jerarquías tanto el comentario especializado como la opinión o el tema más triviales. Dependerá del interés de los internautas, y del momento específico, para que un mensaje u otro ganen el predominio en las redes.

La diversidad de los temas y los distintos niveles de comunicación en las redes sociales ofrecen un universo tan amplio de significados que es frecuente el caos informativo a la par que la satisfacción de casi cualquier necesidad de información.

Esto implica el acceso a un gran número de marcos de referencia en torno a un mismo tema o acontecimiento. Conceptos y valores creados por individuos o comunidades que eventualmente consiguen constituirse en marcos de referencia alternos a los utilizados por los grandes medios de comunicación para explicar algún suceso.

Desventajas.- Al igual que cualquier tecnología, Internet presenta ciertas desventajas de tipo económico y social que a continuación se enlistan.

1.- La comunicación interpersonal directa está siendo sustituida por la comunicación en Internet y redes sociales.

Esta situación causa un mayor conflicto entre las generaciones con una edad de 30 años en adelante que en las generaciones más jóvenes. Algunos especialistas consideran que los niños y adolescentes alternan con más facilidad la realidad y el mundo virtual propio de las computadoras e Internet.

Por otra parte, en el caso de una conversación virtual entre personas que se conocen físicamente, y que tienen un trato íntimo o cotidiano (familiares, esposos, vecinos, compañeros de trabajo), la comunicación en la Red se vuelve paralela a la que se tiene físicamente, lo que influye en la dinámica de las relaciones.

2.- Quizá el desafío más importante que presenta Internet es la piratería. La copia de obras literarias, musicales, audiovisuales o de software, al mismo tiempo que representa una práctica de acceso a la información, es también una violación a los derechos de autor.

Actualmente, las legislaciones más recientes a nivel internacional y local tratan de regular esta actividad.

3.- El comercio electrónico, que, aun cuando se ha visto incrementado en Internet, presenta desventajas a la seguridad de la transacción realizada. La consolidación de esta actividad dependerá del avance tecnológico de la Red y de las nuevas legislaciones sobre el tema.

4.- El anonimato, que permite al usuario resguardar su identidad en el caso de lanzar un mensaje de contenido político o social, también puede provocar la

desconfianza de los internautas y ser solo una argucia para el engaño o la comisión de algún delito.

5.- El carácter inapropiado o no de un contenido está intrínsecamente relacionado con los legítimos intereses y gustos de cada uno de los usuarios.

Sin embargo, en el caso de las audiencias de niños y adolescentes, la libertad de acceso indiscriminado a toda clase de contenidos puede acarrear daño a terceros.

La pornografía, la exhibición de conductas antisociales y las agresiones físicas y verbales (el bulling) son temas que comienzan a ser regulados por los gobiernos y algunos proveedores de Internet.

2.3. Fenómenos de comunicación Internet y las redes sociales.

El acceso masivo a las redes sociales y la libertad informativa que este medio ofrece a amplios segmentos de la población ha permitido la acción directa de la sociedad civil en asuntos de interés público que tradicionalmente quedaban en manos de la clase política y los medios tradicionales de comunicación.

Tal es el caso de distintos movimientos sociales de Medio Oriente, Europa y Estados Unidos que han hecho de las redes sociales una herramienta clave para la difusión de las ideas y la organización de las protestas.

A continuación se presenta una síntesis de los fenómenos más relevante a este respecto, en México y el mundo.

La primavera árabe.- Entre diciembre de 2010 y junio de 2011 ocurrieron en Medio Oriente una serie de revueltas pacíficas conocidas en el mundo como “la primavera árabe”.



Túnez, Argelia, Líbano, Jordania, Mauritania, Sudán Omán, Arabia Saudí, Egipto, Siria, Yemen, Yibuti, Irak, Somalia, Bahreín, Libia, Kuwait y Marruecos⁶³ fueron el escenario de grandes movimientos sociales que –en la mayoría de los casos- culminaron con la caída de las dictaduras que aún prevalecían en esta región del mundo.

Y, aún más que la inesperada irrupción de los ciudadanos en estos países con un considerable atraso político y cultural, lo más sorprendente de ello fue el papel determinante de las redes sociales en el impulso original de los movimientos.

El primer gran impacto de estas movilizaciones ocurrió el 17 de diciembre de 2010 cuando fue difundido en las redes el video donde se observaba a Mohamed Buazizi, un ciudadano tunecino de 26 años, prenderse fuego frente a un edificio estatal de Túnez, en Sidi Buzid, en protesta por una deuda contraída con el gobierno que lo dejó en la bancarrota.

La circulación del vídeo fue el detonante de una serie de grandes manifestaciones que en tan sólo un mes provocaron la salida del dictador Ben Alí y su familia⁶⁴.

⁶³ <http://www.fes-web.org/uploads/files/modules/congress/11/papers/1895.pdf> Consulta 16/09/2013

⁶⁴ *Idem.*

El 14 de enero de 2011 (el día de la caída de Alí), un grafiti en el que se leía "¡Gracias Facebook!" apareció en la avenida Bourguiba en el centro de la capital de Túnez⁶⁵.

En Egipto, los ciudadanos inconformes recurrieron a las páginas de Facebook "6 de abril en apoyo a los trabajadores" y "Todos somos Khaled Saïd" (una de las víctimas fatales de la represión que fue convertido en un símbolo de la lucha) para llamar al levantamiento del 25 de enero de 2011⁶⁶.

El poder de convocatoria de las redes sociales fue de tal magnitud que el gobierno egipcio se vio obligado a prohibir el servicio de Internet en el país. Tras la caída del dictador Hosni Mubarak, un manifestante levantó una pancarta en la que se leía "Facebook para todos los tiranos"⁶⁷.

Recientemente, en Turquía, los manifestantes transmiten en vivo las manifestaciones y la reacción de la policía a través de Twitter. El primer ministro del país, Recep Tayyip Erdogan, calificó de "plaga" las redes sociales, y la policía arrestó a una veintena de usuarios de Twitter⁶⁸.

Los "twitterterroristas" de Veracruz.- En la tarde del 25 de agosto de 2011, en Veracruz, fueron detenidos Gilberto Martínez Vera y Maruchi Bravo Pagola (periodista y entonces directora de Actividades Artísticas y Culturales de la Secretaría de Educación) bajo la acusación de terrorismo tras haber hecho circular en sus respectivas cuentas de Twitter y Facebook una supuesta amenaza de bomba en las escuelas del Puerto⁶⁹.

⁶⁵ <http://www.elnuevodiario.com.ni/internacionales/240377> Consulta 15/09/2013

⁶⁶ *Idem.*

⁶⁷ *Idem.*

⁶⁸ <http://www.noticias24.com/tecnologia/noticia/17600/dpa-de-la-primavera-arabe-a-brasil-el-papel-de-las-redes-sociales/> Consulta 16/09/2013

⁶⁹ <http://www.animalpolitico.com/2011/08/despues-del-caso-veracruz-cualesellimite/#ixzz2fBHYuQ3i> Consulta 17/09/2013

La alarma se generalizó en las ciudades de Alvarado y Boca del Río; padres de familia se aglomeraron en las escuelas para recoger a sus hijos; gobierno, televisoras y radiodifusoras locales no lograban convencer a sus



audiencias de la inexistencia de la amenaza, mientras que en las redes el mensaje ya se había multiplicado en rumores, chistes y datos falsos.

Sin embargo, la detención de los llamados “twitterterroristas” -nombrados de este modo en las redes sociales- fue considerada una medida en contra de la libertad de expresión por grupos de derechos humanos y los mismos usuarios de la Red, quienes no cejaron en cuestionar la decisión de Javier Duarte, gobernador del estado.

Darío Ramírez, director en México de la organización por la defensa del periodista Artículo 19, afirmó que el proceso en contra de Maruchi Bravo y Gilberto Martínez representaba “un uso faccioso del marco jurídico para limitar de manera absurda la libertad de expresión”⁷⁰.

Tras la presión de internautas y organismos locales e internacionales, los acusados fueron puestos en libertad un mes después, cuando la procuraduría del estado desistió de seguir con el proceso.

Para ello, el congreso de Veracruz agregó al apartado sobre terrorismo del Código Penal del estado la figura de “perturbación del orden público”. La

⁷⁰<http://www.animalpolitico.com/2011/08/despues-del-caso-veracruz-cualesellimite/#ixzz2fBHYuQ3i>Consulta 17/09/2013

acusación de terrorismo en contra de ambas personas se cambió por este nuevo delito, el cual, siendo menos grave, dejó en mayores posibilidades al Juez para desistir de la causa⁷¹.

Este fue el primer caso en el país que demostró el poder ambivalente de las redes sociales: su capacidad para generar rumores como virus a la vez que su importancia para el ejercicio de la libertad de expresión.

En este sentido, cabe mencionar que, si la alerta de bomba era solo un rumor, la intención de los detenidos era la de informar a la ciudadanía de posibles ataques del crimen organizado.

Entre 2010 y 2011 la violencia en Veracruz se elevó de forma considerable, hecho que causó un gran sentimiento de indefensión en los habitantes del estado, especialmente en la zona conurbada de Veracruz y Boca del Río, donde los Zetas disputaban la plaza con inusitada crueldad.

Los policías de San Miguel de Allende.- El 14 de marzo de 2013 empezó a circular en YouTube un video donde se observaba a tres policías locales de San Miguel Allende, Gto., que, de forma violenta, extraían a dos jóvenes de su vehículo.



Los agraviados, identificados como los hermanos Alan y Oswaldo Zúñiga, estacionaron el automóvil por orden de los patrulleros, quienes al acercarse a la

⁷¹ <http://www.informador.com.mx/mexico/2011/321770/6/buscan-modificar-codigo-penal-para-liberar-a-twitteros-en-veracruz.htm> Consulta 17/09/2013



unidad abrieron la puerta del piloto para tomar a éste del cuello y de los genitales.

“No me pueden hacer esto... te dije que me iba a estacionar, conozco mis derechos”, dijo el muchacho a los policías. “Somos estudiantes de Derecho”, gritó el otro joven mientras grababa la escena.

La divulgación del video presionó a que el alcalde Mauricio Trejo Pureco cesara a los policías después de que intentara justificarlos. El 20 de marzo, en su cuenta de Twitter, el munícipe anunció el despido de los policías implicados.

Redes de alerta ciudadana.- Uno de los empleos de las redes sociales con mayor utilidad para los individuos es la creación de páginas de alerta ciudadana para prevenir la violencia.

En enero de 2012 surge la página de Facebook “Valor por Tamaulipas”, con el objetivo de alertar de los actos delictivos que ponían riesgo a los habitantes de este estado, uno de los más sangrientos del país.

“Valor por Tamaulipas” comenzó a llenar el vacío dejado por las autoridades en la tarea de prevenir el delito, por lo que en pocas semanas la página consiguió un gran número de seguidores. A un año de su apertura, “Valor por Tamaulipas” contaba con 214 mil 850 seguidores y la cuenta relativa en Twitter con 33 mil 481⁷².

En represalia al éxito de la página, en febrero de 2013 empezó a circular una hoja donde se ofrecían 600 mil pesos a quien diera información sobre la identidad del administrador del sitio. En abril, el responsable de “Valor por Tamaulipas”, quien seguía en el anonimato por razones de seguridad, anunció el cierre de la red ante el constante hackeo y las amenazas contra su vida y su familia.

Sin embargo, quince días después, al contabilizar 200 mil mensajes de apoyo en Twitter y Facebook⁷³, el administrador afirmó que mantendría la red. Hasta el 18 de septiembre de 2013, “Valor por Tamaulipas” contaba con 273 mil 912 seguidores en Facebook y 44 mil 521 en Twitter.

Otro sitio con igual propósito es el de Código Rojo Laguna, que en la misma fecha citada presentaba una cifra de 196 mil 459 seguidores en Facebook y 16 mil 523 en Twitter, además de tener a más de 2 mil usuarios inscritos en su red de intercomunicación “Zello”⁷⁴.

⁷² <http://informativoquintanaroo.com.mx/el-mundo/reporte-especial/18969-gobierno-y-narco-unidos-contra-valor-por-tamaulipas.html> Consulta 17/09/2013

⁷³ <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/034ecf6b67520a10446cdc9bf80d4bb9> Consulta 17/09/2013

⁷⁴ <http://notaroja-koneocho.blogspot.mx/2013/03/durango-intimidacion-administradores-de.html> Consulta 17/09/2013

En marzo de 2013, los administradores de Código Rojo denunciaron que una persona confundida con ellos fue amenazada en la redes por sujetos desconocidos⁷⁵.

Destaca mencionar que La Laguna es una zona limítrofe entre Durango y Coahuila, donde el primer estado forma parte del llamado Triángulo de Oro junto a Sinaloa y Chihuahua, territorio llamado así por su alta producción de marihuana, amapola y drogas sintéticas.

Este tipo de páginas servirán de modelo para el uso de las redes en la labor de informar y prevenir sobre el consumo de drogas.

La mecánica de crear constantemente alertas contra la violencia y otros hechos criminales, mediante la retroalimentación de los usuarios, puede trasladarse a la elaboración de un modelo de prevención continua en torno a las drogas con la información de los internautas.

2.3.1. Otros usos de la Red: personales, lúdicos, triviales...

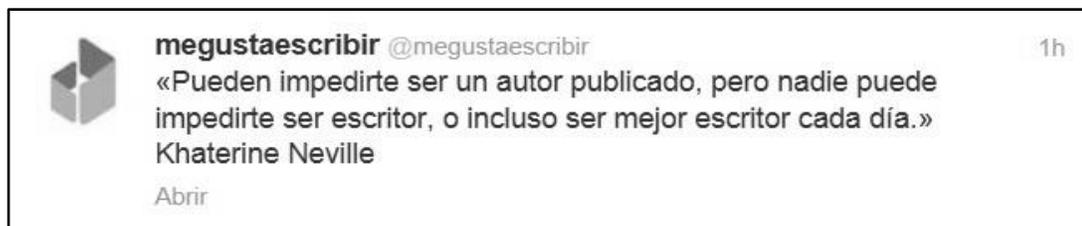
El acceso ilimitado a las redes sociales ha permitido una circulación de mensajes a una escala jamás vista en las historia de los medios. La cantidad innumerable de twitts, posts, carteles, videos, etc. que circulan en la Red contienen una gama interminable de tendencias, percepciones, ideas, o simples comentarios personales que sólo interesan a un limitado grupo de amigos.

Las formas expresivas de estos mensajes también varían de acuerdo al número casi infinito de las fuentes que los emiten. Enojo, indignación, ingenio, espontaneidad, etc., pueden arropar tanto al contenido de mayor calidad

⁷⁵ *Idem.*

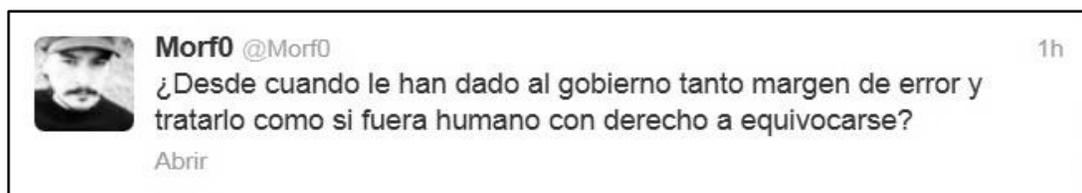
informativa como a la agresión verbal contra un particular o un personaje público.

A continuación se exponen algunas de las formas más habituales en la creación de los mensajes en las redes sociales.



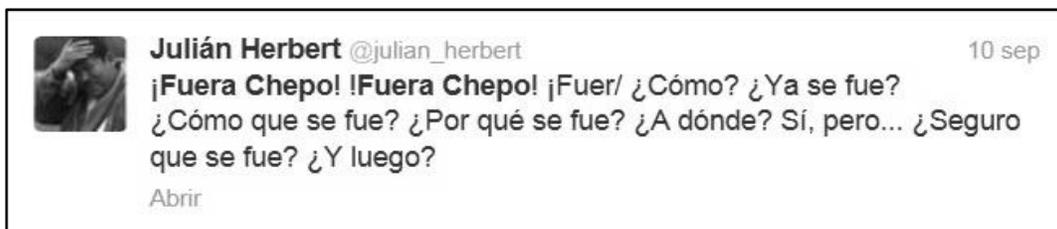
El **post** es la manera más común de nombrar a los mensajes colocados en las redes sociales. En términos específicos, el post es el texto, audio o mensaje de una página de blog. También se identifica como el vínculo de una descarga o de una página que el usuario ha colocado en su cuenta.

Las formas más usuales de crear un post están dadas por las mismas condiciones técnicas del servicio de red social empleado por el internauta.

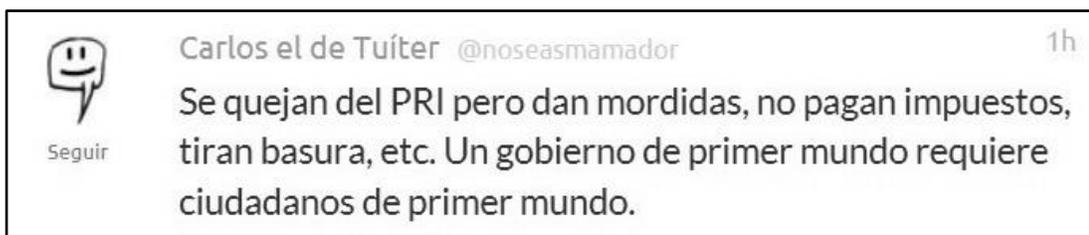


El **“twitt”**, como se conoce al texto publicado en Twitter, tiene un límite para su composición de 140 caracteres, con la posibilidad de agregar vínculos, imágenes o videos.

La brevedad del espacio obliga a que los usuarios empleen el número preciso de palabras para crear un mensaje claro y directo que tenga un impacto particular en las redes.



Utilizado por particulares, personajes públicos, empresas, instituciones y medios de comunicación, el “twitt” puede ser de carácter informativo, compartir alguna reflexión o un asunto sobre la vida cotidiana, difundir alguna opinión política o la mayor de las trivialidades, como decir “hoy fui al dentista y me sacaron la muela del juicio”.

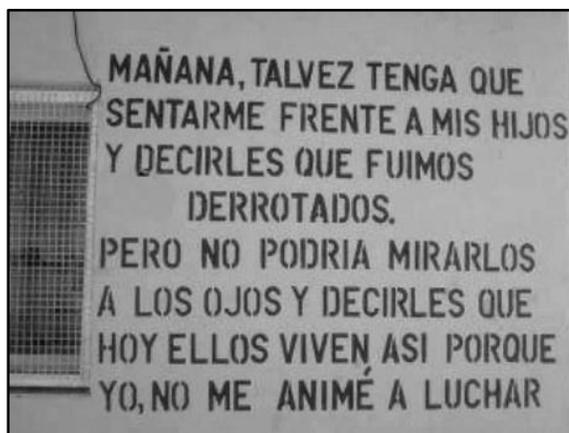


En el caso de los personajes públicos, como artistas, políticos, futbolistas, el Twitter funciona como una especie de vocería, en que el usuario sortea los conductos tradicionales de comunicación (TV, radio, prensa) para informar a su público de algún hecho relacionado con su actividad.



En cuanto a los usuarios ordinarios, dependerá de la oportunidad, el ingenio y la certeza para que el mensaje alcance la relevancia suficiente en las redes (ser “retuiteado” constantemente por otros usuarios) y tener la posibilidad de convertirse en un “trending topic”.

El “trending topic” es el tema más comentado y reproducido en Twitter y otras redes en un determinado lapso de tiempo. Normalmente, el trending circula en forma de un “hashtag”, una frase que, precedida por el signo #, sintetiza el tema promovido por los internautas.



Quizá el sentido del humor, en sus variantes de sátira, ironía o farsa, es una de las características más notables de los mensajes hallados en las redes.



Ante la falta de un control político o técnico, los usuarios tienen plena libertad para usar el humor como herramienta insuperable de la crítica social o política.

Pero no sólo el humor o el ingenio pueden posicionar a un mensaje como “trending topic”, también es posible conseguirlo por medios artificiales.

El uso de bots es una práctica cada vez más común en empresas, gobiernos, políticos y artistas que tienen el objetivo de posicionar alguna marca o mensaje en la Red.

El bot es el apócope de robot, en referencia al grupo de personas contratadas por alguien para “twittear” de manera sistemática una serie de mensajes sobre un tema específico y con una orientación determinada.

En las elecciones presidenciales de 2012, los bots fueron ampliamente utilizados por los equipos de comunicación de las distintas campañas, ya fuera para magnificar las virtudes del candidato o los defectos del adversario.

Otra variante de interés en los mensajes de las redes sociales es el uso del cartel, que, en la mayoría de los casos, demuestra tener una mayor eficacia que los textos simples.



Aunque en el Twitter es posible colocar imágenes, el cartel es más utilizado en Facebook, pero con las mismas intenciones de los mensajes en Twitter: emitir una opinión política, motivar a la reflexión sobre un asunto de interés general, convocar a la realización de un evento o promocionar algún producto.

Una de las especies de cartel de uso casi exclusivo en las redes sociales (empleado también en la publicidad convencional) son los “memes”, que, al igual que el post, admiten la definición general de ser cualquier mensaje compartido en Internet, pero con la anotación particular de que siempre contienen una figura o un símbolo de referencia para crear distintos mensajes. En los “memes”, el humor suele expresarse con mayor contundencia que en los “twitts”.

Otro uso de Internet y las redes sociales, que por sus cualidades resulta de interés especial para esta tesina, es el que ofrece a la comunidad un beneficio de tipo social, cultural o político.

Es así que en Twitter y Facebook se hallan un sin número de cuentas dedicadas a la protección de los animales o el medio ambiente, a la salud, el arte, o a la información de índole política.

2.4. El futuro de Internet y las redes sociales.

Sin duda, el futuro de Internet y las redes sociales se encuentra en los jóvenes. En este capítulo se observó que casi el 50% de los usuarios en México está conformado por adolescentes de 12 a 18 años. Asimismo, este segmento representa el 85% de quienes frecuentan diariamente las redes.

En la escuela, el uso de Internet se ha vuelto indispensable en la realización de las tareas y otros trabajos estudiantiles, así como en la interrelación con maestros y compañeros.

De acuerdo con Marshal McLuhan, las nuevas generaciones asimilan las tecnologías de la Red como una extensión de sus sentidos. Para ellos, Internet y redes sociales son herramientas prácticas en la resolución de los quehaceres y los problemas de la vida cotidiana.

Universidades y preparatorias del país ya realizan una gran parte de sus trámites por Internet. En las escuelas de comunicación, el uso de la nueva tecnología se ha integrado a los planes de estudio, por lo que ha crecido el número de especialistas en la creación de páginas o en el desarrollo de estrategias de comunicación en las redes sociales.

En el trabajo, los sistemas de computación e Internet se integran cada vez con mayor amplitud a los procesos de producción. Un ejemplo de ello son las redes internas entre los trabajadores de una misma área o entre empleados y mandos medios y superiores para la trasmisión urgente o instantánea de las distintas necesidades. Del mismo modo, el uso en el trabajo de algunos programas de computación se ha vuelto indispensable.

En política, durante las elecciones de 2012 en México, se demostró la importancia de las redes en el impulso de corrientes de opinión a favor o en contra de algún candidato o propuesta electoral. En la mayoría de las campañas es ya un requisito insoslayable tener un grupo de especialistas para el uso de Internet.

Junto a las encuestas, las tendencias políticas o ideológicas promovidas por los internautas comienzan a servir de parámetro en la toma de decisiones por parte de las autoridades.

En cuanto a los medios de comunicación, la importancia de Internet y las redes sociales ha llegado al punto de que resulta inconcebible para una empresa de TV, radio y prensa escrita no tener un portal. Incluso -en no pocas ocasiones- las corrientes de opinión, los temas o hechos noticiosos difundidos en Internet predisponen los contenidos de los medios convencionales.

La reforma de telecomunicaciones.- En este capítulo se observó el crecimiento del uso de Internet en los últimos seis años. En México, los 20.2 millones de usuarios en 2006 aumentaron a 45.1 en 2013, a pesar de que la contratación de banda ancha en el país no supera el 50% de la población.

Esta circunstancia se explica por el hecho de que los mexicanos han sustituido -en gran medida- los lugares fijos de conexión por los móviles. Un estudio de la compañía ComScore señala que la conectividad por medio de aparatos móviles (teléfonos, LapTop, etc.) en América Latina es liderada por México con un 13.9% del total de los países del continente⁷⁶.

La reciente reforma de Telecomunicaciones decretada por el gobierno federal vendrá a impulsar este mercado que, no obstante las actuales limitaciones de acceso, se encuentra ya en plena expansión.

⁷⁶ <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2013/08/03/mexico-conexion-internet-moviles-redes-sociales-cpmx4-campus-party>
Consulta 20/09/2013

La reforma, promulgada en junio de 2013, busca que el 70% de los hogares mexicanos y el 85% de las micro, pequeñas y medianas empresas tengan acceso a la velocidad de descarga que poseen Estados Unidos y Europa⁷⁷.

El Quinto y Sexto apartados del decreto presidencial son claves para lograr el acceso a Internet de la mayoría de la población, al estipular –el primero- que “el Ejecutivo Federal tendrá a su cargo esta Política, que contemplará infraestructura, accesibilidad, conectividad, tecnologías de la información y comunicación, así como habilidades digitales”, y al impulsar “una mayor cobertura en infraestructura. Para este fin, se desplegará una red troncal nacional de Banda Ancha con fibra óptica y una red compartida de acceso inalámbrico al mayoreo”⁷⁸.

Aunque algunos especialistas señalan que la reforma puede dar pie a un mayor control del Estado sobre los contenidos publicados en Internet, por medio de esta red troncal que ofrecerá la banda ancha a proveedores privados y el acceso gratuito en lugares públicos (además de la reclamación que el gobierno podrá hacer a dichos proveedores de la información difundida por sus clientes), las nuevas condiciones legales facilitarán, sin duda, la consolidación de un mercado que se halla en el momento justo de su expansión, con una población juvenil que en 8 o 10 años consumirá con recursos propios la infraestructura y los productos de la nueva tecnología.

⁷⁷ [http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op\(03abri13\)octavioislas#sthash.42T0xn9M.dpuf](http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op(03abri13)octavioislas#sthash.42T0xn9M.dpuf) Consulta 20/09/2013

⁷⁸ <http://www.presidencia.gob.mx/6-ejes-de-la-reforma-en-telecomunicaciones/> Consulta 20/09/2013

CAPÍTULO III

Capítulo III

Redes sociales y prevención de drogas

En el capítulo I se observó la necesidad de crear un nuevo marco de referencia en torno al problema de las drogas que sirviera de base a la labor de prevenir el consumo a través de las redes sociales. Se vio que la forma dominante de tratar el asunto en los medios de comunicación consiste en destacar el aspecto criminal, mientras que el relativo a la prevención queda prácticamente olvidado.

En este sentido, se desglosaron una serie de valores y conceptos correspondientes a un marco de referencia basado en un enfoque preventivo y de información. Este marco será el eje de una nueva mediación sobre el fenómeno de las drogas.

En este mismo capítulo se definió el concepto de mediación: la forma en que los medios de comunicación y las distintas instituciones sociales y políticas median entre la realidad y los individuos para ofrecer esquemas de explicación sobre los sucesos de la vida diaria.

En el segundo capítulo fueron desglosadas las características conceptuales y técnicas que convierten a las redes sociales en la mediación estructural idónea de esta nueva mediación en torno al consumo de drogas en México.

Por mediación estructural se entiende el medio de comunicación específico que corresponde a una determinado marco de referencia. De acuerdo con el

planteamiento de esta tesina, Internet y las redes sociales representan el medio adecuado para la difusión del nuevo marco conceptual en torno a las drogas.

Para ello, resulta necesario definir en términos específicos el contenido del nuevo esquema. Esto es posible a partir de la descripción de los objetos principales de dicho marco, es decir, las drogas y los consumidores, así como los diferentes contextos en que ambas partes se interrelacionan.

3.1. Guía para la definición, usos y contexto de las drogas.

Para una mayor claridad expositiva los conceptos básicos del marco de referencia se presentan en forma de lista. En algunos casos, con alguna anotación sobre la diferencia que tienen con la mediación tradicional. Las definiciones, “para ser eficaces”, están “sustentadas en información científica, confiable y completa sobre la naturaleza, magnitud y características del fenómeno”⁷⁹.

Esta lista de conceptos ofrece los elementos de juicio necesarios para elaborar distintos mensajes preventivos en torno a las drogas, ya sea que dichos mensajes adviertan sobre los efectos de las sustancias psicoactivas, señalen el contexto sociocultural y económico del consumo o que contengan información específica sobre la adulteración de alguna droga.

La lista es una guía en cuanto que sirve de primera referencia en la comprensión del tema. Será tarea de quienes decidan adentrarse en la prevención el tener que profundizar en los conceptos ofrecidos de acuerdo con el objetivo de los mensajes.

⁷⁹ <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm> Consulta 25/09/2013

Drogas (legales e ilegales).- De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), “droga es toda sustancia que introducida en un organismo vivo por cualquier vía (inhalación, ingestión, intramuscular, endovenosa) es capaz de actuar sobre el sistema nervioso central provocando una alteración física y/o psicológica, la experimentación de nuevas sensaciones o la modificación de un estado psíquico, es decir, capaz de cambiar el comportamiento de la persona, y que posee la capacidad de generar dependencia y tolerancia en sus consumidores”⁸⁰.

Esta definición incluye a las drogas ilegales, como la marihuana, la cocaína, la heroína, etc., y a las legalizadas, como el alcohol y el tabaco, así como a medicinas de uso restringido o sustancias que sirven de base a ciertos fármacos.

Sin embargo, el marco de referencia dominante en los medios de comunicación suele catalogar como drogas solo a aquellas prohibidas por la ley, cuando, con base en la definición establecida por la OMS, y por la comunidad científica, el alcohol -por ejemplo- causa las alteraciones físicas y psicológicas propias de una droga.

Efectos.- Quizá una de las mayores distorsiones que existe en torno al tema tiene que ver con los efectos psicológicos y físicos de las drogas.

Para comprender este punto es necesario agregar a la definición de droga establecida por la OMS el concepto de **Pharmakon**. En este sentido, droga, entendida como Pharmakon, es –al mismo tiempo- veneno y remedio, perjuicio y gratificación⁸¹.

⁸⁰<http://www.coruna.es/servlet/Satellite?c=Page&cid=1238384283951&pagename=CorunaSinDrogas/Page/Generico-Page-Generica> Consulta 25/09/2013

⁸¹ **Escohotado**, Antonio.- **Historia General de las Drogas**, p. 1180.

Es necesario entender que la persona que consume alguna droga lo hace para obtener el placer, o la gratificación, que ésta le otorga, al intentar aliviar un dolor físico o psicológico, cambiar un estado de ánimo (combatir la depresión), escapar de la realidad (una situación de crisis), o experimentar sensaciones desconocidas⁸².

En este sentido, existe una relación proporcional entre la cantidad de droga consumida para conseguir el placer buscado y los efectos perjudiciales que ocurren cuando la gratificación se convierte en displacer, afectando la salud del consumidor o poniendo en riesgo su propia vida.

Tolerancia.- Cuando el placer obtenido es mayor que los efectos secundarios significa que el organismo ha desarrollado un cierto grado de tolerancia. Por el contrario, cuando los efectos perjudiciales son mayores, la tolerancia comienza a disminuir, y la salud del consumidor empieza a verse afectada.

Normalmente, la tolerancia es alta cuando el consumo no sobrepasa ciertos niveles, por lo que las afectaciones a la salud son menores, aunque no por ello desestimables, sobre todo a largo plazo.

El grado de tolerancia depende de las características físicas y psicológicas del consumidor y de los niveles tóxicos de cada droga. Por ejemplo, una persona en buen estado de salud es más tolerante a los efectos nocivos de una droga que una persona en mal estado físico o mental. Asimismo, una droga con bajos niveles tóxicos causa una mayor tolerancia en el consumidor que una sustancia con altos niveles de adicción.

Abuso y dependencia.- Cuando el equilibrio entre los efectos placenteros y los secundarios se rompe la persona ingresa a una espiral de mayores cantidades

⁸² <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm> Consulta 25/09/2013

de consumo en periodos más breves con la finalidad de obtener el placer que cada vez resulta menor.

Este aumento de la frecuencia y las cantidades es conocido como abuso, y la relación adictiva que la persona –en este momento- mantiene con la droga es calificada como dependencia.

En 1963, el Comité de Expertos en Drogas de la ONU definió el concepto de dependencia: "estado psíquico, y en ocasiones también físico, debido a la interacción de organismo vivo y un fármaco... caracterizado por varias reacciones, entre las que se encuentra la compulsión a volver a consumirlo de forma continua y periódica"⁸³.

En este sentido, cabe mencionar que unas drogas causan mayor dependencia física que otras. Por ejemplo, la dependencia corporal provocada por el alcohol es mayor que la inducida por la marihuana, mientras que ésta -con menos nivel tóxico, pero con un mayor efecto alucinógeno- genera una dependencia más psicológica que física.

Síndrome de abstinencia.- Una manera de medir el nivel de adicción de una droga y la dependencia que ocasiona en el consumidor es través del síndrome de abstinencia.

Si los síntomas por la abstención de consumir una droga son de cierta gravedad, esto significa que la droga es de un nivel tóxico alto; si, por el contrario, el síndrome de abstinencia es tolerable para el consumidor, se debe –probablemente- a que la droga empleada es de un bajo nivel de adicción.

⁸³ ESCOHOTADO, Antonio.- **Historia General de las Drogas**, p. 899.

De igual modo, un mayor síndrome de abstinencia implica que la persona ha mantenido largos periodos de ingesta, a diferencia de quien presenta ligeras consecuencias porque ha consumido la sustancia durante un tiempo relativamente corto.

Por otra parte, el tema de la abstinencia expone un aspecto contradictorio de la tolerancia. Si bien es cierto que una mayor tolerancia a los efectos secundarios ofrece un mayor margen a los efectos placenteros, síntomas graves por abstinencia también expresan un alto nivel de tolerancia pero con un reducido margen de satisfacción.

La persona que más padece por abandonar una droga es tolerante a grandes cantidades de la misma, pero los efectos nocivos son mucho mayores que los placenteros.

El grado de tolerancia vinculada ya sea a máximos o mínimos efectos secundarios dependerá de los niveles tóxicos de la droga, la situación física y psicológica de la persona y sus periodos de consumo.

Clasificación por efectos.- Al inicio de este apartado se observó que quienes consumen drogas lo hacen para alcanzar el placer o la gratificación que éstas ofrecen debido a su naturaleza química, sin olvidar –por supuesto- que dichos efectos siempre acarrearán consecuencias a la salud.

Las personas buscarán la ingesta de una determinada droga en función de los efectos específicos que produce. En este sentido, las drogas pueden ser clasificadas como estimulantes, alucinógenas y depresoras.

Las primeras “aceleran la actividad del sistema nervioso central, provocando euforia, desinhibición, sensación de energía”, que son los efectos satisfactorios

combinados con los secundarios, ocurridos –sobre todo- después de pasados los placenteros, como son: la irritabilidad, la ansiedad y, en ocasiones, la compulsión a agredir⁸⁴.

Dentro de este grupo encontramos la cocaína, el crack, las anfetaminas, la cafeína y el éxtasis.

Las segundas producen cambios en la percepción, modifican las nociones de tiempo y espacio, algunas, incluso, inducen estados de alucinación, donde sonidos y objetos cambian de color o tamaño, o en que las imágenes vistas por el consumidor son inusualmente vívidas⁸⁵.

Entre estas drogas se hallan la marihuana, el hachís, el LSD, el peyote y los hongos.

Las terceras, también conocidas como drogas depresivas, tienen entre sus efectos colaterales la disminución o retardación del sistema nervioso central, la falta de concentración y las alteraciones del juicio, mientras que entre los efectos reportados como satisfactorios se halla la relajación, la reducción de la tensión o la desaparición de la angustia.

Son consideradas drogas depresoras el alcohol, el opio y sus derivados (morfina, codeína, heroína, metadona), los barbitúricos y los tranquilizantes.

Otra clasificación dada por la OMS, y quizá la más habitual dentro del marco de referencia tradicional, es la distinción entre drogas duras y blandas a partir de los niveles de adicción que producen⁸⁶.

⁸⁴ http://www.aptasalud.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=27 Consulta 28/09/2013

⁸⁵ *Idem.*

⁸⁶ http://www.manantiales.org/drogas_clasificacion.php Consulta 28/09/2013

Entre las duras se encuentran los opiáceos, los barbitúricos, el alcohol, la cocaína y las anfetaminas, caracterizadas por causar altos niveles de dependencia física, mientras que las blandas, como la marihuana y la cafeína se distinguen por su bajo grado de adicción.

Esta clasificación no implica que las duras sean dañinas y las blandas inofensivas. Indica que las primeras, debido a su elevado nivel tóxico, producen una mayor dependencia, sobre todo física, y que las segundas, con menor grado tóxico, producen –en general- menos adicción.

Esta clasificación también hace referencia a la gravedad de los efectos secundarios y su concomitante síndrome de abstinencia, así como a las dificultades de la persona para abandonar el consumo, por lo que el tabaco, una droga legalizada, y a veces clasificada como blanda, podría ser incluida entre las duras, debido a que es causante de cáncer y condiciona fuertemente al consumidor.

Para fines preventivos, la primera clasificación de estimulantes, depresores y alucinógenos resulta ser la más precisa, siempre y cuando se vincule con la relación existente entre efectos satisfactorios y nocivos, el factor de tolerancia y las características físicas y psicológicas de la persona, así como los periodos y las situaciones particulares del consumo.

Usos y funcionalidad.- Además del uso de las drogas con la finalidad de obtener una gratificación física o psicológica, éstas son también empleadas en razón de ciertas convenciones socioculturales o en la búsqueda de algunos beneficios terapéuticos.

Por ejemplo, el alcohol, debido a su régimen legal, es una droga ampliamente consumida por la población. En relación con los jóvenes, el consumo de esta

droga funciona –en distintas clases sociales y niveles culturales- como un elemento de transición a la edad adulta.

Ingerir alcohol, sobre todo en grandes cantidades, implica la creencia social de que éste es un acto de “hombría”, requerido para ingresar al mundo de los adultos, quienes, en muchos casos, alientan en los jóvenes el consumo de esta droga, la cual –por otra parte- es ampliamente promovida en los medios de comunicación.

En el caso de la marihuana, su uso médico es legal en varias partes del mundo, sobre todo en Estados Unidos, donde Washington y 15 estados de la Unión americana permiten el consumo de la droga con fines terapéuticos.

De acuerdo con el Manual Médico de la Marihuana (de Ed Rosenthal, Dale Gieringer y el doctor Tod Mikuriya), “esta hierba estimula el apetito y es efectiva contra náuseas, vómitos, migraña, neuropatías e insomnio”. Su efecto funciona como paliativo de los síntomas presentados por los enfermos de SIDA⁸⁷. En México, la marihuana, combinada con el alcohol farmacéutico, es usada tradicionalmente como fomento para los dolores reumáticos⁸⁸.

Cabe mencionar que el uso médico de la marihuana no significa que esta droga sea curativa. Las aplicaciones y estudios actuales demuestran que –a lo sumo- dicha sustancia sirve como paliativo o “facilitador” en el padecimiento de las enfermedades o malestares.

Por otra parte, esta funcionalidad social y médica de algunas drogas no debe conducir a la omisión de sus consecuencias nocivas. El uso del alcohol –por ejemplo- para desinhibir las restricciones del carácter y así facilitar la interacción

⁸⁷ <http://www.jornada.unam.mx/2013/02/07/ls-once.html> Consulta 30/09/2013

⁸⁸ *Idem.*

de los individuos no evita el riesgo de que el consumidor se vuelva agresivo con quienes se halla –precisamente- socializando, o que la marihuana –en su caso- no presente riesgo de cáncer para quien la consume con fines terapéuticos.

El consumidor.- Se ha señalado que las personas consumen drogas por distintas razones: aliviar un dolor físico o emocional, escapar de una situación de crisis, alcanzar los efectos satisfactorios que otorga una droga en particular, desinhibir el carácter, etc.

A continuación se detallan algunas de las causas psicológicas, familiares y sociales del consumo de drogas⁸⁹.

1.- Intentar lidiar con los conflictos emocionales causados por la sensación de vivir en un mundo caótico y hostil.

2.- La presión del grupo de pares y la curiosidad, sobre todo en el caso de los adolescentes.

3.- Alejamiento del consumidor de los valores convencionales, aunado a una visión sombría de la sociedad en general.

4.- La pobreza, que acarrea la falta de alternativas socioeconómicas y una percepción desesperanzada del futuro.

5.- La pobre integración familiar. La inexistencia de lineamientos claros y consistentes en las interacciones familiares de las responsabilidades y atribuciones de cada miembro.

6.- La desintegración de las viejas normas y valores que no han sido reemplazados por nuevas estructuras sociales y culturales.

⁸⁹ <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm> Consulta 25/09/2013

7.- La alienación, o la falta de conciencia del individuo sobre los problemas sociales que lo afectan y por los cuales no se responsabiliza.

8.- Búsqueda de nuevas sensaciones y percepciones de la realidad, con fundamento en alguna creencia religiosa o intelectual. (Uso de hongos o peyote en viejas comunidades indígenas).

Situación específica del consumidor y peculiaridades del consumo.-

Asimismo, la situación económica, social y cultural del consumidor determina la elección de cierta droga, los niveles de consumo, las condiciones de salud en que se realiza la ingesta, la percepción que tiene el consumidor de su problemática, las opciones que puede tener para su rehabilitación, los riesgos de caer en conductas criminales por conseguir la droga, etc.

Por ejemplo, un consumidor en estado crónico perteneciente a un estrato social alto tendrá más posibilidades de una rehabilitación de calidad que un consumidor de un estrato social bajo. Del mismo modo, una persona con una buena preparación académica hallará en su misma educación el mejor soporte para resolver el problema del consumo que uno con una pobre instrucción.

Por otra parte, en este conjunto de factores deben incluirse las condiciones específicas en que la droga es consumida: tipo y pureza de la droga; dosis; circunstancia; periodos de consumo; pautas de acceso a la droga (determinadas por el consumidor y la oferta).

La **pureza** de una droga consiste en el grado en que la sustancia activa se encuentra libre de adulteración o manipulaciones químicas. Entre mayor es el nivel de pureza, mayor el efecto satisfactorio reportado por el consumidor, y relativamente menor el efecto secundario, aunque los riesgos de consumir la

droga nunca desaparecen. Esto influye en los precios del mercado: una droga con alto nivel de pureza siempre es más cara que una droga de baja calidad.

Por ejemplo, el tipo de cocaína que mayormente circula en el país presenta un bajo grado de pureza, debido a la falta de los precursores –prohibidos por EU– que afinan el proceso de la producción, por lo que esta droga presenta un mayor riesgo a la salud, aunque una gran parte de la población tiene acceso a ella debido a su bajo precio.

Una situación parecida ocurre con la marihuana. La cannabis de mejor calidad producida en México está destinada a la exportación, mientras que la vendida en el país normalmente se halla contaminada de hongos causados por los herbicidas que se emplean en los cultivos.

Las pautas de acceso o los periodos en que el consumidor puede obtener la droga están determinados por los recursos económicos y el grado de dependencia de la persona, pero, sobre todo, por las características del mercado que condicionan la oferta y la demanda de cada droga.

El alcohol, por hallarse bajo un régimen legal, es la droga de mayor acceso en el país, lo que probablemente ocasiona que sea la más consumida y la que más estragos deja en la salud de la población. Sin embargo, la cocaína, siendo una droga ilegal, es la tercera sustancia psicoactiva más consumida en México después del alcohol y la marihuana, estando por encima de drogas legalizadas como el tabaco y algunos estimulantes farmacéuticos.

Esta demanda de la coca –como coloquialmente se le conoce– quizá se deba a la fuerte euforia que genera, además de que una gran parte de los consumidores frecuentes de alcohol también la prefieren por el hecho de que la cocaína compensa los efectos depresores de la primera.

Además de los efectos propios de la droga y los factores económicos y sociales que influyen en la cantidad y la frecuencia, el consumidor también enfrenta situaciones de tipo social y moral que afectan su comportamiento y la forma en que es visto y tratado por el resto de la población.

En este punto, la criminalización de unas drogas y la legalidad de otras juegan un papel esencial. Los consumidores de alcohol, por ejemplo, no son percibidos como criminales, si acaso como seres marginales cuando su consumo se vuelve excesivo; en cambio, los consumidores de marihuana normalmente son vistos como delincuentes o –por lo menos- como partícipes de un ambiente criminal, cuando -en muchos casos- solo son compradores de la droga y no traficantes de la misma.

Además, esta percepción no es proporcional a los efectos causados por cada una de estas sustancias: el alcohol es considerado una droga dura por la OMS debido a la fuerte dependencia física que ocasiona, pero su consumo es legal; la marihuana es clasificada como blanda por parte del mismo organismo, pero su tráfico es ilegal.

Por otra parte, el término droga se halla reservado de forma habitual a las sustancias ilegales, mientras que dicha mención, en referencia a las legalizadas, es casi impensable.

Esta diferencia jurídica entre las drogas conduce a que unas sean sancionadas moralmente y otras no; a que el alcohol, por ejemplo, sea aceptado socialmente sin advertir sus consecuencias en la salud; y a que la marihuana, una droga con bajos niveles de adicción, sea vista como causante directa de actos criminales.

Esta distinción, que se extiende a la manera de juzgar al consumidor de drogas ilegales, es la base de un estigma, una “marca social”, que impide ver con claridad el problema.

Por tanto, en una labor preventiva es importante cuidar la forma en que el consumidor es definido o nombrado, con el fin de evitar la estigmatización, que, desde el punto de vista médico, causa el malestar psicológico o moral del individuo, quien ya debe lidiar con el malestar físico que de por sí provoca la adicción.

En este sentido, es importante evitar términos que, quizá vistos de manera objetiva, resultan ser los indicados, pero que en un determinado contexto sociocultural pueden tener connotaciones negativas, como es el caso de las palabras **adicto, drogodependiente y drogadicto**.

Estas definiciones, que en un sentido estricto hacen referencia a un consumo crónico o degenerativo, se emplean, sin embargo, para calificar a la generalidad de los consumidores, quienes, en muchos casos, solo presentan los síntomas de un usuario esporádico o funcional.

Por tanto, para efecto de poder usar términos generales pero sin afectaciones de tipo sociocultural o ideológico, en esta tesina se propone el uso de expresiones como **dependiente, consumidor frecuente, consumidor habitual, consumidor social** (muy empleado en el caso del alcohol), y **consumidor agudo o crónico**, según las características de cada caso.

Por último, y con el fin de clarificar la terminología del marco de referencia, se definen algunos conceptos del párrafo anterior: por **consumo agudo** se entiende aquel que ocurre en grandes cantidades durante una sola ocasión de consumo sin que la repetición del mismo sea constante; por **consumo crónico**,

el que sucede en grandes cantidades en ocasiones repetidas durante un periodo prolongado de tiempo.

El primero, aunque llega a disminuir el efecto placentero para dar lugar al predominio del secundario, suele mantener el tipo de tolerancia que permite la experiencia de la gratificación durante periodos amplios de consumo. El segundo, en cambio, genera la ruptura de la relación proporcional entre efectos placenteros y perjudiciales, causando la clase de tolerancia que admite grandes cantidades de la droga con una baja significativa de la gratificación.

El consumo crónico puede derivar en el **degenerativo**, cuando el consumidor se encuentra en un estado de afectación tal que resulta necesaria su hospitalización o –por lo menos- su tratamiento médico.

3.2. Responsabilidad social de los medios: la necesidad de prevenir sobre el consumo de drogas.

Aclaradas las definiciones en torno a la naturaleza, efectos y contexto de las drogas es indispensable pasar a los conceptos propios del periodismo y los medios de comunicación que completarán el nuevo marco de referencia en torno al fenómeno tratado en esta tesina.

Conceptos relativos a la ética y la responsabilidad social de los medios justifican en gran medida la intervención de comunicólogos y periodistas en prevenir de las consecuencias en la salud del consumo de drogas.

En el capítulo I se observó el papel inestimable de los medios de comunicación en el predominio de una imagen sobre el problema asociada principalmente con la criminalidad. Imagen que ha contribuido a distorsionar la percepción que se tiene del consumidor de drogas.

En agosto de 2013, una encuesta realizada por El Universal y la agencia Buendía & Laredo informó que más del 50% de los entrevistados se manifestó a favor de que los consumidores de marihuana fueran castigados. Entre los encuestados, los identificados como priistas, se pronunciaron en un 60% por aplicar esta sanción⁹⁰.

Desde el punto de vista de la prevención y la salud pública, la criminalización del consumidor implica ver al sujeto como culpable directo de su situación sin entender que la adicción es una enfermedad, originada por determinadas circunstancias psicológicas, sociales y económicas.

Por tanto, la responsabilidad social de los medios en torno al tema de las drogas radica en deslindar al consumidor del entorno criminal y comenzar a enfocar el problema bajo una visión que integre el aspecto personal, familiar y social del consumo, y, de esta manera, coadyuvar a transformar la percepción de las audiencias.

En la introducción de esta tesina se observó que en ese periodo se duplicó el consumo de drogas ilegales en el país, al pasar del 0.8% al 1.5%, entre personas de 12 a 65 años de edad, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) realizada en 2011⁹¹.

En cuanto a la dependencia al uso de estas sustancias, la misma encuesta detectó que 0.7% de la población, es decir, 550 mil personas en el mismo rango de edades, son adictas, lo que representa un aumento de casi el doble en relación con 2002, cuando la prevalencia era de 0.4%⁹².

⁹⁰ <http://www.redpolitica.mx/nacion/poblacion-percibe-alza-de-violencia-en-mexico> Consulta 30/08/2013

⁹¹ <http://www.jornada.unam.mx/2013/01/18/adicciones/a11n3adi> Consulta 25/08/2013

⁹² *Idem.*

En relación a las drogas de mayor impacto, la Secretaría de Salud y la Dirección General de Epidemiología aportaron a las cifras de la ENA que la droga más reportada por las personas que solicitaban asistencia en los servicios de urgencia a nivel nacional era el alcohol, 29 mil 417 menciones, seguida de la cocaína, con 10 mil 450, y la marihuana, con 8 mil 235⁹³.

Un indicador de gran importancia para medir el consumo como un hecho público de relevancia, y, por ende, de sumo interés para los medios, es el relativo a **la dependencia**.

La ENA señala que de 2008 a 2011 un 6% de la población desarrolló dependencia al alcohol, lo que equivale a 4.9 millones de personas. De éstas, el 10.8% son hombres de entre 12 y 17 años, y el 1.8% mujeres, en el mismo rango de edades⁹⁴.

“El **alcohol** representa el principal problema de salud pública del país, se estima que el consumo per cápita de bebidas formales es de 4.5 litros para la población mayor de 15 años y de 1.4 litros adicionales si se considera el alcohol que no paga impuestos”, además de estar asociado a un elevado índice de accidentes y a lesiones por violencia⁹⁵.

En cuanto a la segunda droga de mayor impacto, **la marihuana**, ésta es preferida por el 80% de los consumidores de drogas ilegales, de acuerdo con las estadísticas de la Comisión Nacional contra las Adicciones, que, del mismo modo, informa que de dos fumadores de esta hierba existe un consumidor de cocaína⁹⁶.

⁹³ http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ENA_2011_ALCOHOL.pdf Consulta 03/10/2013

⁹⁴ *Idem*.

⁹⁵ http://bvs.insp.mx/rsp/_files/File/2013/vol%2055%20no.1%20Enero%20Febrero/7drogas.pdf Consulta 02/10/2013

⁹⁶ <http://revolucionrespuntocero.com/pero-el-toque-sigue-siendo-el-rey/> Consulta 02/10/2013

En tres años, ambas drogas incrementaron su consumo entre estudiantes de secundario y bachillerato en la Ciudad de México. De 2009 a 2012, el consumo de marihuana pasó de 8.2 a 12.2%, y el de cocaína, de 1.7 a 2.5%⁹⁷.

Siguiendo con las cifras aportadas por la ENA, la **cocaína** –a nivel nacional- es la segunda droga ilegal más consumida en el país después de la marihuana. De 2008 a 2011, el consumo de la coca se incrementó de 0.1 a 0.5% entre la población mexicana de 12 a 65 años⁹⁸.

Con base en estas estadísticas, la relevancia del consumo como un problema de salud pública se expresa en el uso principal de tres drogas: alcohol, marihuana y cocaína. El incremento en su consumo, sobre todo entre la población de 12 a 18 años, y su respectivo nivel de adicción, que en la cocaína y el alcohol es especialmente alto, convierten a estas sustancias psicoactivas en el objeto específico de interés para los medios de comunicación.

Sin embargo, en el Capítulo I se expuso la dificultad de que los grandes medios de comunicación empiecen a dar mayor espacio a una visión preventiva sobre el problema de las drogas, debido a las actuales políticas de comunicación (planteadas desde el gobierno), interesadas en destacar los hechos criminales y las consecuentes acciones punitivas, así como a los intereses comerciales de dichos medios, que, en el caso del alcohol, representan una gran parte de las ganancias obtenidas por la publicidad.

Por ende, la propuesta de esta tesina radica en el empleo de las redes sociales para la prevención del consumo de las tres drogas mencionadas.

⁹⁷ <http://aristeguinoticias.com/2506/mexico/crece-consumo-de-drogas-entre-estudiantes-de-secundarias-y-prepas-del-df/> Consulta 03/10/2013

⁹⁸ <http://www.excelsior.com.mx/2013/02/04/nacional/882573> Consulta 03/10/2013

La pluralidad de los marcos de referencia en la explicación de casi cualquier tópico en las redes, cuya excepcional naturaleza técnica permite -para su propio funcionamiento- el ejercicio constante de la libertad de expresión, hacen de esta nueva tecnología el conducto idóneo para cumplir con la responsabilidad social que debe regir a los medios de comunicación.

3.3. Mediaciones sobre el consumo de drogas. Hacia una mediación alternativa.

En el Capítulo I se analizó el concepto de las mediaciones conservadoras o tradicionales, empleadas por los medios de comunicación para seleccionar e interpretar los hechos de interés público.

Se observó que en algunos casos dichas mediaciones resultan insuficientes para entender ciertos acontecimientos de la vida pública. Es así que los medios, en lugar de informar de manera veraz y objetiva, distorsionan o parcializan el suceso dado a conocer a las audiencias.

Esto no significa que las mediaciones tradicionales sirvan solo a tergiversar o manipular la información. El empleo de las mismas es de gran utilidad para los procesos cada vez más acelerados en la producción de noticias y otras piezas informativas. Periodistas y comunicólogos requieren de mediaciones preestablecidas para facilitar el desarrollo de su trabajo.

Sin embargo, en el caso del consumo de drogas el uso de las mediaciones tradicionales limita la comprensión del problema: vistos sólo desde la óptica de la criminalidad y la violencia, los consumidores son percibidos como delincuentes, o partícipes de un ambiente marginal, y no como sujetos necesitados de información y ayuda médica para resolver el problema de su consumo, o, por lo menos, para reducir los riesgos a su salud.

El estigma, la “marca social” que pesa sobre los consumidores, sobre todo en aquellos que usan drogas ilegales, es fuente de estereotipos, prejuicios y clichés en torno al contexto personal, familiar y socioeconómico en que se realiza la ingesta.

En el siguiente apartado se realizará el análisis de las imágenes, símbolos, creencias, etc. que componen los estereotipos de la mediación conservadora en torno del alcohol, la marihuana y la cocaína. Posteriormente, se pasará a la descripción del marco de referencia preventivo y de información respecto a estas tres sustancias psicoactivas.

3.3.1. Alcohol, marihuana y cocaína en los medios de comunicación. Características y limitaciones de una mediación conservadora.

El marco de referencia que sirve de base a la mediación conservadora de las drogas se manifiesta en determinados estereotipos, prejuicios y clichés que facilitan la comunicación de dicho marco a través de ciertas expresiones verbales, imágenes específicas, símbolos concretos y creencias preestablecidas.

Los estereotipos son representaciones sociales y culturales sobre un grupo específico de individuos. “La idea central para su elaboración está en la diferencia: sólo lo diferente puede ser objeto de una concepción estereotipada, y, por lo tanto, no hay estereotipos sin un grupo social de referencia”⁹⁹.

Por otra parte, los estereotipos “nos hablan del mundo antes de verlo” (...) “en la mayoría de los casos no es que veamos primero y luego definimos, sino que

⁹⁹ http://www.ugr.es/~pwlac/G21_25Daniel_Rengel_Morales.html Consulta 04/10/2013

definimos primero y luego vemos"¹⁰⁰. Por tanto, el estereotipo se puede entender como la idea, concepción o juicio que se tiene de grupo social sin la necesidad de interactuar con él para entender su naturaleza de "primera mano".

El estereotipo implica la estigmatización del grupo de referencia, cuyos supuestos atributos negativos son contrapuestos a los rasgos positivos del grupo ideal o "verdadero". Para ello, el estigma es "utilizado para hacer referencia a un atributo profundamente desacreditador"¹⁰¹.

La base subjetiva del estereotipo es el prejuicio¹⁰². Mientras que el primero contiene el aparato cognitivo, es decir, el conjunto de creencias o preconceptos en torno del grupo social referido, el prejuicio contiene la parte afectiva, expresada en dichos o sentencias de una profunda carga emocional.

Al plantear la diferencia entre un grupo calificado como positivo y otro como negativo, el estereotipo genera una **dicotomía**, concepto analizado en el Capítulo I.

La dicotomía implica una visión maniquea de la realidad: quienes poseen las características señaladas por el estereotipo serán los potadores de la "maldad", y quienes se mantengan fuera de los rasgos estigmatizados serán los representantes del "bien".

La **redundancia** y la **enfaticación**, términos expuestos en el mismo Capítulo, también se emplean en la construcción del estereotipo al elegir y magnificar los atributos negativos del grupo en referencia, sin incluir aquellos aspectos que

¹⁰⁰ *Idem.*

¹⁰¹ *Idem.*

¹⁰² *Idem.*

podrían matizar o poner en perspectiva los rasgos considerados como perniciosos.

Entre los estereotipos se distinguen tres tipos¹⁰³:

1.- Las "abominaciones del cuerpo", que estarían compuestas por las distintas deformaciones del cuerpo.

2.- Los "defectos del carácter del individuo", percibidos como "ausencia de voluntad, pasiones tiránicas o antinaturales, creencias rígidas y falsas o deshonestidad".

3.- Los "estigmas tribales de la raza, la nación y la religión, susceptible de ser transmitido por herencia y contaminado por igual a todos los miembros de una familia".

En cuanto a las drogas y sus consumidores existen 4 clases de estereotipos:

1.- El relativo al concepto de droga, que sólo incluye a las ilegales, cuando desde el punto de vista científico no hay diferencia entre las drogas permitidas y las rechazadas por la ley. Por tanto, el estigma se vuelca sobre las sustancias ilegales, mientras que en el caso de las legalizadas el estereotipo se vuelve más benigno.

2.- El "fetichismo de la droga", al asignarle a ésta "poderes" o facultades que están más allá de su naturaleza química. Por ejemplo, creer que el consumo de alguna droga llevará siempre y de forma automática a la comisión de hechos delictivos, cuando esto también depende del perfil social y económico del consumidor, así como de la ocasión específica del consumo.

¹⁰³ *Idem.*

3.- El tercer estereotipo identifica a la droga como una expresión de una "actitud individual o colectiva de oposición a la sociedad". El consumo se identifica con alguna ideología política o cultural que se opone al orden establecido.

4.- La persona es considerada culpable de su propio consumo, cuando pueden existir factores de tipo psicológico y familiar que la inclinan a usar cierta droga. Por último, el estereotipo y el prejuicio se establecen en clichés. El cliché es una idea o expresión demasiado repetida¹⁰⁴, que alguna vez fue original y novedosa, pero que a base de un uso constante perdió su fuerza inicial¹⁰⁵.

"Las drogas destruyen", sería uno de los clichés más comunes en relación al consumo. Este es un cliché que generaliza el efecto de las drogas sin distinguir el nivel de perjuicio de cada una en relación con su respectiva composición química.

En todo caso, una droga puede alcanzar un grado destructivo cuando los efectos secundarios o dañinos se imponen a los placenteros, y cuando la tolerancia ha dado lugar a un consumo creciente, y, por ende, cada vez más pernicioso.

Estereotipos del alcohol.- Esta es una de las drogas legalizadas con el mayor número de estereotipos a su favor difundidos ampliamente por la publicidad de la industria alcoholera. Su estatus de droga socialmente aceptada minimiza la gravedad de sus efectos perjudiciales. No solo la publicidad directa ensalza los atributos del alcohol, el cine, en particular, ha contribuido largamente a promover su consumo. Entre los estereotipos más comunes de esta droga se encuentran:

¹⁰⁴ <http://www.wordreference.com/definicion/clich%C3%A9> Consulta 06/10/2013

¹⁰⁵ <http://www.definicionabc.com/comunicacion/cliche.php#ixzz2h0euqBpc> Consulta 06/10/2013

1.- “**El alcohol permite la socialización**”. Se enfatizan los efectos que desinhiben el carácter y se minimizan los efectos nocivos en la percepción y el juicio del consumidor. En algunos casos, la desinhibición causada por el alcohol puede derivar en accidentes, agresiones verbales y físicas.

2.- En el cine y la publicidad el consumo de alcohol se vincula con un elevado **estatus social y económico**. Se soslaya el hecho de que el uso de esta droga, en grandes cantidades por una ocasión o de forma continua, puede llevar al estatus contrario: la inestabilidad económica o el empobrecimiento del consumidor.

3.- La **erotización** del consumo. En la publicidad, el alcohol se relaciona con el “poder” de atraer al sexo opuesto. Se cosifica a la mujer, exhibiéndola como un objeto más de uso, equiparable al alcohol.

4.- El alcohol sirve de **estimulante** en las relaciones sexuales. Se olvida que esta droga es un depresor del sistema nervioso, por lo que sus efectos en la libido suelen ser mínimos. La desinhibición del carácter por el consumo de esta droga sólo produce la sensación de una mayor potencia sexual.

5.- En el cine y las canciones populares el alcohol se representa como un símbolo de la **virilidad**. Es más valiente quien consume más, ergo, el alcohol hace a los valientes. Sin embargo, desde el punto de vista del género, este estereotipo no es aplicado igualmente. Mientras que en el hombre el consumo excesivo se interpreta como un acto de audacia, en la mujer se interpreta como un signo de debilidad y mal gusto.

6.- La enfermedad del alcoholismo es **natural o congénita** a ciertas personas y grupos sociales: se cree que los estratos sociales más bajos, o ciertos grupos

étnicos o socioculturales, presentan una tendencia natural al consumo de alcohol, por lo que se atribuye una debilidad de carácter a estos grupos.

Estereotipos de la marihuana.- Es quizá la marihuana una de las drogas ilegales con más estereotipos pese a que la comunidad científica ha comprobado que esta droga tiene uno de los niveles de adicción más bajos en relación con otras sustancias que son legales, como el alcohol.

1.- “El consumo de marihuana **induce la realización de actos criminales**”. Aquí se cumple el estereotipo consistente en el fetichismo de la droga, al asignar a ésta propiedades que no corresponden a su naturaleza química.

Sin bien existe una relación entre quienes habitualmente cometen prácticas ilícitas y el consumo de alguna droga ilegal, dicha relación se suma a una serie de factores sociales y económicos que resultan propicios a la comisión de algún delito, por lo que el consumo de marihuana como causa de un acto criminal se halla en relación con otras causas que conducen a la misma acción.

El estereotipo de **marihuana=delincuencia** es ampliamente utilizado en los medios de comunicación, sobre todo en los últimos años, debido a la insistencia del gobierno federal en resaltar el aspecto criminal de las drogas.

2.- “La marihuana **causa estupidez** y daño cerebral”. La lentitud en los reflejos y la descoordinación del sistema psicomotriz provocados por el efecto de esta droga son interpretados como una deficiencia de tipo intelectual propia del consumidor.

Una investigación realizada en Estados Unidos demostró la inexistencia de esta correlación, al encontrar en un grupo de fumadores de marihuana de distintos niveles socioeconómicos que los pertenecientes a un estatus social elevado

presentaban una menor deficiencia cognitiva por el hecho de tener una mejor educación¹⁰⁶.

Por otra parte, en cuanto al mencionado daño cerebral causado por la marihuana, cabe destacar que el gobierno de Estados Unidos tiene una patente sobre la cannabis como sustancia neuroprotectora¹⁰⁷.

Una investigación realizada en la Universidad de San Diego, California, indica que los consumidores de alcohol (de 1 a 5 bebidas por ocasión) presentan un mayor daño en la masa blanca cerebral que aquellas personas que combinan el alcohol con la marihuana¹⁰⁸.

3.- “La marihuana no es dañina porque es natural”. Este estereotipo es común escucharlo entre los fumadores de esta droga y quienes abogan por su despenalización o su uso recreativo. Se cree que por el hecho de que la marihuana es una hierba, sin ser el resultado de un proceso industrial como el experimentado por el alcohol y la cocaína, no produce perjuicio alguno a la salud.

Sin embargo, los estudios más recientes demuestran que, si bien la marihuana no tiene altos niveles tóxicos, y no causa daños irreversibles a las neuronas, sí puede producir entre los consumidores crónicos el riesgo a padecer crecimiento de mamas, daño pulmonar, incluso cáncer, y, en algunos casos, psicosis, además de provocar la pérdida de la memoria inmediata y la perturbación de los movimientos coordinados.

¹⁰⁶ <http://www.hypothesis.cl/2013/01/marihuana.html> Consulta 07/10/2013

¹⁰⁷ <http://blog.mpp.org/research/study-marijuana-may-protect-against-brain-damage-from-binge-drinking/08212009/#sthash.hnEtLUef.dpuf> Consulta 07/10/2013

¹⁰⁸ *Idem.*

4.- “La marihuana **estimula la creatividad**”. Esta es una creencia arraigada en algunos círculos seudointelectuales, que parten de la idea alguna vez defendida por la generación “beat” de artistas en Estados Unidos y la contracultura de los años sesenta.

Cierto que la marihuana produce una mayor agudeza en la percepción de la música y los colores, pero así también una mayor distorsión y lentitud en los procesos mentales que se requieren en la creación de cualquier obra humana, debido a las alteraciones ocasionadas en el sistema psicomotriz.

De este estereotipo proviene el conocido cliché del músico y el pintor que fuman un cigarro de marihuana mientras componen una canción y realizan un cuadro, respectivamente.

5.- “La marihuana **cura enfermedades**”. El uso médico de la marihuana no implica que ésta posea dones curativos. Los hospitales e institutos de salud que suministran esta droga a sus enfermos lo hacen con el objetivo de paliar los efectos secundarios de algunos padecimientos.

Por ejemplo, la marihuana es consumida por los enfermos del VIH/Sida para provocar el hambre que ha sido bloqueada por la debilidad del organismo; los enfermos de glaucoma la usan para dilatar las cavidades de los ojos que se hinchan a causa de este padecimiento; los enfermos terminales de cáncer la emplean para mitigar o evadirse del dolor emocional causado por la pérdida de la esperanza.

Hasta ahora no se conoce algún estudio que haya demostrado el uso de la hierba como un ente curativo en el tratamiento de alguna enfermedad.

6.- “La marihuana es consumida en los estratos sociales más bajos y por los criminales”. Esta creencia quizá tenía gran parte de verdad a principios del siglo XX, cuando la marihuana era ampliamente consumida en las cárceles y los barrios pobres de la ciudad de México.

Pero a partir de los años sesenta, con la liberación de la costumbres juveniles y la promoción del uso drogas por parte de los movimientos contraculturales de la época, la marihuana empezó a ser ampliamente consumida entre los jóvenes estudiantes de la clase media.

En la actualidad, su consumo es frecuente en ambientes integrados por artistas y profesores de las grandes urbes, y cada vez más usual entre las mujeres con cierto grado de independencia.

Estereotipos de la cocaína.- Probablemente, la cocaína es una de las drogas ilegales con el mayor número de estereotipos favorables a su consumo, al estar relacionada con un elevado estatus social y la obtención de poder económico.

1.- “La cocaína produce energía, euforia, alegría...”. Este estereotipo se construye con base en la parcelación referencial. El efecto de euforia producido por la cocaína se aísla de sus efectos secundarios, como la alteración del ritmo cardiaco y la depresión que viene después de la sensación de energía.

Este estereotipo tiene una gran difusión en el cine y las series de televisión norteamericanas, donde la cocaína es vista en ambientes de esparcimiento y vinculada a símbolos de poder económico y político. Es muy común el cliché del criminal o el sicario, quien, antes de la comisión del delito, inhala cocaína para obtener una mayor seguridad en la ejecución de sus acciones.

2.- Un estereotipo de gran presencia en los medios de comunicación es el que asocia a la cocaína no con su uso sino con su tráfico y los supuestos beneficios que éste otorga. En películas y series de televisión es frecuente hallar que el objetivo principal de los personajes involucrados radica en lograr una gran venta de coca para conseguir el poder y el dinero que siempre “soñaron”.

Este estereotipo se vio reforzado con la política de comunicación sobre el narcotráfico implementada por el gobierno de Felipe Calderón. La constante exposición de los capos detenidos con la droga decomisada, que en la mayoría de los casos se trataba de sendos cargamentos de cocaína, daba a la droga una fuerte connotación de poder económico.

En el Capítulo I se observó que, ante el crecimiento y expansión de los cárteles, la exhibición de los detenidos no conseguía el efecto de demostrar la derrota de los narcotraficantes, sino su contrario, la imagen de que éstos seguían incrementando su poder.

3.- “La cocaína es **consumida por los estratos sociales más altos**”. Hace 15 o 20 años este estereotipo tenía cierta validez por los altos precios de la cocaína, lo que hacía a esta droga de difícil acceso a los estratos sociales medios y bajos.

Sin embargo, en la actualidad el estereotipo ha perdido exactitud ante la distribución creciente de una cocaína cada vez más adulterada, de bajo precio, que hace posible su acceso a las clases medias y populares.

4.- Contrario al estereotipo asociado al poder y el dinero, la cocaína es también representada como una droga de efectos mortales en la primera ocasión de consumo.

Ciertamente, los efectos de la cocaína sobre el ritmo cardiaco y la presión sanguínea pueden ocasionar taquicardia, y, en algunos casos, un paro respiratorio. Sin embargo, esto depende de la situación del consumidor, quien, en buenas condiciones cardiovasculares podrá resistir mejor dichos efectos que una persona con problemas del corazón o una difícil circulación de la sangre.

Por otra parte, la cocaína adulterada que ronda en el mercado negro presenta un mayor riesgo a la salud del consumidor que una cocaína con altos niveles de pureza. De acuerdo con estimaciones recientes, la coca, al ser combinada con estricnina, ácido bórico o formol, con el fin de aumentar su efecto estimulante, posee un grado de pureza que oscila entre un 5% y un 50%¹⁰⁹.

A partir de este marco de referencia alternativo para la comprensión objetiva e integral de las drogas, particularmente del alcohol, la marihuana y la cocaína, las sustancias más consumidas en el país, es posible plantear las bases conceptuales de la prevención.

3.4. Información y prevención sobre el consumo de drogas. Una nueva mediación.

En España, la teoría de las mediaciones ha sido aplicada en el análisis de las representaciones sociales difundidas por los medios de comunicación en torno al consumo de drogas.

Los investigadores hispanos encontraron que los medios “insisten redundantemente en el predominio de ciertos aspectos de la realidad, privilegiando a unos protagonistas sobre otros, por lo que se acaban consolidando determinadas estructuras de significados revertidas en

¹⁰⁹ <http://adiccionestemasdrogas.blogspot.mx/search/label/Coca%C3%ADna> Consulta 08/10/2013

estereotipos que sirven de cuadros interpretativos y actitudinales en la sociedad”¹¹⁰.

Dichas “estructuras significativas” –explican los españoles- tienen su matriz en el enfoque jurídico/punitivo que predomina en torno al uso de ciertas drogas, y que excluye -o minimiza- el empleo de los enfoques biológico, psicológico y sociocultural que pueden complementar y enriquecer el estudio del problema.

En México, el enfoque jurídico de la prohibición es exacerbado por el poder y la violencia de la guerra contra el narcotráfico. El entorno profundamente criminalizado de las drogas distorsiona la situación de los consumidores a través de distintos estereotipos, prejuicios y clichés que son reproducidos en los medios de comunicación.

Por tanto, el planteamiento de un enfoque preventivo deberá basar sus principios en una visión biopsicosocial y sociocultural, en la información objetiva y veraz, en la situación específica de los consumidores y los potenciales consumidores.

A continuación se puntualizan las líneas conceptuales del nuevo marco de referencia en torno al consumo de drogas, el cual servirá de punto de partida a la nueva mediación sobre el tema a través del uso de Internet y las redes sociales.

Para ello, se sintetizan las ideas expuestas a lo largo de este Capítulo en torno de las características, los usos y el contexto de las drogas, así como las sugerencias contenidas en el excelente manual “¿Cómo mejorar la información

¹¹⁰ http://www.unizar.es/centros/eues/html/archivos/temporales/04_AIS/AIS_04_10.pdf Consulta 08/10/2013 (García Madrigal, Florencio (Profesor de sociología de la Universidad de Zaragoza).- Influencia y Efectos de los medios: la creación de estereotipos sobre las drogas).

sobre drogas y otras adicciones?”, publicado por la asociación Proyecto Hombre, en Madrid, España¹¹¹.

1.- Evitar hablar de las drogas en general sin distinguir entre legalizadas e ilícitas.

2.- Clasificar las drogas según sus efectos: estimulantes, alucinógenas y depresoras.

3.- Diferenciar a los consumidores por droga utilizada, edad, sexo, estrato social, grupo de pares, etc.

4.- Distinguir las motivaciones psicológicas, familiares, socioeconómicas, etc. del consumo.

5.- Determinar los factores de riesgo que llevan al consumo: factores biológicos (predisposiciones congénitas); factores macrosociales (políticas públicas, situación jurídica de las droga); factores microsociales (entorno socioeconómico y cultural del consumidor); factores individuales (actitudes, conductas, habilidades, aptitudes, inquietudes, búsquedas, etc.)¹¹²

6.- Evitar el uso de términos peyorativos o imprecisos para definir al consumidor de drogas: drogodependiente, drogadicto, toxicómano, etc. Recordar que la asignación de estos términos depende del grado de adicción desarrollada por el consumidor. No todos los consumidores desarrollan el mismo nivel de dependencia.

¹¹¹ <http://proyectohombre.es/wp-content/uploads/2011/11/guia-estilo-proyecto-hombre.pdf> Consulta 09/10/2013

¹¹² http://www.cruzrojajuventud.es/pls/portal30/docs/PAGE/CRJ/RECURSOS_DIDACTICOS/RD_PROMOCION_Y_EDUCACION_PARA_LA%20_SALUD/JUVENTUD%20ALCOHOL%20Y%20COCAINA/GUIA_JUVENTUD_ALCOHOL_Y_COCAINA_CRUZ-ROJA-JUVENTUD-2010.PDF Consulta 09/10/2013

7.- Junto a los factores de edad, sexo, grupo de pares, condición socioeconómica, etc., agregar las características particulares de la droga y su consumo: tipo de droga, dosis, nivel de pureza, pautas de consumo y circunstancia específica de la ingesta.

8.- En cuanto al grado de adicción de la persona, tomar en cuenta la naturaleza química de la droga; su factor de tolerancia, que depende de su nivel tóxico; la relación proporcional entre los efectos gratificantes y secundarios; la tolerancia desarrollada por el consumidor; y los síntomas del síndrome de abstinencia.

9.- Evitar que la posición socioeconómica, el grupo étnico y las supuestas deficiencias de carácter aparezcan como la única causal del consumo.

10.- Aportar información rigurosa, científica, plural y positiva.

11.- Visualizar el consumo de las drogas como un problema social que atañe a todos, y no sólo como un problema individual del cual el único responsable es el consumidor.

12.- Evitar el uso de imágenes donde se observe el consumo de alguna droga, donde el consumidor se vea asociado con un entorno marginal, violento o criminal.

13.- En general, evitar caer en las dicotomías (visión maniquea de la realidad), la parcelación referencial (tomar en cuenta un solo aspecto de la realidad), y en la redundancia y la enfatización (repetición trivial de las características de un solo aspecto del problema).

14.- En un sentido general, evitar el uso de estereotipos, prejuicios y clichés.

Estos lineamientos se adaptarán a los conceptos y técnicas particulares de la comunicación persuasiva en la elaboración de los mensajes preventivos a través de las mediaciones de Internet y las redes sociales.

3.4.1. Prevención en Internet y redes sociales. Conceptos y propuestas generales.

En vista de lo expuesto en esta tesina es posible sintetizar las cualidades que hacen de Internet y las redes sociales la mediación idónea para informar y prevenir sobre el consumo de drogas.

1.- Una diferencia fundamental de Internet, y específicamente de las redes sociales, en relación con los grandes medios de comunicación (TV, radio, prensa escrita), consiste en que la mediación de los acontecimientos no solo proviene de los especialistas en comunicación sino que ésta se realiza conjuntamente entre emisores y receptores.

En un proyecto de prevención, esto permite la participación directa del público para aportar información, testimonios y soluciones al problema, así como la eventual creación de redes de emergencia para brindar ayuda inmediata a los consumidores que la soliciten.

La participación directa de los receptores a través de las redes ofrecería al problema del consumo una dimensión colectiva, haciendo ver que este asunto no sólo concierne a quienes lo padecen sino a la sociedad en general.

2.- La pluralidad de los puntos de vista que suele hallarse sobre un tema en las redes sociales se corresponde perfectamente a la visión multicausal que debe prevalecer en torno al consumo de drogas.

Tener en cuenta la suma de las variantes psicológicas, familiares, socioeconómicas, culturales y políticas que inciden en la aparición del consumo permite ver cuál de ellas tiene un peso específico en el caso de una persona o de un grupo en especial.

3.- El anonimato en las redes sociales, que en muchas ocasiones representa un riesgo a la seguridad de los usuarios, en el caso de la prevención significa una gran ventaja, ya que permite recabar testimonios de quienes padecen el problema sin necesidad de exponerse a sufrir el estigma del público.

4.- La inmediatez y la simultaneidad de la información refuerza la posibilidad de crear redes de emergencia para la atención de casos avanzados de consumo, o, incluso, para quienes se encuentran en riesgo potencial de usar una droga desconocida o posiblemente adulterada y requieren –en ese momento- de información puntual.

La creación de los mensajes. El perfil del receptor en las redes.- Como se vio en el Capítulo II, la mayoría de los usuarios de Internet y las redes sociales tienen acceso a distintas fuentes de información para entender los aspectos de un determinado problema. Por ende, el usuario promedio de la Red suele ser un receptor con mayor capacidad crítica y de comprensión que los receptores habituales de la televisión o la radio.

Otro factor de suma importancia para comprender a los usuarios de Internet es su edad, que en la mayoría oscila de 12 a 18 años, una generación que empieza a basar su conocimiento y percepción de las cosas en la experiencia con las nuevas tecnologías de la información.

Por otra parte, los jóvenes constituyen el segmento al cual –mayormente– deben estar dirigidos los mensajes preventivos, por el hecho de ser el grupo poblacional que más drogas consume en México.

Este perfil general del receptor de las redes sociales plantea la necesidad de pensar en mensajes preventivos con gran precisión y veracidad de contenido... “mensajes con informaciones claras sobre las verdades y falsedades del consumo de drogas a lo largo de la historia”¹¹³.

“Esto implica adentrarse en los mundos subjetivos y metafóricos de los jóvenes de hoy en día y analizar las corrientes de pensamiento que fomentan el consumo. Los diseñadores de los programas de prevención de drogas deben poseer un conocimiento profundo de los puntos de vista mantenidos por la audiencia respecto del objeto de actitud y cambio conductual considerados”¹¹⁴.

Por tanto, las formas de persuasión empleadas en la elaboración de los mensajes deberán partir de estos “mundos subjetivos y metafóricos”, pero con el fin de revertir su sentido hacia la prevención y la información responsable.

En otros términos, los contenidos del nuevo marco de referencia pasarán por el “filtro” de las percepciones vigentes acerca de las drogas para concretarse en mensajes que realmente logren interesar y persuadir a una audiencia que, formada en la sofisticación de la publicidad actual y las redes sociales, posee una especial sagacidad al momento de seleccionar y descifrar los mensajes de los *mass media*.

Por ello, es importante evitar en los mensajes de prevención los sermones velados, el tono de reprimenda o las visiones tremendistas de las drogas que

¹¹³ INFANTE REJANO, Eduardo.- **El consumo de drogas como expresión dialéctica de la juventud en la sociedad actual**. En *Psicología Social: un encuentro de perspectivas*. Coords. Cádiz. C, Guillén y R Guil.

¹¹⁴ <http://personal.us.es/einfante/uploads/PUBLICACIONES/expresion%20dialectica.pdf> Consulta 08/10/2013

puedan causar el escepticismo o el rechazo de un receptor -el de Internet y las redes sociales- cada vez más informado e inteligente.

Es necesario apelar a la imaginación y a la razón de esta audiencia a través de dos géneros expresivos: el realismo y el humor. El primero, basado en una visión objetiva de los hechos, sin mostrar tendencias fatalistas (las drogas “matan”) o cándidas (sin drogas se llega a la “felicidad”). El segundo, el humorismo, la forma más efectiva pero a la vez la más riesgosa al tratar el asunto de la drogas; un género que bien utilizado puede desvanecer el aura ominosa que hay sobre el tema y concientizar acerca del mismo a través de la relajación del ánimo.

En resumen, como en todo buen mensaje publicitario, se trata de “capturar los sentidos” del receptor y de “vender” no solo el producto (en este caso la prevención) sino una idea concreta sobre la salud y la vida.

3.4.2. Ejemplos de usos y mensajes preventivos en Internet y las redes sociales.

A continuación se exponen algunos mensajes en torno de las drogas que fueron hallados en las redes sociales tras una exploración del tema en Internet. Éstos sirven de ejemplo para ilustrar la manera de expresar el marco de referencia alternativo sobre el consumo.

En el siguiente apartado se muestran los mensajes propios de este trabajo a manera de sugerencias en la creación de una campaña preventiva y de información. Se comprobará la manera en que las cualidades conceptuales y técnicas de Internet y las redes sociales permiten una mediación innovadora respecto al tema. De este modo se completará el objetivo de la presente investigación.

En Internet es común hallar imágenes que alteran o invierten los estereotipos de las drogas. En el gráfico de la derecha, el tabaco, una droga legalizada, es equiparada a un arma de fuego.



Una referencia violenta que traslada la connotación de muerte, muy vista en los estereotipos de las drogas ilegales, a la imagen de una droga legal que causa graves daños a la salud. (Fuente: <http://es.123rf.com/Aplicar>).

En un caso contrario (derecha), la marihuana, una droga ilegal, es equiparada a la imagen habitual de un medicamento. El gráfico fue diseñado para promover el uso terapéutico de la marihuana. (Fuente: <http://es.123rf.com/Aplicar>)



El humor, en sus variantes de sarcasmo, farsa y sátira, es una forma expresiva muy empleada por los usuarios de las redes, por lo que el tema de las drogas no podía ser la excepción.

En la creación de los mensajes preventivos el humor puede ser una herramienta invaluable en el objetivo de capturar la atención de la audiencia, aunque su uso debe guardar cierto cuidado, ya que el tema puede caer en



la trivialidad y el sentido del mensaje ser impreciso. Es importante considerar que el humorismo es solo un medio para concientizar al receptor sobre la problemática del consumo.

El contenido crítico en los mensajes sobre las drogas, a través de la técnica



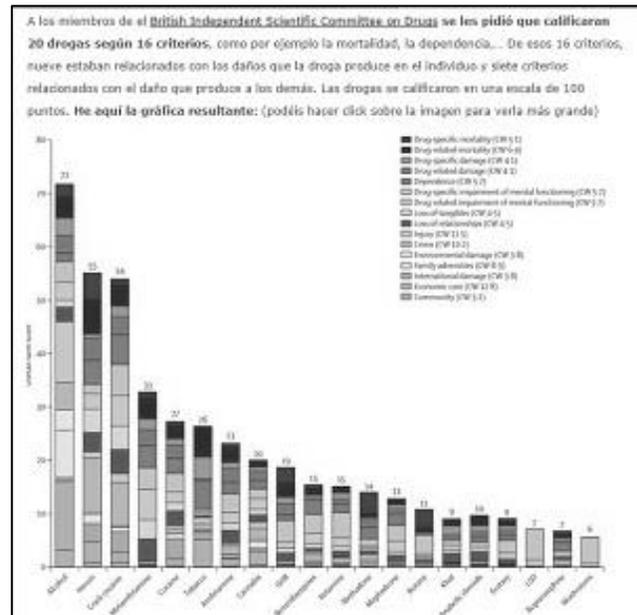
del contraste, es algo que puede realizarse con gran libertad en las redes sociales.

En el ejemplo de la derecha, la connotación de droga adjudicada a una serie de productos comercializados ampliamente sería algo imposible de ver en los



grandes medios de comunicacion, cuyas ganancias son obtenidas, en gran parte, de la publicidad de estos productos.

De igual modo, la información que en alguna medida se contrapone a las creencias del marco de referencia tradicional sobre las drogas es factible hallarla en Internet y las redes sociales.



La gráfica de arriba muestra los resultados de una encuesta realizada a los miembros del Comité Británico Independiente sobre las Drogas en torno a los riesgos de las distintas sustancias psicoactivas. Para sorpresa de los mismos encuestadores, la gráfica ubica al alcohol y la cocaína como las drogas de mayor mortandad y dependencia que la cannabis.

En cuanto a la información especializada sobre el tema se ofrece una muestra general de cuatro sitios de internet.

Dos de ellas, Manantiales (<http://www.manantiales.org/index.php>) y Un Mundo Libre de Drogas (<http://mx.drugfreeworld.org/home.html>) son páginas orientadas a la prevención y el tratamiento de las adicciones, y aunque su visión del problema parte de un marco tradicional, ambas ofrecen información sumamente especializada y profesional.

Drogas US (http://www.drogas.us/) y Drogas México (http://www.drogas-mexico.org/) son páginas dirigidas a proporcionar



información de tipo sociológico y político sobre el tema.



Ambas pugnan por la legalización y exhiben una postura crítica ante la política de guerra en contra del narco, además de dar información médica y cultural poco convencional

acerca de las drogas.

La combinación de las dos orientaciones, la preventiva y la consistente en el análisis político y social, puede servir de modelo



de comunicación para informar y prevenir de las drogas en las redes sociales.

3.4.3. Muestras de mensajes preventivos en Facebook y Twitter.

A continuación se presenta una serie de gráficos y textos que contienen las líneas conceptuales del marco de referencia alternativo en formas expresivas que toman en cuenta las percepciones y los criterios de los usuarios de las redes sociales y las especificaciones técnicas y conceptuales de este medio de comunicación.

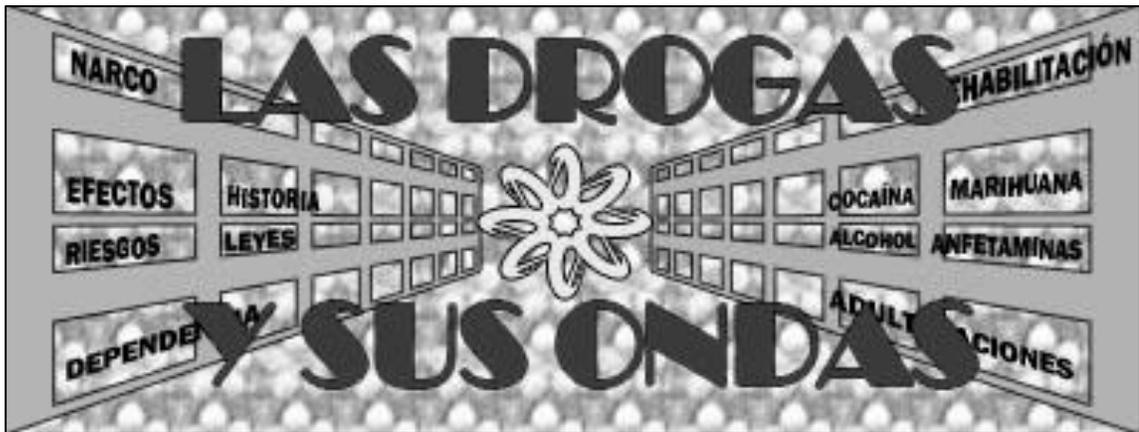
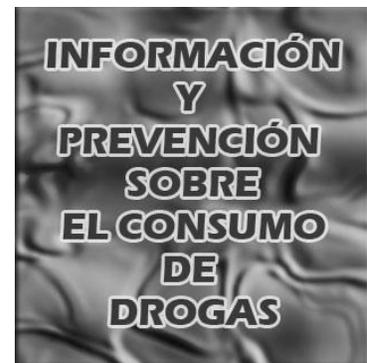


Gráfico para el cabezal de una página de Facebook sobre información y prevención de drogas dirigida a un público adolescente. Emplea un lenguaje, figuras y colores que apelan a la percepción juvenil que se tiene sobre el tema.



Arriba a la derecha, la imagen correspondiente a la biografía del cabezal en Facebook con un fondo que hace referencia a las ideas habituales de confusión y psicodelia que se tiene de las drogas, pero con el letrero que especifica el propósito de la página.

Una de las propuestas fundamentales de esta tesina consiste en aprovechar los estereotipos existentes sobre el consumo de las drogas para, primero, capturar la atención de la audiencia por medio de ciertas referencias preestablecidas, y, segundo, para invertir el sentido de éstas hacia el propósito de la prevención.

A la derecha, en el primer gráfico, se aprovecha el estereotipo popularizado por la película Scarface (Brian de Palma, 1979) sobre el narcotraficante poderoso y violento que al final de su carrera delictiva es asesinado brutalmente.



En el post su muerte se asocia no a la violencia revertida en su contra sino al consumo crónico de cocaína, a partir de una de las escenas más conocidas de la cinta, en que Tony Montana (Al Pacino) inhala grandes cantidades de la droga que lo hacen insensible a los impactos de bala.

En el segundo gráfico (a la derecha) se emplea la técnica del anticomercial, perfecta para la inversión de los estereotipos creados por la publicidad. Al tipificar una botella de tequila con la marca “Legal” y la leyenda “la droga que te pone sin broncas” se consigue dar al mensaje un tono de sátira que, de forma contundente, expone la verdad oculta en los comerciales de las bebidas alcohólicas.

En ambos gráficos se emplea la técnica del montaje de textos explicativos, o informativos, sobre imágenes preconcebidas, muy usada en las redes sociales.



En la siguiente página, un ejemplo de post con el gráfico del alcohol en la página de Facebook “Las Drogas y sus Ondas”.

Debajo de este post, uno colocado en Twitter del gráfico de Scarface. A diferencia de Facebook, la naturaleza técnica del Twitter permite en un solo plano visualizar el texto corto habitualmente usado en esta red y una imagen relacionado con el mismo.

En este post también se ofrece al usuario la liga de una página especializada en consumo de drogas para obtener más información sobre el tema específico planteado en la gráfica en torno a la cocaína.



En las siguientes imágenes se observa la forma de crear mensajes de texto planteados de forma interesante, destacando algún aspecto desconocido del tema, junto a una imagen y con una liga a un sitio con información sobre el asunto.

Eventos

Fotos

Buscar amigos

AMIGOS

Mejores amigos

Independiente 19

APLICACIONES

Centro de aplicaciones

Guerra de drogas

Actividad en Juegos

Música

Notas

Enlaces

Toques

GRUPOS

Sergio Espitia

MÁS DEL 50% DE LOS MEXICANOS ESTÁN A FAVOR DE DESPENALIZAR LA MARIHUANA PERO MENOS DEL 30% SE HALLAN A FAVOR DE SU USO RECREATIVO. CONOCE LA DIFERENCIA...
http://www.drogas.us/tipos/alcohol/adicciones/uso_recreacional_y_abuso/

Uso Recreacional y Abuso | Drogas.us - 1-888-US-DROGAS | Recreacional, ámbito, Tabaco, Existe...
www.drogas.us

La legislación contemporánea considera ilícito el uso y el comercio extra terapéutico de psicofármacos, que alteran la conciencia.

Me gusta

Comentar

Compartir

Hace unos segundos

Me gusta

Joselyn Juncal
A 149 178 personas les gusta ella.
Me gusta

Angelique boyer (Oficial)
A 140 230 personas les gusta ella.
Me gusta

Alexander Jansson
A 27 091 personas les gusta esto.
Me gusta

Work Drugs
A 119 847 personas les gusta esto.
Me gusta

Marcia Fernandes
A 170 732 personas les gusta esto.

Prevención de drogas @MensajeAlterno

La coca causa una poderosa sensación de energía/Pasado el efecto provoca gran necesidad de seguir consumiéndola goo.gl/Zc6iei

59min

Abrir

Prevención de drogas @MensajeAlterno

¿Sabía que la marihuana es usada con fines médicos pero que no tiene dones curativos? goo.gl/bmr3nG

59min

Abrir

facebook

Busca personas, lugares y cosas

Sergio Espitia Buscar amigos Inicio

Eventos

Fotos

Buscar amigos

AMIGOS

Mejores amigos

Independiente 19

APLICACIONES

Centro de aplicaciones

Guerra de drogas

Actividad en Juegos

Música

Notas

Enlaces

Toques

GRUPOS

Crear un grupo...

PÁGINAS

Descubrir páginas

Sergio Espitia

¿SABÍAS QUE LA MARIHUANA ES USADA CON FINES MÉDICOS EN ALGUNOS PAÍSES PERO QUE EN REALIDAD NO TIENE DONES CURATIVOS? <http://adiccionesemadrogas.blogspot.mx/search/label/Marihuana>

Me gusta

Comentar

Compartir

Hace unos segundos

A 27 090 personas les gusta esto.
Me gusta

Sin Embargo MX
A 161 059 personas les gusta esto.
Me gusta

Animal Político
A 616 869 personas les gusta esto.
Me gusta

Páginas de entretenimiento que... ver todas

Vanessa Huppenlothen
A 151 266 personas les gusta ella.
Me gusta

Angelique boyer (Oficial)
A 140 187 personas les gusta ella.
Me gusta

Joselyn Juncal
A 149 149 personas les gusta ella.
Me gusta

Facebook © 2013
Español · Privacidad · Condiciones · Cookies

Por otra parte, para el uso de las redes sociales, con el fin potenciar sus ventajas en la tarea de informar y prevenir sobre el consumo de drogas, se hacen las siguientes recomendaciones:

1. Preferentemente, hacer link en Me Gusta, seguir o agregar en la lista de amigos a cuentas de Facebook y Twitter de jóvenes, instituciones de salud, personajes públicos con gran número de seguidores, sitios especializados (nacionales y extranjeros), y agregar en estos sitios los contenidos de la página de prevención.
2. Crear grupos en Facebook centrados en discutir o informar sobre un aspecto específico del consumo, o reservado a las opiniones de los especialistas, o a los testimonios de consumidores de drogas.
3. Crear un espacio para testimonios por medio de video o escritos.
4. Creación sistemática en Twitter de Hastags sobre temas específicos del consumo de drogas o algún asunto relacionado con el tema que se encuentre de boga en la opinión pública.
5. Procurar hacer en cada post publicado una liga a un sitio relacionado con el tema tratado para conseguir que el propio sitio dedicado a la prevención se convierta en el centro de una red colectiva de información sobre el tema.

Por último, en esta tesina se sostiene que el punto crucial para la trascendencia en las redes de un sitio para la información y prevención del consumo de drogas radica en la novedad y la calidad de los mensajes difundidos. Por ello, es vital conseguir la combinación precisa del rigor en el contenido y la fuerza

persuasiva de las formas de expresión. En Internet y las redes sociales, el mensaje que logra convertirse en masivo, a través de la réplica de otros usuarios, es porque responde a la imaginación y las necesidades de los receptores.

Conclusión.-

El tráfico y consumo de drogas en México es un problema cuya solución se antoja poco factible bajo las actuales políticas gubernamentales. La guerra contra las drogas pareciera ahondar el problema en lugar de aminorarlo. El poder de los cárteles, cuyas operaciones ya no se limitan al trasiego de sustancia ilícitas sino a la realización de diferentes actividades ilegales, sigue creciendo, y, con ello, el consumo de drogas.

La legalización se plantea como una de las grandes soluciones al problema, sin embargo, el retroceso de la salud pública en el país, con el recorte de las aportaciones empresariales y sindicales al seguro social, y el detrimento en la calidad de los servicios, plantea el riesgo de que el problema específico del consumo –en un contexto de legalización- pueda complicarse ante la falta de los recursos necesarios para la prevención y el tratamiento de las adicciones.

Por otra parte, los grandes beneficios provenientes del tráfico de drogas plantean la dificultad política y económica de que el gobierno se halle en condiciones de dar la vuelta de tuerca y enfrentarse a los grandes intereses que se verían amenazados con la legalización.

En vista de este pronóstico es de esperarse la continuidad de las políticas de combate frontal al tráfico de drogas, y, por tanto, la permanencia en los grandes medios de comunicación (TV, radio y prensa escrita) de una visión conservadora acerca del tema.

La solución –una vez más- se encuentra en las acciones que puedan emerger de la sociedad civil. En el Capítulo II se expusieron algunas de las iniciativas ciudadanas más relevantes en el uso de las redes sociales para informar y prevenir del delito ante la incapacidad de las autoridades o la abierta complicidad de éstas con el crimen organizado.

En el caso del consumo de drogas, empieza a surgir la necesidad de un mayor interés de la sociedad en este problema, cada vez más presente en la vida de familiares, amigos, compañeros de trabajo y vecinos. Un interés que de existir deberá concretarse en un mayor acceso a la información sobre el tema, en labores constantes de prevención y tratamiento de las adicciones.

Para ello, las redes sociales ofrecen una ventaja inmejorable a la participación activa de los ciudadanos y la información libre y responsable en torno al consumo. El uso cotidiano y natural de las redes hace posible la socialización de asuntos de interés público desde la perspectiva de quienes los padecen o los atestiguan diariamente.

En la actualidad, la influencia de las redes sociales ha llegado al grado de definir –en muchas ocasiones- el curso de los mensajes de la clase política y sus correspondientes acciones, así como los principales contenidos de los *mass media*.

Por ende, un esfuerzo consciente y organizado de grupos, escuelas, instituciones y ciudadanos en general, en prevenir e informar sobre el consumo de drogas a través de las redes sociales, podría tener un gran efecto en la orientación de la opinión pública nacional y en las decisiones del gobierno relativas al tema.

Esta tesina espera despertar ese interés entre sus eventuales lectores; plantear la necesidad de comenzar a desarrollar acciones sociales para atacar la problemática del consumo; ofrecer la información básica sobre el tema; esclarecer los medios y las técnicas de comunicación que se adecúan al objetivo de la prevención; y, de esta manera, contribuir, desde la perspectiva de la academia y el periodismo, a la solución de un problema colectivo.

Bibliografía.-

- 1.- ASTORGA, Luis.- El Siglo de las Drogas. Espasa-Calpe (Espasa Hoy). México. 1996. 166 pp.
- 2.- BOURDIEU, Pierre.- Sociología y Cultura. Grijalbo-Conaculta (Los Noventa). México. 1990. 317 pp.
- 3.- ESCOHOTADO, Antonio.- Historia General de las Drogas. Espasa-Calpe. España. 1998. 1542 pp.
- 4.- GOMEZJARA, Francisco A. y Gerardo Mora H. et al.- El Imperio de la Droga. Distribuciones Fontamara (Rompan Filas 7). México. 1992. 174 pp.
- 5.- PRIETO CASTILLO, Daniel- Retórica y Manipulación Masiva. Ediciones Coyoacán (Diálogo Abierto, Comunicación). México. 1998. 137 pp.
- 6.- PRIETO CASTILLO, Daniel.- Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. pp. 47-48. 211 pp.
- 7.- REYES TIRO, Roberto Jahaziel y José Antonio O'Quinn Parrales.- La Comunicación Gubernamental de la Guerra contra el Narcotráfico en México. Revista Espacios Públicos. Vol. 16, núm. 36, enero-abril, 2013. 12 pp.
- 8.- INFANTE REJANO, Eduardo.- El consumo de drogas como expresión dialéctica de la juventud en la sociedad actual. Psicología Social: un encuentro de perspectivas. Coords. Cádiz. C, Guillén y R Guil. 6 pp.

Otras fuentes.-

- 1.- <http://www.jornada.unam.mx/2013/01/18/adicciones/a11n3adi> Ángeles Cruz Martínez/ Consulta 25/08/2013
- 2.- <http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/480778/6/drogas-ilicidas-generan-en-jalisco-367-mdp.htm/> Consulta 26/08/2013
- 3.- <http://www.lajornadajalisco.com.mx/2013/03/31/narcotrafico-el-quinto-empleador-mas-importante-del-pais-diputados/> Consulta 27/08/13
- 4.- <http://www.jornada.unam.mx/2012/12/11/politica/015n1pol> Consulta 26/08/2013

- 5.- <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2013/06/02/los-89-carteles-arrasan-mexico/> Consulta 26/08/2013
- 6.- <http://www.sinembargo.mx/20-08-2012/335244/> Consulta 27/08/2013
- 7.- <http://aristeginoticias.com/2611/mexico/seis-anos-despues-miles-de-muertos-y-un-estado-mas-vulnerable/> Consulta 26/08/2013
- 8.- <http://www.animalpolitico.com/2013/07/van-mas-de-7-mil-muertos-por-narco-oficiales-en-sexenio-de-epn/#ixzz2dHwYflxn/> Consulta 28/08/2013
- 9.- <http://www.sinembargo.mx/22-05-2013/628260/> Consulta 27/08/2013
- 10.- <http://www.telesurtv.net/articulos/2013/07/29/el-neoliberalismo-impulsor-del-narcotrafico-y-la-violencia-en-mexico-5148.html> Consulta 06/27/2013
- 11.- <http://noticias.univision.com/narcotrafico/noticias/article/2013-06-26/mexico-desplaza-colombia-produccion-droga#axzz2d5agVNUL> Consulta 06/27/2013
- 12.- <http://eleconomista.com.mx/distrito-federal/2012/08/12/df-1700-narcotiendas> Consulta 27/08/13
- 13.- <http://www.informador.com.mx/jalisco/2013/480778/6/drogas-ilicitas-generan-en-jalisco-367-mdp.htm> Consulta 27/08/2013
- 14.- <http://www.animalpolitico.com/2013/07/el-gran-negocio-del-lavado-de-dinero-en-mexico-2/#ixzz2d7NLmA3c/> Consulta 27/08/2013
- 15.- <http://aristeginoticias.com/0511/mexico/78-de-la-economia-mexicana-infiltrada-por-el-narco-buscaglia/> Consulta 29/08/2013
- 16.- <http://www.cnnexpansion.com/economia/2012/10/15/las-3-debilidades-de-la-ley-antilavado/> Consulta 29/08/2013
- 17.- <http://www.eluniversal.com.mx/estados/72402.html/> Consulta 29/08/2013
18. <http://www.jornada.unam.mx/2010/08/26/index.php?section=politica&article=002n1pol/> Consulta 29/08/2013
- 19.- <http://www.excelsior.com.mx/node/763911/> Consulta 29/08/2013
- 20.- <http://www.noticiasfides.com/g/mundo/reportaje-la-violencia-provoca-graves-danos-psicosociales-en-mexico-2158/> Consulta 30/08/2013
- 21.- <http://www.infobae.com/2011/11/29/1039003-ninos-traumatizados-la-otra-cara-del-narcotrafico/> Consulta 30/08/2013

- 22.- <http://revoluciontrespuntocero.com/en-mexico-41-de-los-periodistas-padecen-traumas-de-guerra/> Consulta 30/08/2013
- 23.- <http://es.insightcrime.org/noticias-del-dia/violencia-relacionada-a-la-droga-en-mexico-cobra-un-alto-precio-psicologico/> Consulta 30/08/2013
- 24.- http://www.peacebrigades.org/fileadmin/user_files/projects/mexico/files/PBI_Publications/Panorama_de_la_Defensa_de_los_Derechos_Humanos_en_Mexico%81xi.pdf Consulta 30/08/2013
- 25.- <http://www.sinembargo.mx/24-05-2013/630858/> Consulta 30/08/2013
- 26.- <http://www.informador.com.mx/mexico/2013/474801/6/derechos-humanos-recibe-mas-de-cuatro-mil-quejas-en-seis-meses.htm/> Consulta 30/08/2013
- 27.- <http://www.jornada.unam.mx/2013/04/20/politica/011n1pol/> Consulta 30/08/2013
- 28.- <http://www.jornada.unam.mx/2013/05/18/cam-grupos.html/> Consulta 31/08/2013
- 29.- <http://mexico.cnn.com/nacional/2013/03/09/los-grupos-de-autodefensa-en-mexico-una-ventana-para-el-crimen/> Consulta 31/08/2013
- 30.- <http://www.oem.com.mx/eloccidental/notas/n3104680.htm/> Consulta 30/08/2013
- 31.- <http://www.teknologeek.com/2013/05/27/mexico-quiere-legalizar-los-grupos-de-autodefensas/#ixzz2dWdcHMs9/> Consulta 30/08/2013
- 32.- <http://www.proceso.com.mx/?p=326393/> Consulta 02/09/2013
- 33.- <http://www.sdpnoticias.com/nacional/2012/11/21/encuesta-nacional-califica-de-fracaso-la-guerra-de-calderon-contra-el-narcotrafico/> Consulta 02/09/2013
- 34.- <http://www.eluniversal.com.mx/notas/688034.html/> Consulta 03/09/2013
- 35.- <http://www.adnpolitico.com/gobierno/2012/11/30/haiga-sido-como-haiga-sido-calderon-termina-su-sexenio/> Consulta 03/09/2013
- 36.- <http://www.sabiduriadeescalera.com/?p=4348/04/09/2013> Consulta 03/09/2013

37. http://www.udlondres.com/revista_psicologia/articulos/stamuerte.htm/
Consulta 05/09/2013
- 38.- <http://www.monografias.com/trabajos24/internet-caracteristicas/internet-caracteristicas.shtml#quees#ixzz2eSNpXiZF> Consulta: 09/09/2013
- 39.- <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet#LGR67>
Consulta:09/09/2013
- 40.- <http://www.fergut.com/wordpress/sobre-internet/la-evolucion-de-internet-en-mexico-y-su-impacto-en-el-ambito-educativo-de-1986-a-2006/> Consulta 10/09/2013
- 41.- <http://www.getconnectedtoday.com/es/history> Consulta 10/09/2013
42. <http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/mexico/2013/06/04/habitos-de-los-usuarios-de-internet-en-mexico-2013/> Consulta 11/09/2013
- 43.- <http://www.eldiarioexterior.com/internet-en-mexico-historia-y-41255.htm>
Consulta 10/09/2013
- 44.- <http://www.fergut.com/wordpress/sobre-internet/la-evolucion-de-internet-en-mexico-y-su-impacto-en-el-ambito-educativo-de-1986-a-2006/> Consultado: 10/09/2013
- 45.- <http://www.wradio.com.mx/noticias/economia/destaca-inegi-y-cofetel-importancia-del-internet-en-mexico/20121129/nota/1803927.aspx> Consulta 11/09/2013
- 46.- <http://www.eldiarioexterior.com/internet-en-mexico-historia-y-41255.htm>
Consulta 10/09/2013
- 47.- <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/07/05/los-mexicanos-perciben-a-internet-como-una-herramienta-politica> Consulta 11/09/2013
48. <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/tecnologia/internet/item/49117-habitos-en-internet-de-los-adolescentes-mexicanos> Consulta 11/09/2013
- 49.- <http://thepoint.mx/www/2013/08/12/adiografia-de-los-jovenes-en-mexico-2013-segun-millward-brown/#sthash.PImQfqWv.dpuf> Consulta: 11/09/2013
- 50.- <http://www.monografias.com/trabajos24/internet-caracteristicas/internet-caracteristicas.shtml#quees#ixzz2eSirJfYI> Consulta 09/09/2013

51. <http://www.fesweb.org/uploads/files/modules/congress/11/papers/1895.pdf>
Consulta 16/09/2013
- 52.- <http://www.elnuevodiario.com.ni/internacionales/240377> Consulta
15/09/2013
- 53.- <http://www.noticias24.com/tecnologia/noticia/17600/dpa-de-la-primavera-arabe-a-brasil-el-papel-de-las-redes-sociales/> Consulta 16/09/2013
- 54.- <http://www.animalpolitico.com/2011/08/despues-del-caso-veracruz-cualesellimite/#ixzz2fBHYuQ3i> Consulta 17/09/2013
- 55.- <http://www.animalpolitico.com/2011/08/despues-del-caso-veracruz-cualesellimite/#ixzz2fBHYuQ3i> Consulta 17/09/2013
- 56.- <http://www.informador.com.mx/mexico/2011/321770/6/buscan-modificar-codigo-penal-para-liberar-a-twitteros-en-veracruz.htm> Consulta 17/09/2013
- 57.- <http://informativoquintanaroo.com.mx/el-mundo/reporte-especial/18969-gobierno-y-narco-unidos-contravalor-por-tamaulipas.html> Consulta 17/09/2013
58. <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/034ecf6b67520a10446cdc9bf80d4bb9> Consulta 17/09/2013
- 59.- <http://notaroja-koneocho.blogspot.mx/2013/03/durango-intimidandoadministradores-de.html> Consulta 17/09/2013
- 60.- <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2013/08/03/mexico-conexion-internet-moviles-redes-sociales-cpmx4-campus-party> Consulta 20/09/2013
61. [http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op\(03abri13\)octavioislas#sthash.42T0xn9M.dpuf](http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op(03abri13)octavioislas#sthash.42T0xn9M.dpuf) Consulta 20/09/2013
- 62.- <http://www.presidencia.gob.mx/6-ejes-de-la-reforma-en-telecomunicaciones/> Consulta 20/09/2013
- 63.- <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm> Consulta
25/09/2013
64. <http://www.coruna.es/servlet/Satellite?c=Page&cid=1238384283951&pagina me=CorunaSinDrogas/Page/Generico-Page-Generica> Consulta 25/09/2013
- 65.- <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/CDM.htm> Consulta
25/09/2013

66. http://www.aptasalud.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=27 Consulta 28/09/2013
- 67.- http://www.manantiales.org/drogas_clasificacion.php Consulta 28/09/2013
- 68.- <http://www.jornada.unam.mx/2013/02/07/ls-once.html> Consulta 30/09/2013
- 69.- <http://www.redpolitica.mx/nacion/poblacion-percibe-alza-de-violencia-en-mexico> Consulta 30/08/2013
- 70.- <http://www.jornada.unam.mx/2013/01/18/adicciones/a11n3adi> Consulta 25/08/2013
- 71.- http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ENA_2011_ALCOHOL.pdf Consulta 03/10/2013
72. http://bvs.insp.mx/rsp/_files/File/2013/vol%2055%20no.1%20Enero%20Febrero/7drogas.pdf Consulta 02/10/2013
- 73.- <http://revoluciontrespuntocero.com/pero-el-toque-sigue-siendo-el-rey/> Consulta 02/10/2013
- 74.- <http://aristeguinioticias.com/2506/mexico/crece-consumo-de-drogas-entre-estudiantes-de-secundarias-y-prepas-del-df/> Consulta 03/10/2013
- 75.- <http://www.excelsior.com.mx/2013/02/04/nacional/882573> Consulta 03/10/2013
- 76.- http://www.ugr.es/~pwlac/G21_25Daniel_Rengel_Morales.html Consulta 04/10/2013
- 77.- <http://www.wordreference.com/definicion/clich%C3%A9> Consulta 06/10/2013
- 78.- <http://www.definicionabc.com/comunicacion/cliche.php#ixzz2h0euqBpc> Consulta 06/10/2013
- 79.- <http://www.hypothesis.cl/2013/01/marihuana.html> Consulta 07/10/2013
- 80.- <http://blog.mpp.org/research/study-marijuana-may-protect-against-brain-damage-from-binge-drinking/08212009/#sthash.hnEtLUef.dpuf> Consulta 07/10/2013
- 81.- <http://adiccionestemasdrogas.blogspot.mx/search/label/Coca%C3%ADna> Consulta 08/10/2013

82.http://www.unizar.es/centros/eues/html/archivos/temporales/04_AIS/AIS_04_10.pdf (García Madrigal, Florencio, profesor de sociología de la Universidad de Zaragoza.- Influencia y Efectos de los medios: la creación de estereotipos sobre las drogas). Consulta 08/10/2013

83.- <http://proyctohombre.es/wp-content/uploads/2011/11/guia-estilo-proyecto-hombre.pdf> Consulta 09/10/2013

84.http://www.cruzrojajuventud.es/pls/portal30/docs/PAGE/CRJ/RECURSOS_DIDACTICOS/RD_PROMOCION_Y_EDUCACION_PARA_LA%20SALUD/JUVENTUD%20ALCOHOL%20Y%20COCAINA/GUIA_JUVENTUD_ALCOHOL_Y_COCAINA_CRUZ-ROJA-JUVENTUD-2010.PDF Consulta 08/10/2013

85.<http://personal.us.es/einfante/uploads/PUBLICACIONES/expresion%20dialectica.pdf> Consulta 08/10/2013