

30
29



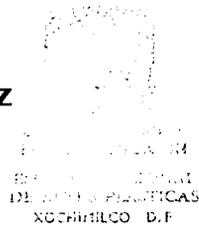
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS**

**CAMPAÑA NACIONAL EN PREVENCIÓN
DE LA FARMACODEPENDENCIA
EN CENTROS LABORALES**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO
PRESENTA:
CARLA GARCÍA-ROJAS ACEVEDO

**DIRECTOR DE TESIS
LIC. MIGUEL ARMENTA ORTÍZ**

MÉXICO, D.F., FEBRERO DE 1997



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



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.

AGRADECIMIENTOS

Carlos M. García-Rojas Armengol
Blanca Acevedo de García-Rojas
Familia Robinson García-Rojas
Familia Peña García-Rojas
Refugio A. de García-Rojas
Carmen B. de Acevedo

**Mil gracias por todo lo
que me han brindado.**

¡Los quiero mucho!

Carla

INTRODUCCIÓN

1. FARMACODEPENDENCIA COMO FACTOR SOCIAL	
1.1 ¿Farmacodependencia, problema individual o social?	1
1.2 Farmacodependencia como delito federal	10
1.2.1 Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994	10
1.2.2 Programa Nacional de Salud 1990-1994	10
1.2.3 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal	11
1.2.4 Ley General de Salud	12
1.2.5 Programa contra la farmacodependencia	13
1.3 El papel de las instituciones públicas y privada en la prevención de la farmacodependencia	15
1.3.1 Secretaría de Salud	15
1.3.2 Dirección General de Epidemiología	16
1.3.3 Dirección General de Control de Insumos para la Salud	16
1.3.4 Centro Nacional de Información y Documentación en Salud	16
1.3.5 Instituto Mexicano de Psiquiatría	16
1.3.6 Coordinación General del Consejo Nacional contra las Adicciones	17
1.3.7 Centro de Integración Juvenil, A.C.	17
1.3.8 Secretaría de Educación Pública	17
1.3.9 Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica	18
1.3.10 Dirección General de Educación Extraescolar	18
1.3.11 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes	18
1.3.12 Comisión Nacional del Deporte	18
1.3.13 Instituto Mexicano del Seguro Social	19
1.3.14 Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los trabajadores del Estado	19
1.3.15 Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia	19
1.3.16 Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal	19
1.3.17 Universidad Nacional Autónoma de México	20
1.3.18 Instituto Politécnico Nacional	20
1.3.19 Instituto Mexicano del Petróleo	20
1.3.20 Fundación Ama la Vida. Centro contra las Adicciones Iztacalco	20
1.3.21 Asociación Nacional de Padres de Familia	21
1.4 Canacitra-PGR, unión de fuerzas contra la farmacodependencia	22
2. FARMACODEPENDENCIA EN LOS CENTROS DE TRABAJO	
2.1 Frecuencia, causas y consecuencias de la farmacodependencia en centros laborales	26
2.2 Papel de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en la prevención de la farmacodependencia.	30
2.2.1 NOM - 009 - STPS - 1993	30
2.2.2 NOM - 010 - STPS - 1994	33
2.2.3 NOM - 017 - STPS - 1994	35
2.2.4 NOM - 019 - STPS - 1993	36

2.3 Programas de prevención y control de la farmacodependencia en los centros laborales	40
2.3.1 General Motors-United Auto Workers (Detroit, Michigan)	43
2.3.2 St. Louis Symphony Orchestra (St. Louis, Missouri)	44
3. DISEÑO GRÁFICO COMO PROCESO DE COMUNICACIÓN	
3.1 Diseño gráfico y comunicación	47
3.1.1 Diseño Gráfico	47
3.1.2 Elementos Gráficos	49
3.1.3 Técnicas visuales	56
3.1.4 Técnicas de representación	64
3.1.5 Técnicas de impresión	66
3.1.6 Medios de difusión	73
3.1.7 Comunicación	81
3.1.8 Comunicación de masas	83
3.1.9 Publicidad	84
3.1.10 Campaña publicitaria	85
4. DISEÑO GRÁFICO Y FARMACODEPENDENCIA	
4.1 Campaña Social	88
4.1.1 Planificación	88
4.1.2 Investigación del Problema	89
4.1.3 Definición del Público Objetivo	98
4.1.4 Objetivos	99
4.1.5 Estrategia de la Campaña	100
4.1.6 Diseño del Material Gráfico	103
4.1.7 Costos de producción	113
CONCLUSIONES	115
BIBLIOGRAFÍA	118

INTRODUCCION

La presente investigación tiene su origen en la necesidad de tomar medidas preventivas para evitar que el problema de la farmacodependencia alcance grados extremos, como ha venido ocurriendo en otros países del mundo.

En México los índices de farmacodependencia, específicamente en centros de trabajo, han venido incrementándose con gran rapidez de ahí el querer instaurar medidas preventivas para que el desarrollo de este problema se frene y exista un control sobre él. Tomando conciencia de ésto, la Procuraduría General de la República (PGR) y la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra) decidieron unir esfuerzos para la creación de una campaña dirigida específicamente a este sector de la población.

Como diseñadora gráfica, la alianza PGR-Canacintra representa un gran reto, en el que el empleo del diseño gráfico como proceso de comunicación es fundamental ya que es a través de éste que se pretende concientizar tanto a industriales como a trabajadores, de las consecuencias laborales, familiares y sociales del problema de la farmacodependencia.

Temas como el que abordaré en este proyecto nos permiten demostrar la importancia que puede tener el trabajo de un diseñador gráfico en la sociedad. Por lo general el diseño gráfico se vincula con trabajos bonitos y llamativos que nos motivan a comprar determinados productos o que nos dan una buena imagen de una empresa. Es fácil encontrar gran cantidad de personas improvisadas que se dedican al diseño gráfico; esto se debe en gran medida a que es una profesión que no tiene mucho tiempo de estar estructurada como licenciatura que se ha tomado muy a la ligera y en la que el hecho de mostrar destreza para dibujar representa motivo suficiente para ejercerla.

Dentro del aspecto social del diseño gráfico temas como el alcoholismo, sida y

farmacodependencia se consideran un tanto trillados y generalmente podemos predeterminar el tipo de imágenes y de composición gráfica que se emplearía en su solución. En este punto es donde enfatizaría yo, la presencia de improvisación en el diseño y la falta de responsabilidad con la profesión. Menciono lo anterior ya que considero que la falta de investigación por parte de los diseñadores y el abordar este tema de una manera superficial ha traído como consecuencia el encasillamiento en la manera de atacarlo. De ahí la necesidad de abordar la farmacodependencia con gran responsabilidad, ya que debemos considerar que en este tipo de campañas no estamos trabajando con productos que nos llevan a investigar los gustos, necesidades, poder adquisitivo, etc. de nuestro público objetivo; sino que estamos trabajando con la vida de individuos que forman parte de nuestra sociedad.

Esta investigación consta de cuatro capítulos:

Capítulo I. FARMACODEPENDENCIA COMO FACTOR SOCIAL. Donde se aborda el tema de la farmacodependencia en general, estableciendo las principales causas que la provocan y analizando sus consecuencias. También se expone la postura de diversas instituciones tanto públicas como privadas en relación a la prevención y control de la farmacodependencia.

Capítulo II. FARMACODEPENDENCIA EN LOS CENTROS DE TRABAJO. Se aborda específicamente el desarrollo de la farmacodependencia en el área laboral y se muestra la necesidad de atacar a este sector de la población en particular, por los daños tan costosos que produce en la sociedad. Se mencionan algunos ejemplos de lo que otros países han realizado para combatir este problema.

Capítulo III. DISEÑO GRÁFICO COMO PROCESO DE COMUNICACIÓN. Establece la necesidad de entender al diseño gráfico como un proceso de comunicación y no simplemente como una disciplina a la que recurrimos cuando tenemos la necesidad de presentar un material gráfico visualmente agradable. Se exponen los distintos elementos que intervienen en el proceso específico del diseño, así como los que forman parte de la comunicación humana.

Capítulo IV. DISEÑO GRÁFICO Y FARMACODEPENDENCIA. Básicamente se expone el desarrollo del proceso a seguir en la campaña propuesta para combatir el problema de la farmacodependencia en los centros de trabajo, confirmando la utilidad que tiene el diseño gráfico en la sociedad.

CAPITULO I

FARMACODEPENDENCIA
COMO
FACTOR SOCIAL

Hablar de farmacodependencia significa abordar un tema que despierta una serie de controversias: por un lado se considera trillado y difícilmente se le encuentra una solución; por otro se ha convertido en algo cotidiano, manejado generalmente de forma superficial, y en realidad no se conoce mucho de ello; para algunos la discusión gira en torno de la condición social, económica y cultural con la que se le asocia. Esto es una clara muestra de que no se trata de un problema individual, sino que representa un conflicto social que involucra a los farmacodependientes, a los familiares de éstos, y a la sociedad en general.

Considero de suma importancia hacer una breve definición de farmacodependencia antes de determinar si ésta constituye un problema individual o social, de tal forma que podamos analizar y emitir juicios sobre el tema de manera responsable.

Uno de los puntos que hay que dejar muy claro es el empleo de los términos farmacodependencia y drogadicción. Comúnmente se cree que el primero se refiere a la adicción o dependencia relacionada con fármacos, mientras que la drogadicción se asocia con el consumo de drogas como marihuana, cocaína, solventes, etcétera. En realidad, farmacodependencia es el término técnico que se da a la drogadicción, sin existir diferencia alguna, pues los dos se refieren a "... un estado psíquico y en ocasiones también físico que se caracteriza por compulsión a recurrir a una sustancia química, ya sea de modo continuo o periódico para sentir sus efectos y en ocasiones para evitar el malestar de su abstinencia". El término *farmacodependencia* suele ser sustituido por los de *uso* y *abuso*, que están definidos en función de la cantidad, frecuencia y consecuencias del consumo de drogas.

La farmacodependencia crea dos tipos de adicción, que están íntimamente relacionados con el tipo de fármaco que se consume. Una es la dependencia

1. J.S. Maden, *Alcoholismo y farmacodependencia*, México, Ed. El Manual Moderno. p. 2

psicológica, ocasionada por una necesidad emocional: el individuo consume compulsivamente algún tipo de fármaco con la finalidad de lograr un bienestar que no consigue obtener por sí mismo. La otra es la dependencia física, provocada por la adaptación biológica del organismo a un fármaco determinado. Este tipo de dependencia produce el síndrome de abstinencia, que consiste en una serie de manifestaciones y malestares fisiológicos y psicológicos que surgen en el individuo cuando suspende bruscamente el consumo de la droga. En la actualidad la Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que la dependencia es una sola, con rasgos comunes entre las diferentes drogas y algunas características propias. La define "como un estado en el cual la autoadministración de drogas produce daños al individuo y la sociedad."²

La dependencia psicológica es causada principalmente por los estimulantes del sistema nervioso central, inhalantes y alucinógenos; los cuales crean dependencia física baja o nula; a continuación se mencionan algunos de ellos.

ESTIMULANTES DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL.

- **Antidepresivos.** Elavin, Ritalín y Togránil de origen sintético, en dosis de 10 a 25 mg ingerida o inyectada, causan efectos durante doce a veinticuatro horas. Su uso aumenta la agilidad, produciendo excitación, euforia e impotencia. En grandes dosis, a corto plazo, se presentan náuseas, hipertensión, pérdida de peso e insomnio. Crean hábito psíquico bajo, sin ninguna adicción física. Cuando se usan continuamente, en exceso y por mucho tiempo, aparecen daños al hígado y a los glóbulos blancos, síncope cardíaco y muerte.
- **Anfetaminas.** Existen cuatro productos sintéticos con efectos de cuatro a ocho horas, alivian la angustia y la depresión, pero provocan impotencia temporal; estos son: bencedrina, dexedrina, metedrina y preludin.
- **Cocaína.** En dosis variable las hojas de cocaína se aspiran o inyectan, produciendo sensaciones de seguridad y poder, así como euforia provocada por sus cuatro horas de efecto. También aparecen una multitud de pequeñas perturbaciones nerviosas: movimientos anormales de la cara, tics, temblor de los labios, perturbaciones de la nutrición, adelgazamiento, decaimiento físico, intelectual y afectivo. A largo plazo, su uso continuo y excesivo causa daños a las fosas nasales y vasos sanguíneos, así como muerte violenta.

2. Roberto Tapia Conyer, *Las adicciones dimensión, impacto y perspectivas*, México, Ed. El Manual Moderno, p. 33

INHALANTES.

Todos son de origen sintético y entre ellos encontramos aerosoles, los pegamentos y cementos, el nitrato amyl y el óxido nitroso.

Las dosis inhaladas son variables y producen efectos a corto plazo de relajamiento, euforia y mala coordinación, con una duración de una a tres horas. A corto plazo, y en grandes dosis, producen sopor y muerte, además de un alto hábito psíquico, haciendo necesaria una dosis cada vez mayor para obtener el mismo efecto.

Su uso continuo provoca alucinaciones, daños al hígado y al riñón, pérdida de grandes cantidades de neuronas cerebrales, pérdida de los sentidos sensoriales e incluso la muerte.

ALUCINÓGENOS.

En esta categoría se incluye a los siguientes: el DMT, de origen sintético, con dosis variable, inhalado para obtener efectos de media hora.

- **Peyote.** Planta cactácea mexicana de la que se extrae una droga.
- **Ácido LSD.** De origen sintético, descubierto casualmente por el químico de la compañía *Sandoz Limited* de Suiza, Albert Hofmann, el primero de abril de 1943; con dosis de 150 a 200 mg ingerido o inyectado, con efecto de duración de doce a veinticuatro horas. Sus efectos son: modificaciones físicas, con frecuencia una sensación de frío intenso, una cierta inestabilidad psicomotriz, sudores o midriasis, algunas veces dolores de cabeza. En un tiempo intermedio, una sensación de temor y angustia, que puede dominar todo el "viaje" y adquirir proporciones aterradoras. Con frecuencia, risas inmotivadas o poco motivadas.
- **Mezcalina.** obtenida del cacto pita, en dosis de 350 mg, ingerida, con efecto de 12 a 14 horas.
- **Nuez moscada.** Que, con una dosis de un tercio de onza ingerida o aspirada, tiene un efecto con duración variable.
- **Cilocibina.** Producida por un hongo, con dosis de 25 mg ingerida; su efecto tiene de seis a ocho horas de duración.
- **STP.** Sintético, con dosis de 5 mg ingerido y con efectos de 12 a 14 horas de duración.
- **Escopolamina.** En sus dos formas (sintética o de planta), con dosis de 5 mg

ingerida o inyectada, con efectos de duración variable y que se usó con gran éxito en la Segunda Guerra Mundial.

- **Cannabis.** Dos productos inhalados o ingeridos, con dosis variables, son extraídos de la planta cannabis: la marihuana y el hachís. Producen relajamiento, pérdida de inhibiciones, alteración de la percepción, euforia y aumento del apetito, efectos con una duración de tres a cuatro horas.

En grandes dosis y a corto plazo, surgen el pánico y el sopor; crean hábito psíquico moderado y su uso continuo excesivo, a largo plazo, traerá fatiga y daños irreversibles al cerebro.

Con excepción del LSD, los efectos a corto plazo de estos alucinógenos, sin salirse de las dosis especificadas, son: cambios de la percepción —especialmente visuales— aumento de energía, pánico y alucinaciones. Su uso continuo y excesivo hará que, a largo plazo, lleguen las alucinaciones, el pánico y la locura.

La dependencia física siempre va acompañada de una alta dependencia psicológica; la causan principalmente los depresores del sistema nervioso central y los opiáceos o narcóticos, como son:

DEPRESORES DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL.

- **Tranquilizantes.** Los llamados tranquilizantes, todos de origen sintético e ingeribles, son: librium (5 a 25 mg), equanil (300 a 400 mg) y torazine (5 a 25 mg). En dosis normales y a corto plazo, estos producen alivio de la angustia, supresión de alucinaciones y agresión, sueño y alivio de la tensión. Su efecto dura de doce a veinticuatro horas. En grandes dosis, y a corto plazo, estos producen visión nublada, mareos, habla desarticulada, amodorramiento, reacciones alérgicas y sopor.

Su hábito psíquico es moderado y, salvo el torazine, los otros dos crean adicción física moderada. Su uso continuo y excesivo traerá como consecuencias, a corto plazo: destrucción de los glóbulos sanguíneos y células, ictericia y muerte.

- **Barbitúricos.** Los barbitúricos son todos de origen sintético, como el clorato hídrico (500 mg como dosis ingerida), dorideno (400 mg), nembutal (400 mg), fenobarbital (50 a 100 mg) y seconal (50 a 100 mg).

A corto plazo, producen relajamiento, euforia, disminución de reflejos, somnolencia, mala coordinación y sueño con una duración de cuatro a ocho horas. En grandes dosis llegan a causar estupor, náuseas, pérdida del conocimiento, malestar y muerte, creando hábito y adicción psicofísicamente altos; se tiene la necesidad de dosis cada vez mayores y su uso a largo plazo producirá efectos de sueño excesivo, confusión e irritabilidad.

OPIÁCEOS O NARCÓTICOS.

Los siguientes productos tienen su origen en la amapola: codeína ingerida (15 a 50 mg), heroína inhalada o inyectada (varía la dosis), morfina inyectada (10 mg) y opio inhalado o inyectado (varía la dosis).

Producen los mismos efectos y consecuencias que los narcóticos sintéticos como el demerol inyectado (150 mg), la metadona ingerida o inyectada (5 a 16 mg) y el perlodán ingerido (15 a 50 mg).

Su duración alcanza hasta las cuatro horas y, en grandes dosis, puede provocar sopor y muerte. Su adicción física es alta. Se tiene necesidad de dosis cada vez mayores para obtener el mismo efecto. Su uso continuo y excesivo trae como consecuencias letargo, estreñimiento, pérdida de peso, esterilidad temporal e impotencia.

Hablando específicamente de los fármacos (sustancias que se administran con fines terapéuticos), para que éstos puedan ser considerados como drogas, es necesario que produzcan una serie de efectos en el sistema nervioso central, de tal manera que surjan cambios fisiológicos que trasciendan a nivel emocional y se traduzcan en el comportamiento del individuo. En todo proceso adictivo, ya sea de dependencia física o psicológica, o de las dos, puede estar presente el fenómeno de tolerancia, que se define "... como la disminución progresiva de los efectos de una droga a dosis iguales sucesivas".³, es decir, el organismo tiene la capacidad de adaptarse a los efectos de la droga, de ahí que el adicto tiene la necesidad de aumentar la dosis para obtener los mismos resultados. Esto es lo que ocasiona que el adicto utilice sobredosis que lo llevan a altos grados de intoxicación y, frecuentemente, a la muerte.

3. Idem, p. 271

El consumo de sustancias con el fin de modificar la conducta es una práctica muy antigua, la cual principalmente tenía un carácter ritual, no estaba al alcance de todos los individuos y no era cotidiana. "En México están identificadas las sustancias adictivas y las conductas de adicción desde la época prehispánica. En efecto, todas las culturas asentadas en lo que es ahora el territorio mexicano, tanto las desarrolladas en Mesoamérica como los grupos tribales de las regiones periféricas, tenían un conocimiento exhaustivo del ambiente en el que vivían, incluido un saber preciso acerca de los efectos psicotrópicos de ciertos vegetales y animales."⁴ En la actualidad esta práctica se ha difundido considerablemente por diversos factores; entre los principales se encuentran la diversificación de sustancias y la propagación de estos hábitos en todos los sectores de la población.

Difícilmente se puede considerar la farmacodependencia como un problema individual; es cada persona la que decide iniciarse en las drogas, pero también hay que considerar que una serie de factores le afectan de manera directa, y generalmente son la causa que la impulsa a tomar la decisión. "El uso y abuso de drogas psicoactivas y la farmacodependencia constituyen fenómenos complejos con raíces y consecuencias biológicas, psicológicas, familiares y sociales. Sus efectos nocivos se muestran tanto en el individuo, cuya salud y conducta se ven afectados, como en la familia y la sociedad, cuya seguridad se ve amenazada".⁵ La dificultad para erradicar este problema estriba en que no hay que brindar ayuda únicamente al adicto, sino que hay que conocer su entorno y trabajar con las personas más cercanas a él, que por lo general constituyen su familia.

Podemos decir que en el nacimiento y desarrollo de la farmacodependencia participan tres factores fundamentales:

- Individuales
- Socioeconómicos
- Farmacológicos

Hablando de los primeros, se consideran como tales la edad del individuo, las

4. Idem, p. 2

5. SSA, *Programa contra la farmacodependencia*, México, p. 38

situaciones personales conflictivas, la sensación de soledad e incompreensión y, en algunos casos, los factores hereditarios.

En cuanto a los socioeconómicos, la familia, la ocupación, los valores morales y religiosos, los intereses económicos y la reglamentación o leyes prevalecientes para el uso o abuso de las sustancias adictivas, son factores importantes que influyen para que un sujeto consuma o no drogas.

Los farmacológicos estarían dados por la propagación y diversificación de sustancias y por las características propias de cada fármaco en la evolución de la dependencia.

En el núcleo familiar podemos encontrar la unión de los factores individuales y socioeconómicos, de ahí la importancia de éste en la lucha contra la farmacodependencia. "Cuando la estructura familiar es disfuncional, favorece la personalidad adictiva y ocasiona en los hijos características psicológicas de baja autoestima, inseguridad y falta de aceptación a su medio ambiente".⁶ Por disfuncionalidad familiar entendamos un núcleo en el que el niño no crece bajo un ambiente de confianza y amor; por lo general son hogares donde los conflictos se inician con una gran falta de comunicación entre los padres, en el caso de existir estos, y en los que se convive con los hijos en un ambiente hostil e, inseguro, por lo que éstos siempre buscarán defenderse y rebelarse. Esto no es específico de una clase socioeconómica, aunque con mayor frecuencia lo encontramos en clases bajas, lo que se debe a que los factores necesarios para que se presente la disfuncionalidad se incrementan, en muchas ocasiones, por las necesidades económicas.

El ambiente familiar de alguna manera parece ser determinante, pues se tiende a seguir los mismos patrones de vida, de ahí que el hijo de una familia disfuncional terminará formando otra con las mismas características. Esto se convierte en una forma de aprendizaje que encierra al individuo en un círculo del que no le es posible salir, de tal manera que si el padre de familia es adicto, alguno de sus hijos ingresará a la misma adicción, repitiendo el patrón de conducta.

6. Idem, p. 33

La salida más próxima a los problemas del núcleo familiar se da a través de las amistades, en las cuales el individuo busca la comprensión y confianza de las que carece en su hogar. Es en este punto donde encontramos otra posibilidad de adquirir algún tipo de dependencia, pues por lo general el círculo amistoso estará conformado por seres que presentan las mismas carencias y en el que algunos las sustituyeron con las drogas. Así se inicia una serie de asociaciones entre la adicción, el tráfico de drogas y la unión de fuerzas, que generalmente culmina en actos delictivos, producto de la necesidad de conseguir medios para obtener la droga, o que se desarrollan bajo los efectos de ésta. Claro ejemplo de esto son las bandas juveniles y el incremento de los llamados niños de la calle. Aunado a otra serie de factores, esto repercute de manera importante en la crisis económica del país, creando un círculo vicioso relacionado directamente con el desempleo. Menciono lo anterior ya que "... otra área en donde la farmacodependencia se convierte en un problema social, es en el terreno laboral, en donde se ha demostrado que en los trabajadores adictos la productividad se ve disminuida y en algunos casos llega a ser nula, incrementándose también los accidentes laborales cuando el trabajador se encuentra bajo los efectos de alguna droga. Esta situación repercute en la productividad laboral y en el desarrollo económico del país".⁷ Hasta el momento, en México no se ha atacado con fuerza el problema de la farmacodependencia en el sector antes mencionado, y se ha producido un crecimiento de la farmacodependencia que en muchas ocasiones se debe a las condiciones laborales y las normas de seguridad, debido a que en muchos casos es en el mismo centro de trabajo donde los individuos se inician en las drogas, ya sea por el tipo de sustancias con las que laboran o por el desgaste físico al que están expuestos.

Entre otros problemas relacionados con la farmacodependencia encontramos el suicidio. Datos del Sistema de Vigilancia Epidemiológica de las Adicciones indican que, en la Ciudad de México, entre 10 y 8% de los casos de suicidio está vinculados con el consumo de drogas.

Otro factor fundamental en el índice de crecimiento de la farmacodependencia es la facilidad con la que se consiguen las drogas, las cuales se obtienen en la

7. Idem, p. 41

propia casa, en la de algún familiar o amigo, en calles, parques, escuelas, lugares de recreación y centros de trabajo. "En el caso de la marihuana, el 32% reportó haberla obtenido en la calle o parque y el 21% en la escuela; para el caso de la cocaína el 48% en la calle o parque, el 7.2% la obtuvo en bares, cantinas y discotecas, el 58% obtuvo los tranquilizantes por primera vez en su casa, el 32% de los usuarios de sedantes los obtuvieron en su trabajo."⁸

La farmacodependencia no es exclusiva de un nivel socioeconómico; lo que sí está íntimamente relacionado con éste es el tipo de droga que se consume, "el 33.9% de la clase media usa marihuana principalmente, en tanto que la clase baja abusa de los inhalables en el 38.6%, siendo la clase alta en proporción quien más consume drogas duras, principalmente cocaína, en virtud del costo de estas sustancias".⁹

Con lo expuesto hasta el momento podemos concluir que la farmacodependencia es un fenómeno en el que intervienen múltiples factores de índole individual y social, en los que se mezclan fenómenos psicológicos y sociales. "...El fenómeno produce un impacto negativo en la economía, la política de la naciones, y en la sociedad en su conjunto. El estilo de vida, los valores del individuo y las comunidades se ven particularmente afectados por la llamada subcultura de la droga".¹⁰ La farmacodependencia no es exclusivamente un problema individual, el estar cerca o lejos de ella no implica que como parte de la sociedad carezcamos de responsabilidad, y para erradicarla se requiere que la población en general tome conciencia en un problema propio, se responsabilice y la convierta.

8. Idem, p. 31

9. Idem, p. 40

10. Roberto Tapia Conyer, *Las adicciones dimensión, impacto y perspectivas*, México, Ed. El Manual Moderno, p. 256

1.2 FARMACODEPENDENCIA COMO DELITO FEDERAL

Habiendo sentado las bases que nos permiten considerar a la farmacodependencia como un problema social, es de suma importancia conocer el marco jurídico de ésta, pues la gravedad del problema ha llevado a las autoridades gubernamentales a considerarlo como delito federal. La preocupación por la prevención y tratamiento de la farmacodependencia se ve plasmada desde la *Constitución de 1917*, donde se otorga a las autoridades sanitarias, la responsabilidad de poner en marcha campañas para prevenir y controlar el uso de sustancias que dañan la salud de los individuos y que degeneran la especie humana.

La ley define las bases y modalidades para el acceso a los servicios de salud a través de los siguientes programas e instituciones:

1.2.1 Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994

Su estrategia es la promoción de la salud, asistencia y seguridad social, tomando en cuenta que la salud no es sólo la ausencia de enfermedad, sino un estado de completo bienestar físico y mental en un contexto ecológico y social propicio para su sustento y desarrollo. Considera que se requieren acciones específicas para prevenir, preservar o restituir la integridad y vitalidad física y mental de los individuos en todas las esferas donde pueden estar expuestos a distintos riesgos, como es el caso de las adicciones.

1.2.2 Programa Nacional de Salud 1990-1994

Constituye la estrategia operativa del Sistema Nacional de Salud para alcanzar los objetivos y metas señalados en las áreas de la salud y la asistencia social. Su objetivo general es impulsar la protección a todos los mexicanos, brindando

servicios y prestaciones oportunos, eficaces, equitativos y humanitarios que contribuyan efectivamente al mejoramiento de sus condiciones de bienestar social, con la unión de las comunidades y los tres niveles de gobierno para conseguir los recursos necesarios.

Establece como política el fomento de la cultura de la salud, dentro de la cual se ha incluido el Programa contra las adicciones, cuyos objetivos son: impulsar acciones de prevención y tratamiento de las adicciones, así como rehabilitación y promoción de la participación social, mediante el desarrollo y fortalecimiento de la educación para la salud.

El Programa contra las adicciones establece las siguientes estrategias:

- a) Promover la revisión y actualización de la legislación vigente, así como la vigilancia de su cumplimiento en relación con la promoción, producción, distribución, venta y consumo de sustancias que causan adicción.
- b) Impulsar campañas de información y orientación.
- c) Incluir y divulgar contenidos educativos para alertar a la población infantil y juvenil sobre la prevención de las adicciones.
- d) Promover programas de recreación familiar y comunitaria, deportivos, sociales, productivos, artísticos y culturales, para el mejor aprovechamiento del tiempo libre y como un medio para prevenir las adicciones.
- e) Fomentar la organización de grupos de autogestión para la rehabilitación integral de los farmacodependientes, y la orientación y apoyo a su núcleo familiar.
- f) Concertar con los sectores público, social y privado la adopción de medidas para sustituir sustancias solventes de alta toxicidad, y para disminuir los contenidos de solventes tóxicos y agregar sustancias repulsivas a los productos industriales capaces de crear adicción.

1.2.3 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Establece las bases de organización de la Administración Pública Federal, haciendo responsable a la Secretaría de Salud de la regulación de las adicciones, así como de los siguientes puntos:

- a) Establecer y conducir la política nacional en materia de asistencia social, servicios médicos y salubridad general.
- b) Crear y administrar establecimientos de salubridad, asistencia pública y terapia social en cualquier lugar del territorio nacional.
- c) Planear, normar, coordinar y evaluar el Sistema Nacional de Salud y promover la adecuada participación de las dependencias y entidades públicas que presten servicios de salud, con el fin de asegurar el cumplimiento del derecho a la protección de la salud.
- d) Planear, normar y controlar los servicios de atención médica, salud pública, asistencia social y regulación sanitaria que correspondan al Sistema Nacional de Salud.
- e) Dictar las normas técnicas a que quedará sujeta la prestación de servicios de salud en las materias de salubridad general, incluyendo las de asistencia social por parte de los sectores público, social y privado, y verificar su cumplimiento.
- f) Ejecutar el control sobre preparación, posesión, uso, suministro, importación, exportación y distribución de drogas y productos medicinales.
- g) Estudiar, adaptar y poner en vigor las medidas necesarias para luchar contra las enfermedades transmisibles, contra las plagas sociales que afecten la salud, contra el alcoholismo y las toxicomanías, entre otros vicios sociales, y
- h) Establecer las normas que deben orientar los servicios de asistencia social que presten las dependencias y entidades federales, vigilando su cumplimiento.

1.2.4 Ley General de Salud

Establece las bases y modalidades para el acceso a los servicios de salud y la concurrencia de la federación y las entidades federativas en materia de salubridad general; incorpora la organización, control y vigilancia de la prestación de servicios de salud, preferentemente en beneficio de grupos vulnerables, fomenta la salud mental y la educación para la salud, así como programas contra el alcoholismo, el tabaquismo y la farmacodependencia, señalando como autoridades sanitarias para ejercer las atribuciones en ella establecidas al presidente de la república, al Consejo de Salubridad General, a la Secretaría de Salud y a los gobiernos de las entidades federativas, incluido el Departamento del Distrito Federal.

Su coordinación está a cargo de la Secretaría de Salud, a la cual corresponden, entre otras funciones: establecer y conducir la política nacional en materia de salud y coordinar los programas de servicios de salud de las dependencias y entidades de la Administración Pública.

La Ley General de Salud regula los programas contra las adicciones, mediante los cuales se crea el Consejo Nacional contra las Adicciones, que tiene por objetivo promover y apoyar las acciones de los sectores público, social y privado, tendientes a la prevención y combate de los problemas de salud pública causados por las adicciones.

1.2.5 Programa contra la farmacodependencia

Se encarga de regular el uso y distribución de los medicamentos, pretendiendo así evitar su abuso, clasificándolos de la siguiente manera:

- a) Aquéllos que sólo pueden adquirirse con receta o permiso especial, expedidos por la Secretaría de Salud.
- b) Los que requieren para su adquisición receta médica, la cual debe retenerse en la farmacia que lo surta y ser registrada en los libros de control que para ese efecto se lleven.
- c) Medicamentos que solamente pueden adquirirse con receta médica que se podrá surtir hasta en tres ocasiones, será sellada en cada caso y registrada cada vez en los libros de control que para ese efecto se lleven. Esta receta deberá ser retenida por el establecimiento que la surta en la tercera ocasión; el médico tratante, por su parte, debe determinar el número de presentaciones del mismo producto y contenido de las mismas que se puedan adquirir en cada ocasión.
- d) Medicamentos que para adquirirse requieren receta médica, pero que pueden resurtirse tantas veces como lo indique el médico que prescribe.
- e) Medicamentos que pueden obtenerse sin receta, autorizados para su venta exclusivamente en farmacias.
- f) Medicamentos que para adquirirse no requieren receta médica y que pueden expendirse en establecimientos que no sean farmacias.

El Programa contra la farmacodependencia, cuya ejecución corresponde a la federación como materia de salubridad general exclusiva, según los lineamientos de la Ley General de Salud, establece que para su ejecución se coordinarán la Secretaría de Salud y el Consejo de Salubridad General, en el ámbito de sus respectivas competencias, por medio de las siguientes acciones:

- a) La prevención y el tratamiento de la farmacodependencia y, en su caso, la rehabilitación de los farmacodependientes.
- b) La educación sobre los efectos del uso de estupefacientes, sustancias psicotrópicas y otras susceptibles de producir dependencia, así como sus consecuencias en las relaciones sociales, y
- c) La educación e instrucción a la familia y a la comunidad sobre la forma de reconocer los síntomas de la farmacodependencia y adoptar las medidas oportunas para su prevención y tratamiento.

Lo expuesto hasta el momento muestra que nuestra legislación considera al farmacodependiente como un enfermo, y no como un infractor o delincuente, por lo que es muy importante el adecuado manejo de estos últimos, ya que la acción de los órganos policíacos deberá orientarse precisamente a la solución del problema, más que al hostigamiento mediante castigos, que lo único que lograrían sería una afección emocional contraproducente en la mayoría de los casos. Los penalistas mexicanos señalan que, aún cuando se encuentre tipificado el delito contra la salud, la prisión debería ser el último recurso a utilizar por parte de las autoridades en este caso, debiendo hacerse una labor de tipo preventivo sobre los males que estos delitos acarrearán, tanto a la sociedad como al individuo.

En cuanto a la posesión de drogas, hablando específicamente de estupefacientes y psicotrópicos, la comisión del delito, en conformidad con el artículo 199 del Código Penal, pondrá a disposición de las autoridades sanitarias federales dichas sustancias, quienes procederán de acuerdo con las disposiciones oficiales de las leyes de la salud, y decidirán si se procede a su aprovechamiento lícito o su destrucción.

1.3 EL PAPEL DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA PREVENCIÓN DE LA FARMACODEPENDENCIA

La farmacodependencia, considerada ya como un problema de salud pública, ha sido abordada por diversas instituciones del sector público y privado en los aspectos de prevención, rehabilitación y tratamiento. Estas instituciones que se han ido incorporando a la lucha contra la farmacodependencia cobran gran importancia, ya que hasta hace poco tiempo los farmacodependientes eran enviados a hospitales psiquiátricos, donde no se les proporcionaba el tratamiento adecuado, agravando así el problema.

“La población con problemas de farmacodependencia busca atención principalmente en instituciones de salud y de justicia, por lo que sería deseable una mayor capacitación en la formación académica de los médicos, psicólogos, trabajadores sociales y demás personal a cargo de estos casos, sobre la detección, el manejo y la canalización del usuario de drogas a las instituciones especializadas.”¹¹ Entre las instituciones que en la actualidad brindan atención especializada a farmacodependientes se encuentran las siguientes:

1.3.1 Secretaría de Salud

Dentro de los programas de psiquiatría y salud mental de los Centros de Salud de la Secretaría de Salud (SSA) se atiende a los farmacodependientes y a las personas que sufren manifestaciones psiquiátricas causadas por el uso de sustancias psicoactivas. La SSA cuenta con 39 centros de salud, donde se atiende a los farmacodependientes con equipos formados por un psiquiatra, un psicólogo y una trabajadora social; 23 de estos centros funcionan en el Distrito Federal y 16 en los estados.

11. SSA, *Programa contra la farmacodependencia*, México, p. 43

1.3.2 Dirección General de Epidemiología

Se encarga de organizar y coordinar a las instituciones vinculadas con el problema para obtener, procesar y generar información epidemiológica relacionada con los diferentes tipos de adicción. Ha implantado el Sistema de Vigilancia Epidemiológica de las Adicciones (Sisvea), que pretende ser una fuente permanente de información sobre las acciones preventivas y correctivas que se están desarrollando en el país, contemplando la vigilancia del consumo de sustancias adictivas en toda la república.

1.3.3 Dirección General de Control de Insumos para la Salud

Ha propiciado el enlace con las Asociaciones Nacionales de Farmacéuticos para lograr un mejor control en la prescripción de medicamentos psicotrópicos, además de coordinarse con la SSA y la PGR para contemplar la elaboración del Registro Nacional de Adictos.

1.3.4 Centro Nacional de Información y Documentación en Salud

Junto con el Centro de Documentación y Archivo, se ha vinculado al Sistema Nacional de Información y Documentación sobre Adicciones, implantado por el Consejo Nacional contra las Adicciones (Conadic), fortaleciendo los acervos de las bibliotecas del Sector Salud y el servicio de consulta e investigación bibliográfica que se ofrece a los profesionistas interesados en esta materia.

1.3.5 Instituto Mexicano de Psiquiatría

Las investigaciones que lleva a cabo dicho Instituto son las siguientes: a) investigaciones en neurociencias; b) investigaciones clínicas; c) investigaciones sociales y epidemiológicas, e d) investigaciones en servicios de asistencia psiquiátrica y salud mental.

En relación con la farmacodependencia y el alcoholismo, se desarrollan estudios en diferentes tipos de población y con distintas metodologías para conocer

la prevalencia, patrones de consumo y los problemas psiquiátricos que ocasionan estas adicciones, así como sus repercusiones familiares y sociales. El Instituto posee dos centros de información, uno en alcoholismo y otro en farmacodependencia, creados en 1986 con el objeto de recopilar, clasificar, analizar y sistematizar la información referente al consumo de alcohol y drogas.

1.3.6 Coordinación General del Consejo Nacional contra las Adicciones

Lleva a cabo tareas de coordinación y concertación con los sectores público, social y privado en las áreas de prevención, tratamiento y rehabilitación, todo dentro del marco de los Programas Nacionales contra las Adicciones. Para lo anterior ha desarrollado el Sistema Nacional de Formación de Recursos Humanos en Adicciones (Sinfra), el Sistema Nacional para el Tratamiento y Rehabilitación de Adictos (Sintra) y el Sistema Nacional de Información y Documentación sobre Adicciones.

1.3.7 Centro de Integración Juvenil, A.C.

Realiza actividades para la investigación, prevención, tratamiento y rehabilitación en el campo de la farmacodependencia. El objetivo ha sido reducir la demanda de las drogas. Brinda estos servicios a través de un equipo interdisciplinario de psiquiatras, psicólogos y trabajadores sociales donde cada miembro, desde su disciplina específica, ve con un enfoque médico-social al paciente farmacodependiente, a la familia y a la comunidad en la que actúa, considerando de gran importancia la participación del voluntariado. Cuenta con servicio de orientación telefónica las 24 horas del día.

1.3.8 Secretaría de Educación Pública

Ha reglamentado la inclusión de programas sobre prevención, tratamiento y rehabilitación de la farmacodependencia en las carreras de ciencias sociales y de la salud. Se da a la labor de instruir y orientar a los alumnos sobre los riesgos que produce el abuso en el consumo de alcohol y drogas.

1.3.9 Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica

Apoya a nivel nacional el desarrollo de la tecnología de la información que ha conducido al establecimiento de la Red Universitaria de Teleinformática y Comunicación, la cual constituye una parte fundamental del Sistema Nacional de Información y Documentación sobre Adicciones.

1.3.10 Dirección General de Educación Extraescolar

Inició el diseño del Programa Educativo de Prevención contra las Adicciones, cuya importancia radica en su filosofía educativa, la cual está orientada, más que al combate de los efectos de la drogadicción, a sus causas primeras, como única manera de contrarrestar el consumo de drogas entre la población más joven.

1.3.11 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

A partir de 1991, brindó apoyo a través de programas culturales, radiofónicos y de fomento cultural como alternativa preventiva del consumo de sustancias tóxicas, proponiendo una mejor manera de ocupar el tiempo libre.

1.3.12 Comisión Nacional del Deporte

Promueve la participación de los jóvenes, al proporcionar información, orientación y capacitación en forma clara y precisa, con lenguaje accesible, sobre las implicaciones y medidas preventivas de la farmacodependencia; así como mediante la realización de diversos concursos, foros, eventos recreativos, artísticos y deportivos. Estas actividades se refuerzan con la dotación y distribución de materiales educativos sobre conceptos básicos de las adicciones, casualidad de las mismas, efectos de las drogas, repercusiones y prevención de la farmacodependencia, e información sobre recreación y actividades artísticas para el uso adecuado del tiempo libre.

1.3.13 Instituto Mexicano del Seguro Social

Las acciones que realiza con respecto a la farmacodependencia se dirigen principalmente a la prevención primaria, al tratamiento y la rehabilitación. Están orientadas a poblaciones y grupos de alto riesgo; al individuo, su ambiente laboral y familiar. Así mismo están encaminadas a la comprensión del diagnóstico precoz, el tratamiento oportuno, la limitación del daño y la rehabilitación; son de carácter permanente y oportuno, y están coordinadas con otras instituciones del Sistema Nacional de Salud y los sectores público, social y privado.

1.3.14 Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los trabajadores del Estado

Realiza actividades de prevención, tratamiento y rehabilitación de alcohólicos y farmacodependientes. Conjuntamente con el Instituto Mexicano de Psiquiatría, ha desarrollado el proyecto de investigación frecuencia y distribución de casos de adicciones entre derechohabientes del ISSSTE.

1.3.15 Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia

Tiene a su cargo la coordinación de las acciones de prevención, investigación y, enseñanza, así como de asistencia a la farmacodependencia. Ha creado programas de orientación para padres, de terapia individual, grupal y familiar, y de psicofarmacoterapia.

1.3.16 Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal

Tiene como principal objetivo abatir la oferta de drogas en el Distrito Federal. Proporciona servicio de orientación a personas que así lo soliciten para ser canalizadas hacia los Centro de Atención a la Farmacodependencia.

1.3.17 Universidad Nacional Autónoma de México

Dentro de sus programas académicos contempla temas relacionados con la farmacodependencia, existiendo también centros de atención y prevención especializados, como el de la Facultad de Medicina y el de la Facultad de Psicología, que cuenta con el Programa Experimental Comunitario. También brinda servicios a través del Centro de Orientación para la Adolescencia y el Centro de Servicios Psicológicos Acasulco.

1.3.18 Instituto Politécnico Nacional

A través del Canal 11 de televisión, esta institución ha brindado un fuerte apoyo a la lucha contra la farmacodependencia, realizando programas de la serie *Adicciones*, donde se aborda desde diferentes aspectos la problemática de la farmacodependencia.

1.3.19 Instituto Mexicano del Petróleo

Este se sumó a la firma de un convenio entre Secofi, Sedue, SSA, DDF, Pemex y los industriales mexicanos de pinturas, tintas, adhesivos, disolventes y diluyentes, representados por Anafapyt, Aniq y Canacindra, para colaborar en las tareas de investigación sobre sustancias psicotrópicas. El objetivo principal de este fideicomiso es realizar estudios que permitan la sustitución o reducción de las sustancias con carácter psicotrópico y fotoreactivo que se utilizan en pintura, adhesivos, tintas y diluyentes.

1.3.20 Fundación Ama la Vida. Centro contra las Adicciones Iztacalco

Es una institución que ofrece un programa de asistencia social para la salud en la Delegación Iztacalco del Distrito Federal. Atiende problemas relacionados con el abuso del alcohol, tabaco y drogas.

1.3.21 Asociación Nacional de Padres de Familia

Lleva a cabo acciones encaminadas al fortalecimiento de valores en niños y jóvenes, a través del respeto a sí mismos y la autoestima. Fomenta y fortalece la integración familiar como un medio de combatir el problema adictivo. La Anpaf ha conjuntado esfuerzos con la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Salud, en el Programa Nacional Educativo de Prevención en contra de las Adicciones.

Como vemos, existe un gran interés por parte tanto de las instituciones públicas como privadas de combatir el problema de la farmacodependencia. Gracias a que se ha tomado conciencia de la importancia social del problema, han mejorado los servicios que se ofrecen en los aspectos de tratamiento y rehabilitación, así como también se han intensificado las acciones preventivas. Considero que, en general, todas las instituciones requieren de una fuerte campaña de divulgación, para que la población esté al tanto de todos los servicios que ofrecen, pues en realidad pocos saben que tantas instituciones brindan apoyo a farmacodependientes.

1.4 CANACINTRA-PCR, UNIÓN DE FUERZAS CONTRA LA FARMACODPENDENCIA

El convenio firmado entre la Procuraduría General de la República, representada por el licenciado Diego Valadés, y la Cámara Nacional de la Industria de Transformación, presidida por el licenciado Víctor M. Terrones López, es de suma importancia para la lucha contra la farmacodependencia en los centros laborales, así como para la prevención del delito en materia federal.

La Procuraduría General de la República ha tenido como compromiso prioritario el combate y prevención del delito federal que constituyen el narcotráfico y el consumo de estupefacientes, considerados como tal por constituir un riesgo para la salud, para la seguridad pública, familiar y laboral. La farmacodependencia constituye un delito contra la salud, de ahí que se considere dentro de los problemas a erradicar a través del Sistema Nacional de Prevención del Delito y, específicamente, del Programa Nacional de Prevención a la Drogadicción.

La procuraduría ha venido realizando este tipo de convenios con diversas instituciones, con la finalidad de abarcar más sectores de la población y de esta manera lograr mayor difusión a la prevención del delito, brindando mayor atención a la farmacodependencia, por el índice de crecimiento que ha desarrollado, así como también por la influencia que se tiene a través de los medios de comunicación, de países donde el índice de farmacodependencia es altísimo. Conjuntamente con la Secretaría de Salud ha puesto en marcha un programa para la atención y tratamiento que debe darse a los sujetos adictos o habituales a estupefacientes y sustancias psicotrópicas, a través del cual se proporciona instrucción especializada a los agentes del Ministerio Público Federal. Con base en este programa se creó la Unidad Dictaminadora de Usuarios de Estupefacientes o Psicotrópicos, como un grupo interdisciplinario dependiente

de la Dirección General de Servicios Periciales, que se encargará de dictaminar los casos relacionados con los delitos contra la salud.

La Cámara Nacional de la Industria de Transformación es una institución pública autónoma del sector privado, con personalidad jurídica propia de acuerdo con los ordenamientos de la Ley de Cámaras de Comercio y de las de Industria, así como los de sus propios estatutos.

A lo largo de sus cincuenta y tres años de existencia, la Canacintra se ha convertido en la institución intermedia, del sector empresarial de mayor importancia a nivel nacional. Es reconocida como uno de los organismos camarales más importantes a nivel mundial en razón de su magnitud, estructura, servicios, representatividad y esquemas de cooperación y comunicación, dado que está conformada por:

- 78 Delegaciones
- 16 Subdelegaciones
- 1 Oficina en San Antonio, Texas
- 4 Oficinas en el área conurbada del Distrito Federal
- 114 Secciones o ramas industriales, que se agrupan en:
 - 10 Consejos coordinadores y,
 - 3 Consejos administrativos

Canacintra es un organismo intermedio del sector privado, constituye una institución no lucrativa, integrada por personas físicas y morales que realizan actividades industriales en toda la república mexicana, exceptuando los estados de Jalisco y Nuevo León.

Su misión es representar y defender los intereses del sector industrial con dignidad, agilidad y eficacia, brindando servicios de calidad que satisfagan las necesidades de sus socios.

Busca ser protagonista del cambio y promotor del desarrollo industrial sostenido, homogéneo y compatible con el medio ambiente.

Así como órgano de consulta del Estado, luchar por la justicia social y el bien común, el respeto a la paz y mantener un espíritu de servicio.

Siendo uno de sus objetivos brindar seguridad a sus asociados, y de acuerdo con sus bases y propósitos, Canacindra, en coordinación con la PGR, firmó el 26 de abril de 1994 el convenio de colaboración en materia de prevención del delito. Teniendo aplicación en las entidades federativas en donde existan delegaciones estatales de Canacindra y comprometiéndose a llevar a cabo las siguientes acciones:

- Solicitar a sus asociados, dependientes y empleados su participación en la difusión de los mensajes y contenidos de los cursos de formación multiplicadores en materia de prevención de delitos federales.
- Gestionar apoyo para el desarrollo de las actividades arriba mencionadas, en materia de auditorios o espacios físicos.
- Establecer los mecanismos que considere adecuados para proporcionar el apoyo, o contar con el de alguno(s) de sus proveedores para elaborar y distribuir material de difusión de carácter preventivo e informativo contra la comisión de delitos federales.
- Difundir artículos de carácter informativo en materia de prevención del delito federal, de servicios a la comunidad, de prevención de la farmacodependencia en los canales adecuados y establecidos para tal fin por Canacindra, mismos que de manera enunciativa y no limitativa pueden ser revistas, boletines, circulares, carteles, folletos y el sistema Satelitel.
- La duración de este convenio será indefinida y podrá darse por terminado a voluntad de cualquiera de las partes, previa comunicación por escrito, con tres meses de anticipación a la fecha que se señale para tal objeto.

Sentadas las bases del convenio, mi participación estará encaminada específicamente a la creación de material impreso —como son carteles y folletos— en materia de prevención a la farmacodependencia, siendo supervisado éste

tanto por Canacindra como por la PGR a través de la Comisión Nacional de Prevención del Delito.

La toma de conciencia de instituciones de la importancia de Canacindra nos habla de una necesidad de inmediatez para atacar estos problemas, donde no sólo se requiere la participación de gente especializada, sino de la población en general, que será en realidad la que logre frenar los índices de la farmacodependencia y reforzará las acciones preventivas.

CAPITULO II

FARMACODEPENDENCIA
EN LOS
CENTROS DE TRABAJO

2.1 FRECUENCIA, CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA FARMACODEPENDENCIA EN CENTROS LABORALES

El análisis presentado en el primer capítulo proporciona una referencia de la magnitud que tiene el problema de farmacodependencia. Así como se cuestionó si éste es de carácter individual o social, es necesario analizar los sectores de mayor riesgo, y la forma en la que se puede atacar el problema.

Esto lo menciono porque generalmente se asocia la farmacodependencia con la adolescencia, y hacia este sector de la población se dirigen las campañas de prevención, sin tomar en cuenta a otros grupos que se encuentran también expuestos a ellas como es el sector conformado por obreros y empleados.

La farmacodependencia en los centros laborales se presenta con gran frecuencia, y a lo largo de los años se ha incrementado. Las causas no son totalmente distintas a las mencionadas en el capítulo anterior, pero sí podemos hablar de que este tipo de adicción presenta algunas específicas, como son las largas jornadas laborales, el gran desgaste físico al que están expuestos algunos trabajadores y la constante presión a la que están sometidos, alcanzando un alto nivel de estrés.

El problema de la farmacodependencia en centros laborales no es algo que haya surgido en la actualidad. Al igual que el uso de sustancias psicotrópicas, tiene sus orígenes en la antigüedad. "A propósito de la India de Portugal, [relata Nicolás Monardes cómo se vendía el opio en las tiendas para quitar el cansancio] ... Épara descansar del trabajo ... y para alegrarse, y no sentir pena de qualquier cosa trabajosa de cuerpo, o espíritu que les pueda venir" En seguida comentaba que éste era el uso de la gente común, soldados y capitanes".¹

A medida que el uso y abuso de sustancias psicotrópicas se ha extendido y evolucionado, su presencia en los centros laborales es más frecuente. Entre

1. Roberto Tapia Conyer, *Las adicciones dimensión, impacto y perspectivas*, México, Ed. El Manual Moderno, p. 11

1859 y 1860 la cocaína dejó de ser empleada en su estado natural, para incorporarse a los procesos químicos. Esto inicialmente promovido por médicos y químicos, quienes descubrieron los beneficios de dicho fármaco en la cura de algunos malestares y enfermedades. "La prescribieron para problemas de la garganta entre los cantantes, con la tesis de que era un excelente tensor de las cuerdas vocales; los preparados cocaínicos darían a las mujeres sempiternal vitalidad y hermosura, y el diccionario francés de las ciencias médicas sugirió su empleo en la industria y el ejército, con el fin de lograr un mejor rendimiento..."²

En cualquier etapa de la historia encontramos un afán de productividad, que por lo general se logra a expensas de la vida de los trabajadores. Tal vez se piense que es un tanto dramático expresarlo en estos términos, pero en realidad la vida de los trabajadores siempre está expuesta a grandes peligros; con esto no me refiero únicamente a los trabajos de alto riesgo, pues los daños que pueden sufrirse no son exclusivamente físicos, pueden ser de tipo psicológico, social, cultural, etcétera. Las condiciones laborales y la ambición han creado un grave problema que afecta no sólo a los grandes empresarios, sino a la sociedad en general, siendo ésta la más afectada, dado que los conflictos que se desatan son de tal magnitud, que pueden llegar a desestabilizar la economía de un país.

Hablando de centros laborales, en general encontraremos que, según el tipo de trabajo que se desempeñe, será el tipo de droga que se consuma. En la actualidad sería difícil creer que en la clase obrera se consumen grandes cantidades de cocaína, pues como sabemos su costo es alto, pero sí encontramos otro tipo de drogas más accesibles, como la marihuana, los tranquilizantes y los inhalantes.

Atacar la farmacodependencia en los centros laborales debe ser un asunto de prioridad por los altos costos que representa en todos los aspectos. Es decir, no sólo por las pérdidas en la productividad, sino también en la mano de obra, pues el índice de accidentes laborales se incrementa bajo los efectos de cualquier droga, exponiendo el individuo intoxicado no sólo su vida, sino la de sus compañeros.

2. Idem, p. 16

Un punto a analizar en este sector es qué tanto influye el centro laboral en la evolución de la adicción. Hemos mencionado que entre las causas de la farmacodependencia encontramos desintegración familiar, baja autoestima, influencia de amigos para pertenecer a un círculo determinado, factores hereditarios, factores sociales —habitar en zonas marginadas, desempleo, etcétera—, así como también hablamos de las causas que consideramos específicas de los centros laborales: esfuerzos físicos desgastantes, jornadas largas de trabajo y estrés; pero a éstas habría que añadir las que se refieren específicamente a las condiciones bajo las que se realiza el trabajo, es decir, si en los casos en los que se trabaja con sustancias tóxicas los empleados cuentan con las medidas de seguridad adecuadas, así como la orientación e información necesaria sobre las sustancias que manipulan. Esto es de suma importancia en la prevención y control de la adicción a inhalantes.

Hoy en día, cuando se habla de dependientes a algún tipo de inhalantes, lo primero que nos viene a la cabeza son los niños que nos encontramos en las calles inhalando pegamento, pero es muy importante que hagamos conciencia de que este problema no es único de los niños de la calle. “El hombre está en contacto con los solventes orgánicos en algunas circunstancias, como son la exposición ocupacional o la inhalación voluntaria para producir alteración de las funciones mentales”.³ Por solventes orgánicos entendamos los componentes básicos de productos comerciales, como el *thinner*, el pegamento, la gasolina y el cemento.

La venta y posesión de solventes es legal, pues su uso comercial está ampliamente difundido y es prácticamente imposible controlar su uso para otros propósitos. Si a esto añadimos la falta de cumplimiento de las normas de seguridad laboral, el problema se intensifica. El fácil acceso a este tipo de sustancias y el incremento en este tipo de adicción ha obligado al gobierno a tomar ciertas medidas para disminuir y prevenirla, como la venta restringida de estos productos a mayores de edad, y en cuanto a la fabricación de pegamentos y cementos, añadir olores artificiales, con la finalidad de provocar rechazo. A pesar de las medidas tomadas hasta el momento en cuestión de inhalantes, el problema no ha sido controlado, y lo peor del caso es que sigue incrementándose.

3. Idem, p. 274

Pareciera que los inhalantes son las sustancias adictivas exclusivas de los centros laborales; sin embargo es necesario abordarlos con mayor detenimiento, ya que son sustancias cotidianas para un gran sector de la población, lo que los hace más accesibles que otro tipo de drogas.

Otro factor fundamental en el desarrollo de las adicciones en los centros laborales es la falta de información y orientación acerca de la farmacodependencia. El tabú que aún en la actualidad representa hablar de drogadicción ha causado grandes daños a la sociedad, pues en lugar de difundir y educar, siempre se trata de ocultar e ignorar, y por supuesto no se permite hablar abiertamente de él. Son pocos los sitios donde existe preocupación por tener el personal adecuado para prevenir y controlar los problemas que la farmacodependencia produce, mediante pruebas de adicción, programas de difusión, prevención y rehabilitación.

La farmacodependencia en los centros laborales no es más que un reflejo del incremento de ésta en todos los ámbitos; con esto no trato de deslindar la responsabilidad que los mismos centros laborales tienen en la evolución de la farmacodependencia, pero sí hacer conciencia de que ésta ya no es un problema propio de gente sin oficio ni beneficio.

2.2 PAPEL DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL EN LA PREVENCIÓN DE LA FARMACODPENDENCIA.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social, como órgano responsable de la emisión de normas laborales, busca el bienestar de los trabajadores en aspectos tales como salud, seguridad, higiene, capacitación, espacios adecuados para el desempeño del trabajo, etcétera. Esto a través de la exigencia de determinadas medidas que tendrán que ser puestas en marcha por el patrón y exigidas por los trabajadores.

A continuación mencionaré algunas de las normas laborales vigentes en México que considero fundamentales para el combate de la farmacodpendencia en centros de trabajo.

2.2.1 NOM - 009 - STPS - 1993*

Norma Oficial Mexicana relativa a las condiciones de seguridad e higiene para el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias corrosivas, irritantes y tóxicas en los centros de trabajo.

Objetivo

Establecer condiciones de seguridad e higiene para el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas, para prevenir y proteger a los trabajadores contra los riesgos de quemaduras, irritaciones o intoxicaciones en los centros de trabajo.

Campo de aplicación

Debe aplicarse en los centros de trabajo donde se almacenen, transporten o manejen sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas.

* *Diario Oficial de la Federación*, Primera sección, México 13 de junio de 1994, p. 79

Referencias

- *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, artículo 123, apartado A, fracción XV.
- *Ley Federal del Trabajo*, artículos 512 y 527.
- *Reglamento General de Seguridad e Higiene en el Trabajo*, título séptimo, capítulos III y IV.

Obligaciones

El patrón tendrá que adoptar las medidas para prevenir y proteger a los trabajadores en el almacenamiento, transporte y manejo de sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas, de conformidad con lo que establece la NOM - 009 - STPS - 1993, teniendo en consideración lo siguiente:

- Las características nocivas de las sustancias presentes.
- Las características estructurales del centro de trabajo.
- Los sistemas técnicos de control.
- Los contaminantes del medio ambiente de trabajo, tales como agentes físicos, químicos o biológicos capaces de alterar las condiciones del ambiente de trabajo y que, por sus propiedades, concentración, nivel y tiempo de acción, puedan alterar la salud de los trabajadores.
- El uso del equipo de protección personal correspondiente.
- Sustituir las sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas por otras que no lo sean.
- Reducir al mínimo el empleo de dichas sustancias.
- Introducir modificaciones en los procedimientos de trabajo o en los equipos que generen estos riesgos.
- Elaborar manuales de procedimientos de seguridad e higiene, que contendrán las instrucciones específicas para que los trabajadores identifiquen y eviten posibles daños a su salud al manejar, almacenar o transportar las sustancias mencionadas.
- Elaborar hojas de datos de seguridad por cada sustancia que maneje.
- Capacitar y adiestrar a los trabajadores en los procedimientos seguros para prevenir riesgos específicos a su salud.
- Establecer por escrito los trabajos peligrosos que entrañen exposición a estas sustancias, y que requieran autorización para ejecutarse, indicando:

- El procedimiento para la autorización de los trabajos peligrosos.
- Los niveles de responsabilidad.
- El procedimiento seguro para la realización del trabajo peligroso.
- Conservar su registro y llevar un control de autorizaciones.

Cuando por la naturaleza de los procesos productivos del centro de trabajo no sea posible sustituir o reducir el empleo de sustancias tóxicas, así como introducir modificaciones en los procedimientos de trabajo, deberán adoptarse una o más de las siguientes disposiciones:

- Aislar las fuentes de contaminación de los procesos en los equipos y en las áreas, con el fin de evitar su propagación.
- Interponer medios entre la fuente y los trabajadores, para aislarlos.
- Limitar la exposición de los trabajadores a las sustancias nocivas.
- Proporcionar a los trabajadores el equipo de protección personal específico para cada riesgo.

El *patrón* tiene la obligación de informar a los trabajadores de los riesgos que implica el uso y manejo de sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas en los procesos de trabajo, con el fin de que éstos observen las normas de seguridad correspondientes y utilicen el equipo de protección personal. Asimismo, se deben instalar equipos o dispositivos de control en los centros de trabajo donde se produzcan gases, vapores, emanaciones o polvos debido a los procedimientos o al manejo de sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas. Para la eliminación de dichos agentes se deberán respetar las leyes sanitarias y las de protección al ambiente.

Los procedimientos para el almacenamiento, transporte o manejo deberán contener como mínimo:

- Medidas que eviten fugas, derrames o emanaciones que dañen a los trabajadores.
- Limpieza y orden en las instalaciones del centro de trabajo.
- Disposición de instalaciones para contener sustancias en casos de accidente, derrame de líquidos o fuga de gases, con el fin de impedir su escurrimiento, para así limitar la contaminación de áreas vecinas y evitar daños a los trabajadores.

- Limitar las cantidades de sustancias peligrosas en las áreas de trabajo a lo necesario para el proceso productivo, y de acuerdo con un estudio y análisis del riesgo potencial, el cual deberá ser mostrado a la autoridad competente cuando lo solicite.
- No descargar en las redes de drenaje municipal productos, subproductos o materiales de desecho.

Las obligaciones de los *trabajadores* son las siguientes:

- Cumplir con las disposiciones de seguridad e higiene establecidas por el patrón.
- Participar en las actividades de capacitación y adiestramiento específicas proporcionadas por el patrón.
- Usar el equipo de protección personal proporcionado por el patrón.
- Las autoridades del trabajo, los patrones y los trabajadores promoverán que se determinen las condiciones de salud de los trabajadores que manejen sustancias corrosivas, irritantes o tóxicas, así como que se detecten las manifestaciones iniciales de las enfermedades de los mismos en relación con su exposición a las sustancias mencionadas, de conformidad con lo indicado en esta norma.

2.2.2 NOM - 010 - STPS - 1994*

Norma Oficial Mexicana relativa a las condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo donde se produzcan, almacenen o manejen sustancias químicas capaces de generar contaminación en el medio ambiente laboral.

Objetivo

Establecer medidas para prevenir y proteger la salud de los trabajadores y mejorar las condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo donde se produzcan, almacenen o manejen sustancias químicas que por sus propiedades, niveles de concentración y tiempo de acción sean capaces de contaminar el medio ambiente laboral y alterar la salud de los trabajadores, así como los niveles máximos permisibles de concentración de dichas sustancias, de acuerdo con el tipo de exposición.

* *Diario Oficial de la Federación*, Segunda sección, México 8 de junio de 1994, p. 1

Campo de aplicación

Debe aplicarse en todos los centros de trabajo donde se produzcan, almacenen o manejen sustancias químicas capaces de generar contaminación en el ambiente laboral.

Referencias

- *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, artículo 123, apartado A, fracción XV.
- *Ley Federal del Trabajo*, artículos 512 y 527.
- *Reglamento General de Seguridad e Higiene en el Trabajo*, título octavo, capítulo I.

Obligaciones

Los *patrones* deberán adoptar medidas preventivas tomando en cuenta la naturaleza del trabajo, así como las siguientes consideraciones:

- Características fisicoquímicas y toxicológicas de las sustancias.
- Características de las fuentes generadoras.
- Características, naturaleza, tiempo y frecuencia de la exposición de los trabajadores a dichas sustancias.

Deberán efectuar el reconocimiento, la evaluación y el control necesarios para prevenir alteraciones en la salud de los trabajadores expuestos.

Llevar, conservar, mantener actualizado y mostrar a las autoridades competentes el registro de los niveles de concentración de las sustancias químicas, con el fin de adoptar las medidas de seguridad e higiene tendientes al control de la exposición a dichas sustancias.

Elaborar procedimientos de salud, seguridad e higiene para los trabajadores que están expuestos a las sustancias químicas.

Informar a los trabajadores de las posibles alteraciones en su salud provocadas por la exposición a las sustancias químicas contaminantes del ambiente laboral.

Adiestrar y capacitar a los trabajadores y a los miembros de la comisión mixta en los procedimientos de seguridad y medidas preventivas para proteger su salud frente a los riesgos específicos.

Señalar con avisos de seguridad los locales de almacenamiento y las zonas de exposición a dichas sustancias. Los avisos deberán ser colocados en lugares visibles, y ajustarse, en general, a la norma.

Los *trabajadores* deben colaborar en las medidas de evaluación y observar las de control que se establezcan en los centros de trabajo donde desempeñen sus actividades.

Tendrán que participar en la capacitación y el adiestramiento que proporcione el patrón, así como usar el equipo de protección personal dotado por éste.

2.2.3 NOM - 017 - STPS - 1994*

Norma Oficial Mexicana relativa al equipo de protección personal para los trabajadores en los centros de trabajo.

Objetivo

Establecer los requerimientos de selección y uso del equipo de protección personal para proteger al trabajador de los agentes del medio ambiente de trabajo que puedan alterar su salud y su vida.

Campo de aplicación

Deberá aplicarse como medida de control personal en aquellas actividades laborales en las que, por su naturaleza, los trabajadores estén expuestos a riesgos específicos.

Referencias

- *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, artículo 123, apartado A, fracción XV.
- *Ley Federal del Trabajo*, artículos 512 y 527.
- *Reglamento General de Seguridad e Higiene en el Trabajo*, título noveno.

Obligaciones

El *patrón* elaborará por escrito y conservará los estudios y análisis de riesgo

* *Diario Oficial de la Federación*, Primera sección, México 24 de mayo de 1994, p. 26

para determinar el uso del equipo de protección personal. Tal información deberá proporcionarla a la autoridad laboral cuando ésta lo solicite.

Para la selección del equipo de protección personal el patrón debe desarrollar las siguientes actividades:

- Establecer las características de acuerdo con los requerimientos del equipo de protección personal.
- Proporcionar a los trabajadores la capacitación y el adiestramiento necesarios para el uso, limpieza, mantenimiento, limitaciones y almacenamiento del equipo de protección personal.
- Informar a la comisión mixta de los requerimientos del equipo de protección personal, con el fin de que ésta vigile el adecuado cumplimiento de la presente norma.
- Dotar a los trabajadores con el equipo de protección personal adecuado al riesgo específico.

El *trabajador* tiene la obligación de usar el equipo de protección personal que se le proporcione. Deberá participar y poner en práctica la capacitación específica recibida y cumplir con los programas de limpieza y mantenimiento establecidos.

En cuanto al equipo de protección personal que el patrón ponga a disposición de los trabajadores debe cumplir con lo siguiente:

- Proteger del riesgo específico.
- El uso debe ser personal.
- Debe existir un método de mantenimiento.
- Establecer tiempo de uso y vida útil.
- Estar acorde a las características y dimensiones físicas de los trabajadores.
- La protección personal proporcionada a los trabajadores deberá atenuar o proteger de los posibles daños a la salud y a la vida de los trabajadores.

2.2.4 NOM - 019 - STPS - 1993*

Norma Oficial Mexicana relativa a la constitución, registro y funcionamiento de las comisiones de seguridad e higiene en los centros de trabajo.

* *Diario Oficial de la Federación*, Primera sección, México 29 de diciembre de 1994, p. 55

Objetivo

Establecer lineamientos para la integración, el registro y el funcionamiento de las comisiones de seguridad e higiene y las responsabilidades de patrones, trabajadores y autoridades laborales.

Campo de aplicación

Se aplica en todas las empresas o establecimientos a que se refiere el artículo 16 de la Ley Federal del Trabajo vigente.

Referencias

- *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, artículo 123, apartado A, fracción XV.
- *Ley Federal del Trabajo*, artículo 132, fracciones XVII y XXVIII; 134 fracciones II y IX; 509, 510, 512, 523 fracción I; 524, 527 último párrafo y 529 fracción IV.
- *Reglamento General de Seguridad e Higiene en el Trabajo*, título décimo primero capítulo III.
- Convenio número 144 de la Organización Internacional del Trabajo, sobre consultas tripartitas para promover la aplicación de las normas internacionales del trabajo.
- "Reglamento para la clasificación de empresas y determinación del grado de riesgo del seguro de riesgos de trabajo" publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 29 de junio de 1981.

Obligaciones

Del patrón:

- Integrar, registrar y vigilar el funcionamiento de la comisión, participando en ella o nombrando a sus representantes conforme a la presente norma.
- Registrar la comisión que se constituya en el centro de trabajo ante la autoridad laboral, en el término de diez días hábiles a partir de la fecha del acta constitutiva de la comisión.
- Atender las recomendaciones de seguridad e higiene que le señale la comisión, de acuerdo a la normatividad y las disposiciones técnicas en la materia.

- Dar las facilidades y permisos necesarios a los integrantes de la comisión para el desempeño de sus funciones y para que ésta sesione en la empresa.
- Proporcionar información que le sea solicitada por la comisión sobre materias primas y sustancias manejadas y/o utilizadas en los procesos productivos, así como sobre las incidencias, accidentes y enfermedades de trabajo y el resultado de las investigaciones practicadas con motivo de los mismos.
- Remitir a la autoridad laboral el programa anual, las actas de recorridos o la información que conforme a la presente norma debe levantar o recopilar la comisión dentro de los cinco días hábiles siguientes a su elaboración.
- Informar a la autoridad laboral de las modificaciones que se produzcan en cualquiera de los casos siguientes:
 - Cambio de razón social y/o domicilio del centro de trabajo.
 - Cambio de registro patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.
 - Cambio de rama de actividad económica.
 - Baja del centro de trabajo.
- Si no hubiere sindicato, organizar a los trabajadores para que nombren a los integrantes de la comisión.
- Realizar las actividades de capacitación y orientación sobre seguridad e higiene en el trabajo propuestas por la comisión.
- Conservar la documentación relativa a la solicitud de registro, y por un lapso de tres años, lo referente a su funcionamiento: programas anuales de trabajo, actas mensuales de recorrido, investigaciones de riesgos de trabajo e informes que le solicite la autoridad laboral.
- Presentar para revisión, cuando lo solicite la autoridad.
- Cumplir con las actividades que le señale la autoridad laboral para evaluar el funcionamiento de las comisiones e investigaciones de aspectos específicos en seguridad e higiene de la empresa.
- Cuando se trate de empresas con trabajadores a destajo, el patrón garantizará al representante o representantes, de los trabajadores de la comisión, su salario promedio durante el tiempo en que realicen actividades en ésta.

Del trabajador:

- El sindicato titular del contrato colectivo designará a los representantes que integrarán la comisión, seleccionándolos mediante consulta a los trabajadores de la empresa.
- Participar como miembro de la comisión, si es designado, así como apoyar el funcionamiento de la comisión proporcionando información sobre riesgos que existan en el centro de trabajo, y la requerida para la investigación de accidentes y enfermedades de trabajo.
- Atender las recomendaciones de seguridad e higiene que señale la comisión, de acuerdo con la normatividad y las disposiciones técnicas en la materia.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social no ha tomado medidas específicas para promover la prevención y control de la farmacodependencia en los centros de trabajo, hecho que en lo particular considero muy reprobable, pues este problema es cada vez más frecuente. Sin embargo, las normas laborales emitidas son útiles para tal propósito. De ahí que el cumplimiento de dichas normas sea considerado como uno de los factores de mayor importancia para combatir la farmacodependencia en los centros laborales.

Resumiendo el contenido de las normas, encontramos que todas promueven que se proporcione la protección necesaria a los trabajadores, para evitar accidentes y proteger la salud, dos aspectos que se encuentran muy ligados a la farmacodependencia, pues ésta —considerada como un delito contra la salud de los individuos— es, junto con el alcoholismo, causante de un gran número de accidentes en los centros de trabajo.

Otro aspecto importante que habría que considerar es el mencionado en la norma NOM - 019 - STPS - 1993, relativa a la creación de comisiones de seguridad e higiene, ya que es a través de éstas que se puede detectar el número de trabajadores involucrados en algún tipo de adicción, así como iniciar un proceso informativo referente a la prevención y tratamiento de la farmacodependencia.

2.3 PROGRAMAS DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA FARMACODEPENDENCIA EN LOS CENTROS LABORALES

Retomando lo expuesto en el apartado anterior, cuando hablamos del incumplimiento de las normas de seguridad laboral lamentablemente estamos refiriéndonos a un problema cuya solución definitiva sentimos fuera de nuestro alcance, menciono la solución como definitiva, pues porque como es bien sabido, México es un país que se ha caracterizado por encontrar la solución a sus problemas con dinero, y éste es uno de ellos.

Lograr que las normas laborales se apliquen y respeten al 100% es un gran reto, pues en realidad no existe compromiso de ninguna de las partes que las constituyen. Es decir, para que una norma exista se requiere de las autoridades encargadas de regular y supervisar, de patrones que apliquen dichas reglas y de trabajadores que las exijan y respeten; al decir que no existe un compromiso entre ellos me refiero a que el patrón no cumple las normas, en muchas ocasiones porque estas representan un alto costo económico, de tal manera que le es más fácil y menos costoso sobornar a los inspectores que invertir en la seguridad de sus empleados, además de que por lo general consideran que estos no merecen tantos cuidados y atenciones.

En cuanto a los trabajadores, son pocos lo que se atreven a exigir sus derechos, ya que exigir representa también una responsabilidad, y "mientras menos responsabilidades se tengan mejor". Existe otro factor a cargo del patrón: la escasa información que proporciona a los empleados acerca de la actividad que realizan, de tal forma que en ellos no existe una preocupación por su salud.

Por otra parte tenemos a las autoridades, representadas por inspectores, para quienes resulta mucho más satisfactorio tener un ingreso extra con un esfuerzo mínimo, que preocuparse por la vida de otras personas.

La dificultad para resolver el problema es grande, y más si tomamos en cuenta que estas situaciones representan la forma de vida de los mexicanos. Esto no quiere decir que el cumplimiento de las normas sea imposible; pero al igual que en la lucha contra la farmacodependencia, la sociedad constituye un papel importantísimo, pues en este caso la responsabilidad no es únicamente del patrón que no proporciona los elementos necesarios a sus empleados, sino también de los trabajadores que no los exigen.

En comparación con otros países latinoamericanos o europeos, no podemos decir que México tenga un alto nivel de farmacodependencia; pero en él esta enfermedad ha encontrado todo lo necesario para incrementarse a pasos agigantados. De ahí resulta increíble que no existan, dentro de los centros laborales, programas específicos para la prevención y control de las adicciones.

En el desarrollo de la presente investigación, me enfrenté con sorpresa al poco material que existe acerca de la farmacodependencia en los centros laborales. Así que me di a la labor de investigar lo que ocurre al respecto en otros países. Expondré lo que se ha puesto en práctica en Estados Unidos e Inglaterra*, países en los que el alto índice de farmacodependencia ha obligado a los gobiernos a tomar ciertas medidas para conservar la estabilidad económica, social y política. En los dos casos la preocupación no es única del gobierno, pues existe una conciencia en la sociedad en general, lo que ha ayudado a que los programas se desarrollen y tengan resultados positivos.

El Departamento de Trabajo del gobierno de los Estados Unidos editó el libro *What works: workplaces without drugs*, como parte de una campaña de prevención y control de la farmacodependencia en los centros de trabajo, dentro del que se consideran los siguientes puntos:

- Revisión de las leyes concernientes a la fuerza laboral, incorporando los cambios necesarios para asegurar un centro de trabajo libre de adicciones.
- Capacitación de directivos, supervisores, representantes sindicales y empleados a través de los programas de alcoholismo y drogadicción

* Los datos relativos a programas de prevención y control de la farmacodependencia puestos en práctica en los países mencionados, fueron extraídos de los siguientes documentos:
- Andónimo, *What Works: Workplaces without drugs*, USA, U.S. Department of Labor
- Andónimo, *Britains International Strategy against Drug misuse*, Gran Bretaña, Foreign & Commonwealth Office

elaborados por el gobierno del estado o a través de alguna institución privada.

- Elaboración de contratos especificando claramente las reglas relacionadas con el alcoholismo y la farmacodependencia, estableciendo el compromiso de no laborar bajo los efectos de sustancias psicotrópicas o alcohol, ni consumirlas dentro del centro de trabajo.
- Será responsabilidad de los supervisores la vigilancia al cumplimiento de dicho contrato.
- Establecer un programa de asistencia para empleados, en el que tendrán que participar directivos, supervisores, representantes sindicales y trabajadores. Éste deberá ser supervisado por especialistas capaces de sobrellevar los conflictos provocados por el alcoholismo y la farmacodependencia.
- El programa de asistencia tendrá que ser permanente, y se deberá tener continuamente informados a los empleados sobre la prevención, identificación y tratamiento de farmacodependientes.
- El supervisor tendrá la responsabilidad de vigilar la asistencia de los empleados al programa.
- Será responsabilidad de los empleados denunciar a sus compañeros que recurran al abuso de alguna droga, así como brindar todo el apoyo necesario a aquellos que están en tratamiento.
- Establecer un examen médico de abuso de drogas una vez que se haya logrado la comunicación a través del programa de asistencia, para evitar el rechazo al examen.

El combate a la farmacodependencia en los centros de trabajo de Estados Unidos se basa fundamentalmente en la creación del Programa de asistencia para empleados, considerando los siguientes puntos:

- Los trabajadores se sentirán parte de un equipo y podrán tener acceso a la comunicación con supervisores y directivos.
- Asistiendo al programa los trabajadores se disciplinarán a través de la experiencia e información sin necesidad de ser despedidos.
- Mantener prevenidos y brindar tratamiento a los empleados protegerá la productividad de la empresa.

No existe un programa de asistencia que se deba establecer en todos los centros de trabajo; el éxito de éste radica en que sea creado para las circunstancias específicas en que se labora. Mencionaré algunos ejemplos de programas que actualmente están en práctica y han tenido buenos resultados.

2.3.1 General Motors-United Auto Workers (Detroit, Michigan)

Los directivos de la General Motors conjuntamente con el Sindicato de trabajadores de la industria automotriz, llevan más de 16 años trabajando en la prevención y control del alcoholismo y la farmacodependencia. La principal razón de que decidieran unirse y combatir juntos los problemas de adicción en los centros laborales fue la dificultad que encontraron, al manejarse individualmente, para brindar la motivación necesaria en los trabajadores, con el fin de disminuir los problemas de adicción en el trabajo.

En realidad fue hasta 1980, que se iniciaron las labores del Programa de asistencia para empleados, creado gracias al apoyo de la General Motors, del Sindicato de Trabajadores de la Industria Automotriz, de la industria eléctrica y de la Industria hulera. Este programa presta servicio aproximadamente a medio millón de empleados.

El modelo de programa empleado por la General Motors incluye los siguientes aspectos:

- Capacitación a directivos, supervisores y representantes sindicales en el manejo y detección de trabajadores con problemas de adicción.
- Evaluación de empleados, para detectar a aquéllos involucrados con algún tipo de adicción, y establecer el nivel en el que ésta se encuentra.
- Incorporación de los empleados a los distintos tratamientos de rehabilitación según la gravedad del problema.
- Seguimiento de los tratamientos de rehabilitación para detectar el porcentaje de reincidencia y, en tal caso, revalorar el tratamiento que se ha seguido.
- Una vez controlada la adicción, los empleados rehabilitados ingresarán a tratamientos de soporte y seguimiento.

- Proporcionar asesoría a la familia del adicto, así como terapia psicológica de integración familiar.

Inicialmente este programa recurrió a los servicios que presta el gobierno a través de centros de integración familiar, pero gracias al éxito obtenido, en 1986 se estableció el United Auto Worker-General Motors Human Resources Center, donde se siguen prestando los mismos servicios, de manera más independiente, logrando tener más control del problema de la farmacodependencia en centros laborales. Las estadísticas realizadas por dicho centro exponen que ocho de cada diez empleados canalizados al Programa de asistencia aceptan la ayuda que requieren.

2.3.1 St. Louis Symphony Orchestra (St. Louis, Missouri)

La Orquesta Sinfónica de St. Louis Missouri decidió crear un Programa de asistencia para Empleados debido al gran número de incidentes en conciertos, provocados por la adicción al alcohol o algún tipo de droga.

La orquesta pertenece a la Federación Americana de Músicos, por lo que dentro de sus prestaciones sus empleados tienen derecho a recibir asistencia médica. Al momento en que nació la propuesta de instaurar un programa, la principal petición de los empleados fue conservar el grupo de médicos de quienes habían estado recibiendo el servicio. De tal manera que el Programa de asistencia para empleados de la orquesta sinfónica se inició haciendo una evaluación sobre los médicos encargados de atender a los músicos, para determinar si eran capaces de dirigir un programa con estas características.

El programa se apoyó básicamente en los médicos que ya laboraban para los músicos, constituyendo esto el factor más importante para su éxito, pues los empleados ya conocían a los médicos y existía una relación de confianza absoluta entre ambas partes.

Los aspectos del programa no difieren en gran medida de lo establecido por la General Motors; más bien la diferencia radica en la manera de difundir y de desarrollar el programa. Éste no tuvo nunca la intervención o colaboración del

gobierno del estado, lo que de alguna manera representa una facilidad para los empleados que deban recurrir a él. Generalmente cuando existe la intervención del gobierno el inicio es un tanto más difícil, pues existen temores relativos al aspecto legal de las adicciones.

El programa no fue creado exclusivamente para los músicos ejecutantes, sino para todos los empleados que de alguna manera intervienen en la presentación de un concierto, es decir, ingenieros de sonido, encargados de iluminación, jefes de foro, etcétera, así como para las familias de éstos.

Al año de que el Programa de Asistencia se puso en marcha, las estadísticas sobre los empleados adictos habían disminuido, y 70 % de los de empleados involucrados en problemas de adicción había accedido, junto con su familia, a seguir un tratamiento de rehabilitación a través del programa, logrando así solucionar una serie de problemas emocionales, laborales, familiares y maritales.

En cuanto al gobierno de Inglaterra, las acciones que ha tomado son las siguientes:

- Cooperación internacional para detener el tráfico de drogas.
- Capacitación de los elementos de policía y aduanas para lograr mayor eficiencia en la detección de contrabandos de droga.
- Educación y publicidad sobre las causas y consecuencias de la farmacodependencia.
- Establecer tratamientos de rehabilitación que estén al alcance de toda la población, sin importar condición social y económica.

En el caso específico de la farmacodependencia en centros laborales, al igual que Estados Unidos, Inglaterra ha elaborado programas de apoyo, cuyo objetivo principal es educar al sector laboral, brindándole toda la información posible acerca de las causas y consecuencias de las adicciones, así como orientar, en los casos que lo requieran, sobre tratamientos de rehabilitación. En Inglaterra especialmente existe gran conciencia sobre el problema de la farmacodependencia en el trabajo, pues antes de iniciarse en la lucha contra ésta, se

tuvo que hacer un enorme esfuerzo para combatir el alcoholismo, que representaba un enorme peligro para la estabilidad económica, debido a que la productividad laboral era verdaderamente baja.

Hablar de farmacodependencia en centros laborales, es hablar del reflejo de los problemas sociales de un país. Mientras el fenómeno se incrementa y no se tomen medidas adecuadas para combatirlo, éste seguirá desarrollándose sin control, y causando grandes pérdidas. Considero de gran importancia que tanto autoridades como empresarios, industriales y sociedad en general, hagan conciencia del problema y se inicie la búsqueda de una solución, pues aunque se cuenta con la ayuda de una gran cantidad de instituciones públicas y privadas, cuyo objetivo es la prevención y el tratamiento, éstas no son suficientes o, en muchas ocasiones, su labor de difundir, informar y orientar es obstaculizada, por considerarse que produce efectos contraproducentes, o simplemente porque no hay una aceptación del problema de la farmacodependencia.

CAPITULO III

DISEÑO GRAFICO
COMO PROCESO
DE COMUNICACION

3.1.1 Diseño Gráfico

A pesar del auge que ha tenido el diseño gráfico en los últimos años, pocos son los que en realidad lo comprenden. Cuando se habla de la actividad que desempeña un diseñador gráfico, nos encontramos con infinidad de respuestas tales como: "son los que hacen caricaturas", "son artistas", "son los que hacen publicidad", etcétera. Lo peor del caso es que entre los mismos estudiantes de diseño difícilmente encontramos una definición clara y acertada.

Tal vez la dificultad de definir el diseño gráfico radica en la infinidad de factores que intervienen en su realización.

Haciendo un símil con la definición de medicina, que es la ciencia que tiene por objeto la curación o alivio de las enfermedades del hombre y la conservación de la salud; diríamos que el diseño gráfico es la disciplina que tiene por objeto mejorar y satisfacer las necesidades de la comunicación visual en una sociedad determinada. En el primer caso considero que es de extrema claridad el tipo de actividad que realiza un médico, mientras que en el caso del diseño gráfico nos quedaríamos prácticamente sin saber a qué se dedica un diseñador.

Hay quienes, tratando de simplificar el significado de diseño gráfico, lo definen de la siguiente manera: "combinación de ilustraciones y palabras"¹. Podríamos decir de esta definición que es verdaderamente simple y dice poco de la labor que en realidad implica el diseño gráfico.

Para hablar del proceso del diseño, inicialmente tendríamos que hablar de la comunicación humana, donde siempre existe una persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en relación. Una vez existiendo el motivo, tiene que existir una persona o grupo de personas que estén dispuestas a recibir la información, para que se establezca una comunicación. El objetivo a

1. Arthur T. Turnbull Russell, *Comunicación Gráfica*, México, Ed. Trillas, p. 18

comunicar tendrá que estar estructurado en forma de mensaje, "...un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos".²

Teniendo claro el concepto de comunicación humana, tendríamos que hablar específicamente de la comunicación visual y de los elementos que se emplean en su proceso. Entendamos la comunicación visual como "... el proceso de transmitir mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente están en una superficie plana".³ Los mensajes se elaboran con un fin que puede ser: decir, expresar, dirigir, aceptar, promover, informar, etcétera. Todos estos implican un cambio de conducta en la persona que va a recibir el mensaje y son traducidos de diversas maneras, en el caso específico del diseño gráfico a través de imágenes visuales, donde la imagen "... es una estructura de espacio, y el espacio mismo es un todo emergente de formas, de volúmenes coloreados y visibles".⁴ Se habla de imagen como una estructura, por lo que la imagen es la unión de una serie de elementos que la conforman; es decir, surge a partir de la composición, que "es el medio interpretativo destinado a controlar la reinterpretación de un mensaje por sus receptores".⁵ En la composición visual tendremos la unión del contenido, que sería el mensaje que queremos difundir, y la forma, que en este caso estaría dada por la ordenación de los elementos gráficos conformando una imagen, además de la comprensión de los procedimientos de percepción del organismo humano, para obtener la respuesta buscada en el receptor.

"La composición visual parte de los elementos básicos: punto, línea, contorno, dirección, textura, dimensión, escala y movimiento."⁶ Es decir, la composición se apoya en estos elementos para la estructuración de la forma que transmitirá el mensaje deseado. La composición, a su vez, estará sustentada por técnicas visuales, técnicas de representación, técnicas de impresión y técnicas de difusión.

2. David Keneth Berlo, *El proceso de la comunicación introducción a la teoría y la práctica*, México, Ed. Ateneo, p. 24

3. Arthur T. Turnbull Russell, *Comunicación Gráfica*, México, Ed. Trillas, p. 13

4. D. A. Dondis, *Sintaxis de la Imagen Visual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 124

5. Idem, p.123

6. Idem, p.127

3.1.2 Elementos Gráficos

Podemos decir que éstos son los elementos esenciales del diseño, pues como ya lo mencioné es por medio de la selección, combinación y ordenación de éstos que se elabora una composición que estará conformando la imagen. Es decir, son los elementos primordiales con los que cuenta un diseñador para iniciar un proceso de comunicación.

Dentro de estos elementos además de los mencionados por D.A. Dondis en su libro *la Sintaxis de la Imagen*, es sumamente importante considerar dentro de éstos el tono, el color y la tipografía.

A continuación haré una breve definición de éstos para tener una idea más clara de la importancia que tienen para el diseño.

Punto

De todos los elementos gráficos éste es considerado el más simple, por constituir la unidad mínima de comunicación visual, entendiendo unidad como el principio de un todo y no como un conjunto de elementos. "La forma más común de un punto es la de un círculo simple, compacto, carente de ángulos y de dirección."⁷ De ahí que también podemos decir que el punto es generador del resto de los elementos gráficos, por tanto de imágenes, ejemplo claro de esto es el trabajo desarrollado por los impresionistas.

Línea

La podemos definir principalmente de dos formas:

1. Como un punto en movimiento.
2. Como una secuencia de puntos que se encuentran muy próximos uno del otro.

Ambas definiciones coinciden en que la línea tiene dirección y un propósito definido, de ahí que es considerada como el elemento por excelencia del boceto, ya que constituye un medio para convertir una idea en una forma.

También se considera como un instrumento y elemento de los sistemas de notación como la escritura y los mapas.

7. Wucius Wong, *Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-Dimensional*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., p. 13

Contorno

Así como la línea se deriva del punto, así mismo el contorno surge de la línea, es decir que de acuerdo a la dirección que mantenga la línea en su recorrido, se establecerá la complejidad del contorno. Lo podemos definir como "las líneas conceptuales que constituyen los bordes de la forma. Las características de estas líneas conceptuales, y sus interrelaciones, determinan la figura de la forma plana."^B

Existen tres contornos básicos:

- Cuadrado.- que denota torpeza, honestidad, rectitud y esmero.
- Triángulo.- cuyas características son la acción, el conflicto y la tensión.
- Círculo.- que muestra infinitud, calidez y protección.

A partir de estos contornos básicos se derivan todas las formas físicas de la naturaleza y las creadas por el hombre, mediante una gran cantidad de combinaciones.

Dirección

Comúnmente podemos definir la dirección como la línea de movimiento que sigue un cuerpo cuando se desplaza a un punto determinado.

La importancia de la dirección en el diseño gráfico radica en el significado que se le ha asignado, indispensable para poder comunicar correctamente lo que se desea expresar.

Hablando nuevamente de los tres contornos básicos, éstos presentan distintas direcciones cuyos significados varían de acuerdo a cada una de ellas.

- Cuadrado.- Dirección vertical y horizontal - que refleja la referencia primaria del hombre con respecto a su maniobrabilidad y su bienestar, facilita el equilibrio y la estabilidad.
- Triángulo.- Dirección diagonal - que expresa inestabilidad y por lo tanto es más provocadora y amenazadora.

B. Wucius Wong, *Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-Dimensional*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., p. 13

- **Círculo.-** Dirección curva - que se asocia con la repetición, lo cíclico y el calor.⁹

Tono

Sabemos que gracias a la incidencia de la luz sobre un objeto es que podemos percibir visualmente dicho objeto. De ahí que el valor tonal o tono se define como las intensidades de oscuridad o claridad de un objeto, efecto que se da siempre y cuando exista una variación de la luz que incide sobre él.

Este elemento lo podemos encontrar en la naturaleza, donde existen cientos de grados tonales entre oscuridad y claridad, pero en las artes gráficas la escala entre el negro y el blanco tiene más o menos trece grados. Tenemos así que “el valor tonal es otra manera de describir la luz, gracias a él y sólo a él vemos”¹⁰.

Color

Al igual que el tono el color tiene que ver con la luz que incide sobre los objetos, es decir éste es la impresión que hace en la retina del ojo la luz que reflejan los objetos. “La luz del día, o luz blanca, es un pequeño componente de la radiación electromagnética y se puede descomponer en siete colores diferentes: violeta, índigo, azul, verde, amarillo, anaranjado y rojo -los colores del espectro-. El color de un objeto depende de cuánto es absorbido o reflejado cada uno de esos colores por su superficie”¹¹.

Existen infinidad de teorías sobre el color y sobre psicología del color, esto se debe en gran medida a que de todos los elementos gráficos, éste es el que tiene mayor afinidad con las emociones, de ahí que a cada color se le han asignado numerosos significados asociativos y simbólicos.

Hablando un poco más sobre las características técnicas del color, podemos decir que éste tiene tres dimensiones:

1. **Matiz.-** que sería lo que comúnmente conocemos como color. Dentro del matiz encontramos que existen tres matices elementales o primarios que son: amarillo, rojo y azul. Con la mezcla de estos se obtienen los matices secundarios

9. D. A. Dondis, *Sintaxis de la Imagen Visual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 60-61

10. D. A. Dondis, *Sintaxis de la Imagen Visual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 64

11. Peter Bridgewater, *Introducción al Diseño Gráfico*, México, Ed. Trillas, p. 20

que son: el naranja, el verde y el violeta. Estos a su vez se vuelven a mezclar con algún primario que no contengan y se forman los complementarios.

2. Saturación.- ésta se refiere a la pureza del color respecto al gris. El color saturado es simple y está compuesto de matices primarios y secundarios. La saturación de un color repercute en la intensidad emotiva que se desee expresar.

3. Brillo.- Se refiere a las graduaciones tonales que van de la claridad a la oscuridad.

Textura

La textura está relacionada con el aspecto compositivo de la superficie de cualquier objeto, cuerpo o material, es decir ésta la podemos identificar como una serie de variaciones diminutas en la superficie.

La textura puede ser clasificada en dos importantes categorías:

1.- Textura visual "... es estrictamente bidimensional. Como dice la palabra, es la clase de textura que puede ser vista por el ojo, aunque pueda evocar también sensaciones táctiles. Se distinguen tres clases: textura decorativa, textura espontánea y textura mecánica"¹².

2.- Textura táctil "... es el tipo de textura que no sólo es visible al ojo sino que puede sentirse con la mano. La textura táctil se eleva sobre la superficie de un diseño bi-dimensional y se acerca a un relieve tri-dimensional"¹³.

Escala

Básicamente es la representación de una medición proporcional real. Esta sirve para que los elementos visuales se modifiquen y se definan unos a otros, de ahí que es importante el marco o el objeto visual que esté junto a nuestro objetivo, para tener una aproximación del tamaño de éste, sin necesidad de una medida.

12. Wucius Wong, *Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-Dimensional*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., p. 83

13. Idem, p. 85

Dimensión

Se define como cada una de las tres direcciones en que se mide la extensión de un cuerpo, es decir, largo, ancho y hondo.

En la dimensión lo más importante será la representación del volumen de un objeto y para ésto generalmente se emplea la perspectiva y el manejo de valores tonales a base de luces y sombras, con la finalidad de intensificar la sensación de realidad.

Movimiento

Comúnmente definimos el movimiento como el estado de un cuerpo cuya posición varía respecto de un punto fijo. En el diseño gráfico no necesariamente dibujamos la trayectoria de un objeto para expresar el movimiento.

Éste se determina en gran medida por la forma en la que el ojo percibe la información que es de izquierda-derecha y de arriba-abajo. Teniendo esto en cuenta el diseñador puede intensificar la vivacidad de su composición generando o no movimiento en ella.

Este elemento se ve reforzado en gran medida con la ayuda de algunos de los elementos ya mencionados como son la dirección y el color.

Tipografía

Gráficamente la tipografía se define como formas visuales creadas por líneas curvas y rectas, las cuales constituyen letras y símbolos que influyen en el pensamiento humano. "El entendimiento y apreciación de la tipografía son esenciales para que un diseñador se comunique con efectividad. Las formas de las letras son poderosas y emocionantes, pueden hacer figuras y crear color, de modo que debe aprender a manejarlas con confianza. La buena tipografía debe ser individual y creativa"¹⁴.

Para el mejor entendimiento de éste tema es fundamental conocer las partes que constituyen la letra.

14. Peter Bridgewater, *Introducción al Diseño Gráfico*, México, Ed. Trillas, p. 57

Fuste.- Es la línea vertical que determina la altura y el peso de la letra.



Espina.- Es la línea inclinada (diagonal), que determina el peso de la cara y la altura.



Barra de cruce.- Se encuentra entre fuste y fuste.



Muesca.- Es la línea circular que determina la proporción de altura, peso y cara de la letra.



Eje.- Determina la inclinación de la tipografía (Ejemplo: itálica)



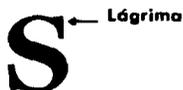
Brazo.- Determina la proporción de la letra.



Emplastamiento.- Determina el estilo de la letra. Se refiere a los remates de la letra. Es muy importante para determinar las familias tipográficas.



Lágrima.- Rige el estilo de la letra en relación a las letras curvas.



Tamaño.- Es importantísimo para la legibilidad. Se rige en relación al formato.

Forma.- Es el estilo o tipo de letra utilizado. Tiene que ver con los patines y lágrimas.

Peso.- Peso visual determinado en relación al fondo.

De acuerdo a lo anterior surgen dos términos muy importantes y comunes en la tipografía que son:

Familia Tipográfica.- Que está determinada por el estilo de letra, es decir, por la forma. En la actualidad podríamos considerar dos grandes familias, la de palo seco (cuya característica es que carece de patines) y la romana (que si tiene patines).

Fuente Tipográfica.- Está constituida por el conjunto de todo el alfabeto con números, signos de puntuación, etc. Ejemplos de éstas son: Helvéticas, Futura, Timés, Optima, Avant Garde, etc.

Las fuentes tipográficas tienen una serie de variantes que se determinan por las siguientes características:

Forma.- Se refiere a si son mayúsculas (caja alta) o minúsculas (caja baja).

Orientación.- Si tienen inclinación (cursiva o itálica) o si carecen de ella (redondas).

Medida.- Se toma en relación al ancho (grueso): estrecha (condensada), normal (regular), ancha (expandida).

altura (escala de cuerpo): pequeña, mediana, grande.

Profundidad: sombra.

En cuanto a la altura, ésta se mide por puntos tipográficos.

La tipografía ha cobrado tal importancia dentro del diseño que en ocasiones podemos encontrar trabajos donde la imagen se logra a través de la combinación de distintos tipos de letra logrando diseños muy atractivos.

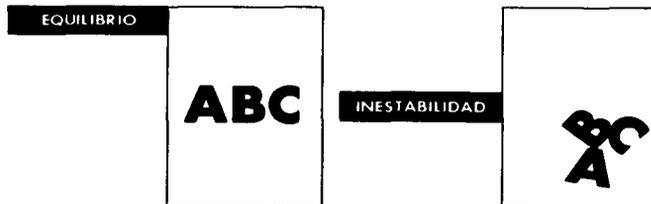
3.1.3 Técnicas visuales

“Las técnicas visuales ofrecen al diseñador una amplia paleta de medios para la expresión visual del contenido. Existen en forma de dipolos sobre un espectro continuo, o como aproximaciones contrarias y disímiles al significado.”¹⁵ Éstas se aplican directamente en la composición y son fundamentales para representar y manifestar el propósito del mensaje. A través de ellas se busca expresar la esencia, y estarán básicamente determinadas por el uso del espacio y el ordenamiento de los elementos gráficos en éste. Las técnicas visuales han sido consideradas fundamentales en los procesos de análisis, pero son igualmente importantes para la creación.

A pesar de que la interpretación personal es un factor muy importante en el uso de las técnicas visuales, podemos explicar y dar ejemplo de las más conocidas y empleadas, según las define D.A. Dondis en su libro *La Sintaxis de la Imagen*.

Equilibrio-inestabilidad

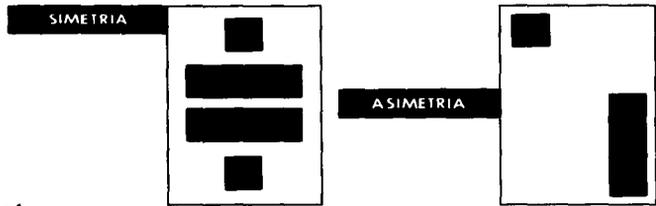
En el equilibrio encontramos un centro de gravedad entre dos elementos, esto; proporciona armonía, seguridad y estabilidad. Mientras que en la inestabilidad hay ausencia de dicho centro de gravedad lo que ocasiona sensaciones provocadoras e inquietantes.



15. D. A. Dondis, *Sintaxis de la Imagen Visual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 129

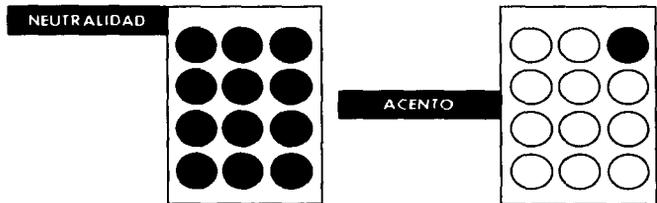
Simetría-asimetría

En la simetría se encuentran elementos situados a un lado de la línea central que corresponden exactamente a los otros situados en el otro lado. Proporciona equilibrio, pero puede parecer estático y aburrido. En la asimetría no existe esa correspondencia idéntica entre un lado de la línea central y el otro, pero esto no quiere decir que no haya equilibrio, pues se puede encontrar un equilibrio perfecto de pesos, con la sensación de algo equilibrado en movimiento.



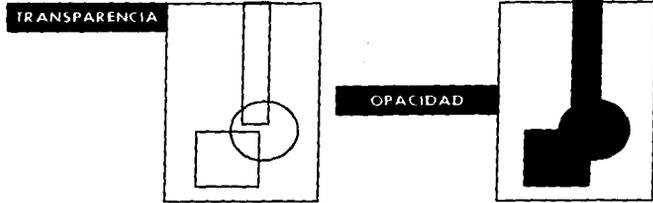
Neutralidad-acento

En la neutralidad se puede hablar de un equilibrio entre los elementos, de tal manera que ninguno de ellos sobresalga. En el acento el propósito es perturbar la neutralidad, realizando intensamente un solo elemento, dentro de un fondo uniforme; es de gran utilidad cuando se quiere hacer énfasis en alguno de los elementos, ya sea para atraer la atención del observador o para simplificar el mensaje.



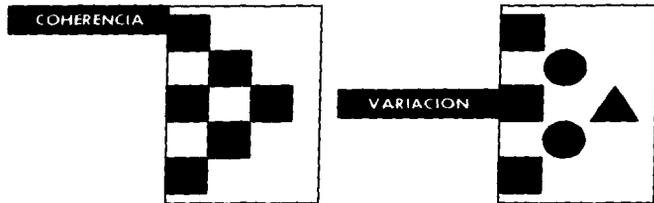
Transparencia-opacidad

La transparencia implica un detalle visual a través del cual es posible observar los elementos que se encuentran detrás de él. Mientras que la opacidad, como su polo opuesto, no permite ver los elementos que están detrás de algún otro, mediante el bloqueo y la ocultación; ésta puede despertar expectación, pero si es mal empleada podrá confundir al observador, así como desviar la atención.



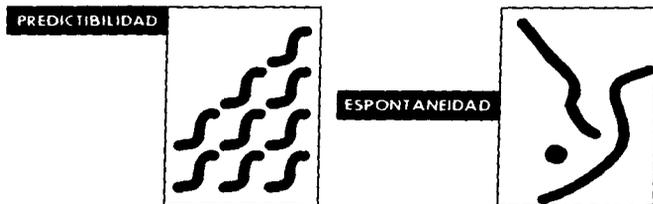
Coherencia-variación

La coherencia busca expresar la compatibilidad visual, mediante una composición cuyos elementos sean uniformes en cuanto a la temática y su conceptualización. La variación permite gran diversidad y variedad de elementos, pero siempre tiene un tema central y dominante. En la coherencia tenemos una comunicación más directa, que en la variación por ser esta última un tanto más compleja.



Predictibilidad-espontaneidad

La predictibilidad es una técnica en la que el espectador puede saber de antemano lo que se le informa. Está basada en la ordenación de los elementos a través de un orden establecido; es directa, pero se corre el riesgo de que la información no se transmita completa por la falta de interés que puede producir en el espectador. La espontaneidad es una técnica emotiva e impulsiva, ya que existe mayor libertad en la ordenación de los elementos y no se detecta un orden preestablecido. Ésta puede ser igualmente directa, pero resulta de gran atractivo para el espectador.



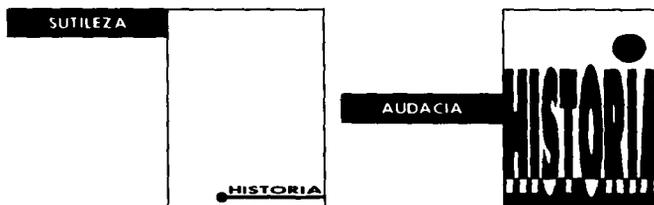
Actividad-pasividad

La actividad debe reflejar movimiento, a través de la representación de éste o de la sugerencia mediante el uso y ordenación de determinados elementos gráficos, como las flechas. Es un técnica que proporciona mucha fuerza y viveza. La pasividad no necesariamente por ser estática produce aburrimiento, simplemente no es inquietante, gracias a un equilibrio absoluto que muestra imágenes en reposo.



Sutileza-audacia

La sutileza debe ser empleada con gran inteligencia, pues su objetivo es hacer una distinción afinada y no enfática, convirtiéndose en una técnica sumamente delicada y refinada; tiene que ver con la cantidad de elementos empleados, tamaño y complejidad de éstos. Mientras que la audacia es una técnica que podemos considerar obvia, en la que se busca conseguir una visibilidad óptima y muy directa, que por tanto también hace uso del énfasis.



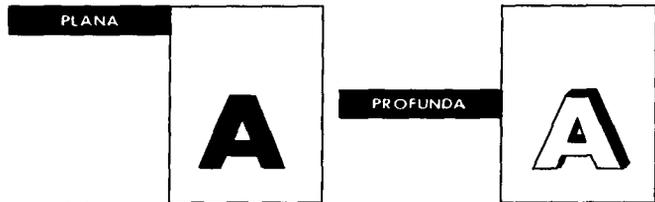
Realismo-distorsión

El primero lo podemos encontrar básicamente en la fotografía, ya que ésta refleja la realidad, y la técnica del realismo busca expresar la experiencia visual natural de las cosas, tal como las percibe el ojo humano. Así el mensaje resulta claro para el espectador, mientras que la distorsión implica un rompimiento de los contornos regulares y de la forma auténtica, despertando una gran cantidad de sensaciones, modificando la forma auténtica, y dándole distinta connotación.



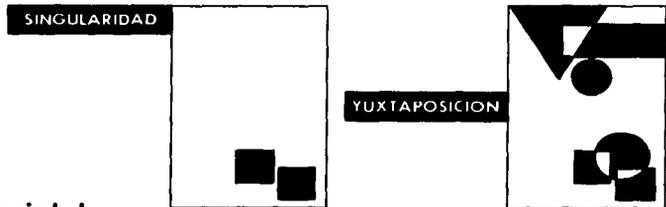
Plana-profunda

Estas técnicas se rigen por el uso o la ausencia de perspectiva y se ven reforzadas por la reproducción fiel de imágenes. Por tanto, en la plana tendremos ausencia de perspectiva, mientras que en la profunda se hará uso de ésta, así como de la imitación de los efectos de luz y sombras, creando imágenes más realistas.



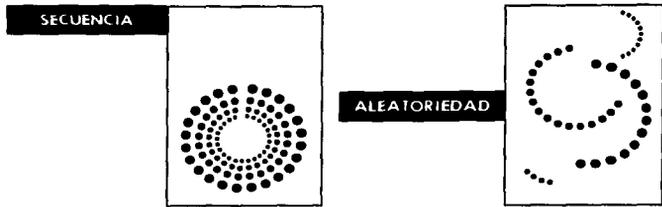
Singularidad-yuxtaposición

La singularidad centra la composición en un tema aislado e independiente, que no cuenta con el apoyo de ningún otro estímulo visual, transmitiendo un énfasis específico. La yuxtaposición presenta la interacción de estímulos visuales diversos, situándolos juntos para provocar una comparación.



Secuencia-aleatoriedad

La secuencia está determinada por el ordenamiento rítmico y repetitivo de los elementos en el espacio. La aleatoriedad aparenta carecer de un orden preestablecido, así como provocar la sensación de un desorden planificado a partir de una presentación accidental y espontánea.



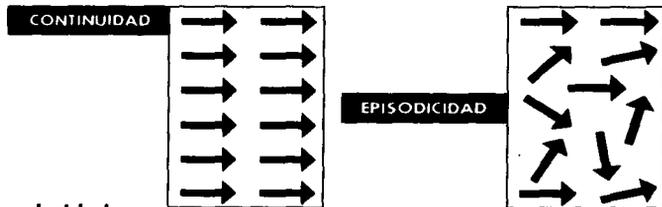
Agudeza-difusividad

La agudeza está íntimamente relacionada con la claridad del estado físico y de expresión. En ella encontramos precisión, nitidez y facilidad de interpretación. La difusividad es más emotiva y no busca la precisión, ni la definición de las formas; provoca más expectación y misterio.



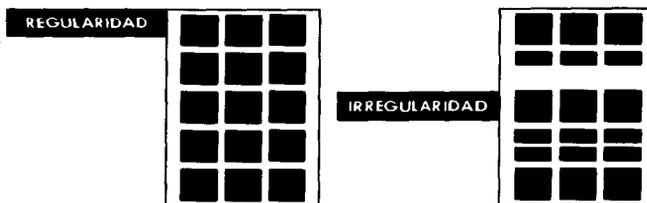
Continuidad-episodicidad

La continuidad se define por una serie de conexiones visuales ininterrumpidas, que proporcionan la fuerza que mantiene la unidad en una composición de diversos elementos. La episodicidad refuerza el carácter individual de los elementos, pero siempre conservando el significado global, y es más enfática.



Regularidad-irregularidad

La regularidad consiste en la creación de un orden basado en algún principio o método, el cual no permite desviación. Mientras que la irregularidad, a pesar de que puede presentar repetición, no se realiza bajo ningún método específico, con lo que proporciona más libertad, así como un efecto inesperado y sorpresivo.



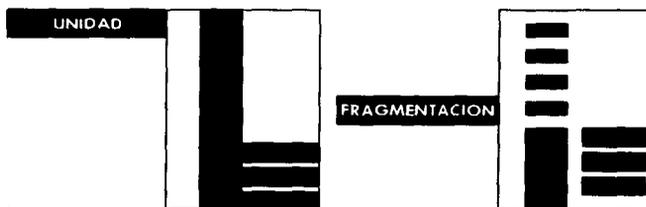
Simplicidad-complejidad

La característica principal de la simplicidad es la de resaltar el carácter directo y simple de una forma, donde el orden es un factor fundamental para llegar a la síntesis visual. El hecho de ser simple lo hace más directo, aunque se corre el riesgo de confundir y no ser claro en lo que se quiere transmitir. La complejidad como opuesto se caracteriza por el empleo de numerosos elementos. En esta técnica el significado será menos claro.



Unidad-fragmentación

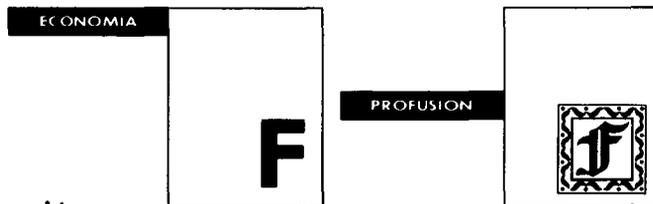
La unidad tiene como característica principal el equilibrio de los elementos en un espacio, de tal manera que se forme un todo completamente integrado. Este puede ser simétrico o no. En cuanto a la fragmentación, dicho equilibrio no se logra, lo que en realidad se busca es que cada elemento gráfico se relacione con los demás, sin perder su carácter individual.



Economía-profusión

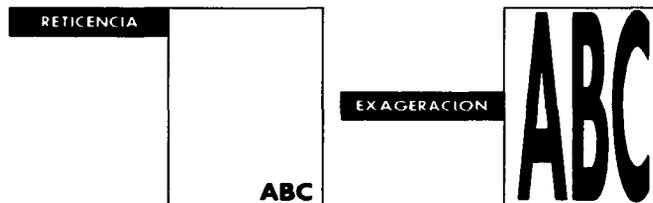
En la economía, la ordenación —como la cantidad de elementos gráficos empleados en un espacio determinado— es moderada, es decir, nos muestra lo

básico. Mientras que la profusión la asociamos con el poder y la riqueza, por la cantidad y complejidad de los elementos gráficos que emplea, brindando al diseño básico adiciones discursivas y detallistas.



Reticencia-exageración

La característica principal en la reticencia es que busca una respuesta máxima del espectador, pues emplea el menor número de elementos para realizar su comunicación. En la exageración no estaríamos hablando del uso abundante de elementos, pero sí de deformación de éstos para intensificar el mensaje, por lo que se suelen amplificar los detalles al máximo.



En la creación de una composición visual es fundamental —y de gran ayuda— el empleo de técnicas visuales, ya que éstas "... se superponen al significado y lo refuerzan ... en conjunto suponen, tanto para el artista como para el que no lo es, el medio más efectivo de hacer y comprender la comunicación visual expresiva, en la búsqueda de un lenguaje visual universal."¹⁶

Es de gran importancia aclarar que en una misma composición visual podemos encontrar una gran variedad de técnicas visuales, de ahí que el uso de las técnicas no esté restringido a una por composición; en realidad necesitamos hacer uso de todas aquellas técnicas que nos ayuden a resaltar y dar claridad al mensaje que nos interesa difundir.

16. D. A. Dondis, *Sintaxis de la Imagen Visual*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 129

3.1.4 Técnicas de representación

Al principio del capítulo mencioné que una gran parte de las personas a las que se cuestiona sobre los diseñadores gráficos los consideran artistas. Este concepto surge principalmente de que los diseñadores hacen uso de materiales y herramientas consideradas propias de los artistas plásticos. Pero, a pesar de que tanto diseñadores como artistas tienen algo en común no se puede considerar a los primeros como artistas, ya que tanto el objetivo como el proceso de creación de una composición visual es muy distinto; mientras que un artista tiene total libertad de expresión, y por lo general involucra vivencias, emociones, sentimientos, ideales, etcétera, el diseñador no se expresa libremente, ni exterioriza su postura ante la vida, básicamente tiene un objetivo y un mensaje que le ha sido proporcionado. "El buen diseño debe considerar las limitaciones prácticas que establece el cliente presupuesto, horario y entrevista. El diseñador actúa como mediador que lleva un mensaje del cliente al consumidor"¹⁷. De tal manera que el proceso de creación estará regido por estos factores.

Hablar de técnicas de representación es hablar de técnicas de dibujo y pintura indispensables en el trabajo del diseñador gráfico, ya que a través de éstas se plasma una composición visual sobre una superficie. Los materiales empleados por cada una de las técnicas por lo general le dan nombre a dicha técnica. Las posibilidades que encontramos en las técnicas de representación son numerosas, por lo que mencionaré algunas de las más comunes y empleadas por los diseñadores.

Dibujo a lápiz

Esta técnica se puede aplicar tanto en blanco y negro como en color, en el primer caso se emplea lápiz de grafito con greda, que proporciona dureza, y en el caso de color se emplean lápices formados por una composición pastosa a la que se le agrega pigmento para proporcionar el color. La variación tonal se logra mediante la saturación de color y generalmente a los trabajos realizados en esta técnica se les aplica un fijador, para evitar que el grafito se desprenda y ensucie las superficies claras. "Con el lápiz pueden ejecutarse los garabatos más elementales, pero también las reproducciones realistas más refinadas"¹⁸.

17. Peter Bridgewater, *Introducción al Diseño Gráfico*, México, Ed. Trillas, p. 10

18. Gönter Hugo Magnus, *Manual para Dibujantes e Ilustradores*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., p. 41

Dibujo a pluma

Es una técnica que da gran nitidez a la imagen; generalmente se trabaja en blanco y negro, aunque también puede emplearse en color. Se logran efectos dramáticos de luz, los cuales, al igual que el lápiz, se obtienen por medio de la saturación. Permite trabajar detalles muy finos y plastas.

Dibujo al pastel

Se realiza mediante la aplicación directa y en seco de colores pulverizados. El papel sobre el que se aplica el color debe ser granulado, y una vez aplicado debe fijarse mediante un barniz. Es una técnica que no resiste ni la humedad ni el calor.

Tinta china

Puede ser de preparación sólida o líquida; la más característica es la negra, aunque también la podemos encontrar en otros colores. Con ella se realizan las aguadas, que requieren para su elaboración un papel grueso que resista grandes cantidades de agua. Se emplea para el dibujo a plumilla, y se puede aplicar con pincel, brocha, plumilla y estilógrafo.

Acuarela

Es una técnica que se caracteriza por el uso de transparencias y veladuras que proporcionan una enorme gama de colores por la capacidad de mezcla que presenta. "Los colores se diluyen en agua, y según el grado de dilución, pueden acuarelarse cubrientes o de alta transparencia"¹⁹. Es una técnica que emplea el blanco del papel, cuya característica principal debe ser una consistencia gruesa para resistir la humedad. Las herramientas para la aplicación de esta técnica son el pincel y el aerógrafo.

Gouache

Se caracteriza porque la pintura que emplea tiene gran plasticidad y amplia gama de espesores, lo que permite realizar originales parecidos al óleo, y cuando es empleada con menor espesor se obtienen originales parecidos a la tinta china. El gouache se aplica con pincel, tiralíneas o con pincel de aire; se emplea también para retocar fotografías.

19. Günter Hugo Magnus, *Manual para Dibujantes e Ilustradores*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., p. 103

Aerógrafo

El aerógrafo "... se sujeta como una pluma y arroja chorros controlables de aire y de pintura sobre una superficie. Existen muchas variaciones en la proporción de pintura y aire, y en la distancia a la superficie..."²⁰. Es una técnica que se caracteriza por permitir esfumados muy tersos y zonas amplias de color sólido. Se emplea para lograr efectos especiales, modelado de cuerpos geométricos y elaboración de texturas. Se emplea papel granulado y resistente a la humedad. Para su elaboración se pueden utilizar la acuarela líquida y el gouache.

Fotografía

Tiene un carácter básicamente realista, y se emplea cuando se quiere resaltar una característica propia del producto, como texturas, colores, formas, etcétera. En muchas ocasiones esta técnica resulta mucho más económica que las anteriores, porque su proceso ya está industrializado, lo que hace que el tiempo de producción sea menor y más fiel a la realidad.

Estas técnicas no necesariamente se aplican una a la vez; existen técnicas mixtas en las que se pueden usar hasta tres distintas, dando mayor riqueza al trabajo. Un punto importante en la elección de las técnicas es el método de impresión que se va a emplear para su reproducción.

En la actualidad, con el uso de sistemas computarizados se ha reducido el empleo de algunas de las técnicas mencionadas, ya que las computadoras brindan gran variedad de efectos que imitan técnicas de pintura y dibujo, con la ventaja de que el tiempo en que se realiza el trabajo es menor. Generalmente, el empleo de las técnicas de representación se reserva para la elaboración de trabajos muy finos, ya que al ser procesos manuales su costo se ha incrementado en gran medida.

3.1.5 Técnicas de impresión

"Imprimir o estampar tinta sobre papel, para cierta variedad de fines, se lleva a cabo valiéndose de varios procesos diferentes."²¹ Entendamos las técnicas de impresión como aquellos procesos que nos permiten plasmar tinta sobre papel, tela u otras superficies. La importancia de las técnicas de impresión radica en

20. Seng-gye Tombs Curtis y Christopher Hunt, *El Libro del Aerógrafo*, Londres, Ed. Herman Blume, p. 7
21. John Lynn, *Cómo preparar diseño para la imprenta*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 15

que sin éstas, el diseño editorial no sería posible, pues gracias a la impresión el material editorial llega a manos del público al que nos interesa comunicar el mensaje. Existen diversos procesos de impresión, como son: offset, serigrafía, tipografía, huecograbado, colotipia, flexografía y termografía.

Impresión en offset

La impresión en offset tiene sus orígenes en la litografía inventada por Alois Senefelder en 1796. La palabra litografía se deriva de dos palabras griegas: *lithos*, piedra y *graphein*, escribir, es decir, escritura sobre piedra. En la litografía el dibujo se realizaba directamente sobre la piedra con una tinta grasa, posteriormente se humedecía la piedra con agua para que, en el momento de entintarla, la tinta se pegara únicamente en la imagen a imprimir, siendo empleado el principio de que grasa y agua no se mezclan.

Entre 1881 y 1906 se creó la prensa litográfica offset, la cual emplea el mismo principio que la litografía. En el offset el proceso de impresión se da a través de tres cilindros; uno es la plancha en la que encontramos la imagen a imprimir, otro es la mantilla que tiene un recubrimiento de caucho en el que se estampa la imagen que contiene la plancha, para posteriormente plasmarlo en el papel que pasa por un cilindro de impresión. Es un medio de impresión indirecta y rotativa, y existen dos tipos de impresión: offset y offset en seco, en este último se elimina el empleo de humedad, utilizando una plancha con un relieve muy tenue que imprime directamente en la mantilla del rodillo de caucho y de éste al papel.

Antes de realizar la impresión, debe de elaborarse un original mecánico, con el cual se procederá a la realización de negativos o positivos necesarios para la elaboración de las placas mediante un proceso fotosensible.

En la actualidad éste es uno de los procesos de impresión más empleados, gracias a las ventajas que presenta sobre otros:

- Reproducción de gran calidad de tipografía e imágenes.
- Capacidad de imprimir en gran diversidad de papeles, sean rugosos o no.
- Adaptabilidad a sistemas computarizados.
- Posibilidad de impresión de tirajes mayores a 1000.

Entre sus desventajas se puede mencionar que la impresión debe ser muy cuidadosa para lograr una densidad uniforme de tinta en todas las páginas de un impreso, y que es muy costoso elaborar tirajes menores a 1000.

Ejemplos típicos de trabajos impresos en offset son: cheques, impresos para depósitos bancarios, estampado de latas para bebidas y alimentos, impresión de etiquetas para envases, libros, carteles, todo tipo de diseños editoriales y de material de propaganda.

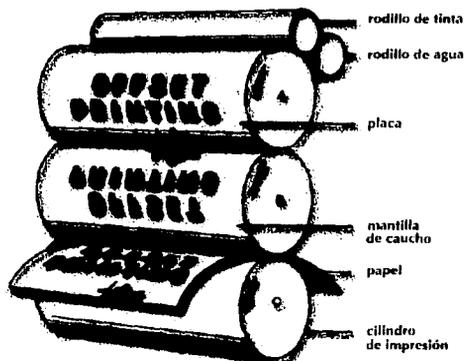


Fig. 1. Principio de operación de la prensa de offset

Impresión en serigrafía

El origen de la impresión serigráfica se atribuye tanto a los chinos como a los egipcios, aunque el procedimiento actual es muy parecido al que empleaban los japoneses. En 1907 le fue concedida al inglés Samuel Simon la patente del proceso. El procedimiento consiste en hacer pasar pintura a presión por un estarcido que se ha montado sobre un trozo de seda tendido muy tirante en un marco de madera.

El equipo necesario para la impresión en serigrafía consiste en un marco de madera, un trozo de malla, que puede ser de rayón, seda, nylon, poliéster, etcétera, un material para bloquear los poros de la malla, —bloqueador de agua— emulsión fotosensible, película de *thinner* o agua, un rasero de caucho y tinta.

Es un proceso de impresión directa, ya que la tinta pasa por la malla y se

estampa directamente en el papel, permitiendo la salida de tinta únicamente por los poros que no están bloqueados.

Al igual que para otros métodos de impresión, se requiere la elaboración de un original mecánico para hacer los positivos que se utilizarán, en el caso de emplear emulsión fotosensible, que en la actualidad es el proceso más empleado para bloquear la malla.

La serigrafía, como el offset, es un proceso de impresión comúnmente empleado en la actualidad, las ventajas que presenta sobre otros procesos de impresión son:

- La tinta empleada es cubriente, de tal manera que se puede imprimir un color blanco puro sobre una superficie negra.
- Se puede imprimir en una gran variedad de superficies, como papel, cartulina, tela, fieltro, vidrio, madera, plástico y metal.
- Imprime sobre objetos cilíndricos, planos, delgados o gruesos, así como mantas de grandes dimensiones.

Entre las desventajas de este proceso de impresión encontramos:

- El tiraje es corto (entre 75 y 3500 ejemplares).
- El proceso de producción se lleva a cabo en su mayoría con métodos manuales, de ahí que funcione lentamente.

Ejemplos clásicos de impresos serigráficos son: carteles, exhibidores, reproducciones de arte, calcomanías, botellas, artículos promocionales como encendedores, ceniceros, destapadores, plumas, lápices, playeras, gorras, etcétera. La impresión en serigrafía representa una solución cuando el material a imprimir presenta problemas para otros métodos de impresión.



Fig. 2. Principio de la impresión en serigrafía

Fig. 2. Tomada del libro de Arthur T. Turnbill, *Comunicación Gráfica*, México, Ed. Trillas, p. 65

Impresión en tipografía

La impresión tipográfica fue llevada a cabo por primera vez alrededor de 1450 en Alemania por Johann Gutenberg.

Ésta se lleva a cabo por medio de una superficie en relieve, recortada o grabada en metal u otros materiales. Cuando dicha superficie se recubre con una sustancia pastosa llamada tinta de imprenta y se presiona fuerte y uniformemente contra el papel, la estampación se da sobre éste.

Es un sistema de impresión directa, en el cual la presión ejercida sobre el papel es de suma importancia; existen dentro de la impresión tipográfica la imprenta plana, la cilíndrica y la rotativa.

Entre sus ventajas encontramos:

- Ningún otro proceso de impresión es más rápido.
- Los trabajos exclusivamente tipográficos resultan más económicos con este proceso.
- Los detalles de las ilustraciones tienen gran calidad.

Sus desventajas:

- Cuando se imprimen ilustraciones, el proceso de producción es más lento.
- No se puede imprimir sobre papel rugoso.

Se requiere igualmente de originales mecánicos y negativos para la elaboración de los grabados que se emplearán en el momento de la impresión.

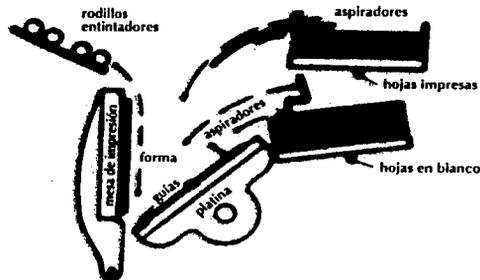


Fig. 3. Principio de la impresión tipográfica en prensa plana

Impresión en huecograbado

El término huecograbado se usa para descubrir el proceso de impresión en el

Fig. 3. Tomada del libro de Arthur T. Turnbill, *Comunicación Gráfica*, México, Ed. Trillas, p. 58

que las imágenes son transferidas al papel a partir de una superficie cuyas depresiones están llenas de tinta.

La invención del proceso de huecograbado se atribuye a Karl Kleitsch en el año de 1879. También se le llama rotograbado.

Los procesos anteriores a la impresión son los mismos que para el offset, es decir, inicialmente se prepara un original mecánico, a partir del cual se elaboran positivos, para posteriormente hacer el rodillo de cobre, que a través de un tratamiento de ácido presenta las imágenes a imprimir en bajo relieve.

Sus ventajas ante los demás procesos de impresión son:

- Tirajes de 25000 o más ejemplares.
- Los cilindros impresores tienen una duración hasta de 1000000 de impresiones, número mayor al de la impresión tipográfica y en offset.
- La trama de las ilustraciones es menos evidente.
- Las prensas de rotograbado pueden imprimir a un mismo tiempo cuatro o cinco colores en ambas caras de la hoja de papel cuando pasan por la prensa.

Sus desventajas:

- Resulta difícil el empleo de tipos de línea fina, y limita la selección de tipos.
- Las ilustraciones impresas en huecograbado pierden los detalles finos.

Trabajos que suelen imprimirse mediante este proceso son: papel moneda, estampillas postales, bonos y valores fiduciarios, suplementos dominicales de periódicos, revistas, envolturas de alimentos y caramelos.

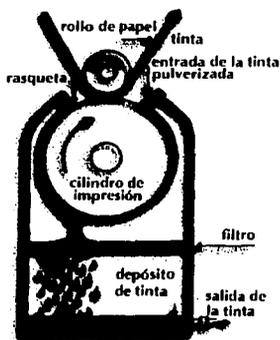


Fig. 4. Principio del funcionamiento de la prensa para huecograbado

Fig. 4. Tomada del libro de Arthur T. Turnbill, *Comunicación Gráfica*, México, Ed. Trillas, p. 61

Impresión en colotipia

Este proceso de impresión también es conocido como fotogelatinografía o fototipia, su invención se atribuye a Joseph Albert en 1870, quien desarrolló experimentos a base de gelatina sensibilizada aplicada a planchas de vidrio.

La característica más importante de este método de impresión es la reproducción de tonos continuos, es decir, la imagen es lo más apegado a la fotografía y no presenta la trama que es necesaria en otros procesos de impresión.

Los pasos anteriores a la impresión son similares a la impresión en offset, con la excepción de que los negativos no presentan trama. Las placas usadas pueden ser de vidrio o de aluminio, éstas se recubren con una delgada película de gelatina sensible a la luz, que pasa a través de los negativos tocando la placa, de tal manera que la gelatina sufre cambios químicos, repeliendo la humedad en las zonas donde penetra la luz. Esta repelencia se incrementará o disminuirá de acuerdo con la cantidad de luz recibida, lo que a su vez dará las variaciones tonales sin necesidad de la trama. En las áreas donde la luz haya penetrado más, se repele completamente el agua y se recibe el mayor porcentaje de tinta.

- Es un método de impresión para tirajes cortos de 100 a 3500 ejemplares.
- Es el único proceso de estampación de tono continuo.
- La elaboración de las planchas empleadas en la colotipia tiene un costo menor al de otros procesos de impresión.
- No es un proceso de impresión rápida, pero sí de gran calidad para la reproducción de fotografías, pinturas y similares.
- La calidad en tricomas es comparable a las cuatricomas realizadas en otros procesos de impresión.

Algunos ejemplos de impresiones en colotipia son: carteles publicitarios, reproducciones artísticas, rótulos para el interior de escaparates, cartones para exhibición, tarjetas postales, libros de arte y en sí cualquier trabajo donde se requieran detalles de un producto, fotografía u obra de arte.

Impresión en flexografía

La flexografía, conocida antiguamente como impresión con anilina, es en realidad una forma de impresión tipográfica, aunque se diferencia de ésta por el uso de tintas a base de anilina de secado rápido y por las placas de caucho.

Este proceso de impresión emplea placas de caucho flexible adheridas o

amarradas al cilindro de impresión de una prensa rotativa, en las que se encuentra la imagen de impresión en relieve. Estas placas se hacen a partir de los moldes de las placas de tipografía, de ahí que la preparación de los originales mecánicos sea exactamente igual a la de la impresión tipográfica.

- La reproducción de fotografías no es de gran calidad, pero sí superior a las impresas en serigrafía.
- Es un proceso de impresión rápido y eficaz cuando se trata de estampar grandes áreas de color sólido.
- Entre sus grandes ventajas se encuentra la posibilidad de imprimir formas continuas, y la diversidad de superficies sobre las que se puede estampar.

Es un proceso ideal para la impresión de envases de leche, cajas de cartón, envolturas para regalo, bolsas de papel de estraza, así como también para estampaciones sobre lámina delgada de metal, películas plásticas y papel de seda.

Impresión en termografía

La termografía en realidad es una combinación de procesos de impresión para lograr un acabado como el de grabado. Emplea las impresiones realizadas mediante offset o tipografía, con la diferencia de que usa tintas especiales que no se secan y agrega un polvo en el área de las imágenes. Dichas impresiones se exponen al calor para fundir el polvo con la tinta, de tal manera que las imágenes quedan en relieve, como si hubieran sido elaboradas con el grabado tradicional.

Este proceso constituye un sustituto del grabado en cobre y acero, con un costo menos elevado. Es de gran utilidad para la impresión de papelería e invitaciones formales cuando se desea la impresión de grabados o se busca obtener imágenes en relieve.

3.1.6 Medios de difusión

Dentro del proceso del diseño gráfico los medios de difusión son un punto importantísimo, ya que gracias a éstos es que la composición gráfica que se

creó, llega al público al que nos interesa dirigirnos. De ahí que en esta etapa del proceso se establezca un lazo entre diseño y comunicación masiva, y por lo general se encuentre el vínculo entre la publicidad y el diseño gráfico.

El diseñador gráfico por lo general está relacionado con la elaboración de carteles, trípticos, folletos, etcétera; materiales impresos sobre una superficie plana, pero en realidad emplea una gran diversidad de superficies planas o tridimensionales, así como también una variedad de espacios visuales o auditivos. Lo anterior estará determinado por el medio de difusión que se escoja.

Dentro de los medios de difusión encontramos las siguientes:

- Diseño editorial
- Televisión
- Radio
- Cine
- Audiovisual
- Multimedia

Como podemos ver, los medios de difusión son las que conocemos como medios de comunicación masiva, de ahí la importancia de considerar al diseño gráfico como comunicación visual.

“En la historia de los medios de comunicación de masas nos enfrentamos con cuatro elementos principales: la tecnología; la situación política, social, económica y cultural de una sociedad; el conjunto de actividades, funciones o necesidades; y la gente, sobre todo en cuanto constituida en grupos, clases o intereses.”²² De ahí que la elección de los medios de difusión esté determinada por una serie de factores, como son:

- Condiciones de contenido, distribución y uso de cada uno de los medios.
- Condiciones políticas, es decir, postura del medio ante la forma de exponer la realidad.
- Condiciones culturales y sociales, que se refieren al estatus del medio en cuanto a las características económicas, educacionales y sociales de su público cautivo.
- Condiciones de recepción, determinadas por la cantidad de público que tiene acceso al medio.

22. Malvin Lawrence De Fleur, *Teorías de comunicación de masas*, Argentina, Ed. Paidós, p. 21

- Condiciones económicas, es decir, qué tan accesible puede ser el medio para la generalidad de la población.

Estos factores necesarios para la elección adecuada de la técnica de difusión que se va a emplear a su vez están determinados por el análisis del público al que nos interesa dirigirnos. A continuación haré una breve definición de cada una de la técnicas, para dar una idea de lo que cada una de éstas nos puede proporcionar.

Diseño editorial

El diseño editorial es un medio de comunicación impreso, denominado así por emplear las técnicas de las artes gráficas para la impresión del mensaje que emitirá a su receptor.

Existen varias clases de medios impresos, que se dividen en medios de carácter masivo y de carácter directo. Los primeros se caracterizan porque llegan indiscriminadamente a toda clase de públicos, mientras los de carácter directo llegan a públicos determinados que generalmente eligen.

Periódico

“El periódico, como hardware, no es más que una serie de hojas de gran tamaño en las que se han impreso textos e imágenes que pretenden dar cuenta de los hechos impactantes o que son novedosos o extraños”²³. Es una publicación periódica que llega a diversos públicos a un precio determinado o gratuitamente. Es el medio impreso de mayor circulación y alcance.

Ningún otro medio impreso cuenta con una difusión tan rápida e inmediata, ya que su producción es veloz y económica. Se imprime en máquinas rotativas sobre papeles especiales, en dos medidas clásicas: estándar y tabloide.

La formación de los periódicos es en columnas, cuya altura se mide en líneas ágata, y el ancho se mide en cuadratines. El periódico de tamaño estándar se compone de ocho columnas de 280 líneas ágata (50.4 cm) y el de tamaño tabloide se compone de 5 columnas de 200 líneas ágata (36 cm).

La impresión de periódicos se puede hacer por medio de tres sistemas: tipografía, offset y rotograbado. Tradicionalmente se imprimen en blanco y negro, pero en la actualidad, con el uso del offset y el perfeccionamiento del rotograbado, se incrementó el uso de color en ellos.

23. Rodas Salina y Beltrán de Tena, *Información y la comunicación*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, S.A., p. 109

Las principales características del periódico son:

- Capacidad de llegar a los más diversos públicos.
- Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez.
- Es un medio informativo y formativo.
- Su costo es bajo, por lo que está al alcance de todas las clases sociales.
- Se puede adquirir por suscripción o en puestos callejeros.
- Tiene diversidad en su capacidad de alcance.
- Acepta toda clase de ideologías.
- A pesar de ser un medio efímero, su contenido puede ser fácilmente archivado.
- Tiene lectores asiduos y permanentes.
- Los costos publicitarios en periódicos son los más bajos.

Revista

Las revistas, al igual que el periódico, son un medio impreso de comunicación masiva, así como productos comerciales y medios de venta. Las revistas son consideradas como un medio permanente, pues generalmente los lectores las conservan.

Se caracterizan por su presentación agradable, impresa en papel de buena calidad que permite la reproducción de medios tonos y de selecciones de color. Emplean la encuadernación, ya sea cosida y pegada, engrapada, etcétera, según la cantidad de páginas que presenten.

Su formato es usualmente submúltiplo de un pliego de papel, es decir, proporcional a carta, media carta y cuartos de carta. La impresión de revista puede hacerse en offset, tipografía y rotogabado, aunque lo más común es que estén impresas en offset.

La estructura periodística de las revistas se divide de la siguiente manera:

- Editorial, dedicada a difundir el pensamiento filosófico, social o político de sus editores.
- Artículos de fondo, que por lo general son extensos y se publican en las mismas páginas.
- Reportajes, en los que por lo general abundan las fotografías e ilustraciones; se publican en un número o varios de la edición.

- Artículos instructivos, que son cortos y también consideran muchas ilustraciones.

La revista es un medio más selectivo que el periódico, pues podemos hablar de revistas especializadas en política, industria, deportes, belleza, modas, etcétera.

Folleto

Al igual que las revistas, los folletos son medios fundamentales de comercialización y venta, tanto de productos como de servicios. Se puede decir que son medios impresos selectivos de carácter directo, pues son elaborados específicamente para abordar un tema en especial.

Consideramos que una publicación es folleto cuando consta de más de cinco páginas y por lo general como encuadernación se emplea el engrapado. Los folletos no tienen una estructura periodística como el periódico y la revista, lo que implica gran libertad en su elaboración. Generalmente se busca que sean llamativos, por lo que se emplea la ilustración y la fotografía, y que el contenido sea claro y conciso para que el lector no se tome mucho tiempo en su lectura. La distribución de folletos puede ser en el sitio donde se preste el servicio, donde esté a la venta el producto, o por correo. Este último sistema llamado correo directo, es de gran utilidad en la actualidad, ya que la gente dispone de menos tiempo para asistir a tiendas o instituciones, de ahí que es un sistema seguro para que la gente tenga conocimiento de la existencia del producto o servicio.

Podemos hablar de otros medios impresos con características similares a los folletos, como son: trípticos, trípticos, cuadrípticos, etcétera. La diferencia de éstos con los folletos consiste en que la información es más breve y por lo general no emplean el engrapado, sino que únicamente van doblados. En este tipo de publicaciones encontramos mayor libertad creativa, pues al buscar ser llamativos se usan infinidad de recursos, tales como el suaje.

- Puede considerarse como medio efímero, aunque los lectores, por encontrarlo atractivo, suelen conservarlo.
- Su distribución es rápida
- Es un medio informativo que no requiere de mucho tiempo para su lectura.
- Es versátil y por lo general no tiene costo para los lectores.

- Puede conjuntarse con las revistas haciendo encartes o insertos.
- Su tiraje no es fijo, dependerá del público al que queramos dirigirnos.
- No es una publicación periódica

Cartel

El cartel ha sido considerado como el origen de los medios en la era moderna y se ha definido como un grito pegado en la pared, porque su principal misión es la de llamar la atención, informar al lector en un sólo vistazo. La eficacia del cartel radica en lograr que el observador, aún cuando vaya en movimiento, se entere de lo que estamos informando.

El cartel logra su cometido mediante el uso vigoroso del color, formas simples y un texto básico que no debe exceder cinco o seis palabras.

Las medidas del cartel se ajustan al tamaño máximo del pliego en que se imprime, pero los más convencionales son los de 60 x 90 cm y 40 x 60 cm, aunque todo dependerá del espacio en el que se colocará el cartel.

La producción de los carteles se prefiere realizar en serigrafía, siempre y cuando el tiraje no sea mayor a 1000; si el tiraje es mayor resulta más conveniente imprimir en offset sobre papeles gruesos y resistentes, y para alargar un poco la vida de éstos suelen plastificarse o laminarse.

El cartel se emplea para la publicidad de eventos sociales, culturales y políticos, y sus variantes tienen una utilidad eminentemente publicitaria en el ámbito comercial. Estas variantes de éste son: la cartulina, las banderolas, el banderín, el estandarte, las mantas y los espectaculares.

Cartulina. Es un material impreso que se pega a las paredes, en el que se da una información más detallada, por lo que requiere de mayor tiempo para su lectura. Presenta gran colorido, textos sencillos y letras grandes para poder ser leído a distancia. Generalmente las cartulinas se imprimen en offset o tipografía, sobre una cartulina gruesa y resistente.

La principal función de la cartulina es presentar las bondades de un producto o servicio durante un tiempo relativamente corto, a bajo costo.

Banderola. Es una variante de la cartulina, es efímero y su uso está destinado más a interiores que exteriores. Se imprime sobre papeles más ligeros que el de las cartulinas, su diseño es más sencillo y sus dimensiones son mayores. Generalmente se imprime en serigrafía por no requerir de tirajes muy grandes.

Su empleo no es aislado, es decir, deben exhibirse varias banderolas al mismo tiempo y en el mismo espacio para que el mensaje sea suficientemente repetitivo. **Banderín.** Generalmente se conoce como banderín a las piezas de tela que llevan un escudo o logotipo impreso o bordado, precediendo al nombre de la institución o producto representado por el escudo. Su forma es triangular y las medidas fluctúan entre los 20 y 30 cm de largo. El banderín se usa en campañas de tipo competitivo, cuando se quiere decir que el producto o servicio es mejor que los que se anuncian al mismo tiempo que éste.

Es un medio que presenta gran atractivo y que puede ser de carácter permanente. **Estandarte.** El estandarte es una mezcla entre la banderola y el banderín, pues tiene la fuerza tipográfica, las dimensiones y la sencillez de la banderola, y los elementos básicos —como logotipo y marca— del banderín. Generalmente está impreso o bordado en tela, su forma es pentagonal. Se emplea en las fachadas de las tiendas o edificios y generalmente es temporal.

Manta. Es una pieza publicitaria impresa en telas ligeras o en vinyl, tiene que ser muy resistente a la tensión y a la intemperie, pues se usa tanto en interiores como en exteriores. El mensaje por lo general está en forma escrita y muy pocas veces lleva ilustraciones, aunque últimamente se ha incrementado el uso del logotipo e imágenes ilustrativas. La composición de una manta debe ser muy sencilla, y el texto debe ser lo más breve posible, escrito con letras grandes y de fácil lectura. No tienen carácter permanente.

Espectaculares. Originalmente los espectaculares eran láminas pintadas que empezaron a iluminarse para que fueran accesibles a cualquier hora del día. Actualmente el avance en la producción de espectaculares es impresionante pues se puede lograr la reproducción fiel de una fotografía; encontramos variedades que, gracias a mecanismos computarizados, presentan movimiento, y el formato no es una limitante, ya que no necesariamente tenemos que ajustarnos a un formato rectangular, sino que podemos crear la silueta del producto o hacer infinidad de cosas. Los costos en la producción de estos anuncios varían mucho, dependiendo la técnica empleada y si se requiere de la elaboración de un armazón en especial. Son de carácter temporal y siempre se emplean en exteriores.

Cine

Hasta ahora he mencionado los medios impresos, en los que encontramos la mezcla de signos icónicos y verbales, pero la importancia del cine radica en la combinación tanto de éstos son signos cinéticos, es decir el movimiento. Lo fundamental en el cine reside en los siguientes aspectos:

- Su mensaje o materia de expresión fundamentalmente es una historia, una narración que puede ser real o ficticia, actual o pasada, y que puede ser manejada bajo un estilo realista o de fantasía.
- Es un medio que tiene secuencialidad y que a lo largo de su proyección brindará la información necesaria para que el observador vaya identificándose con la historia.
- Su contenido es unitario, ya que sólo relata una historia, y una vez que se inicia no la podemos cambiar.
- Es de participación grupal y exige un compromiso del espectador.
- Refleja una alta tecnología, con lo que logra ser muy atractivo.
- Representa una forma de diversión para el espectador, a pesar de que puede ser fundamental en la divulgación de determinada información.

Radio

El radio lo encontramos más vinculado a lo que es el ámbito de las noticias, pues comparte tanto con la prensa como con la televisión la posibilidad de facilitar el conocimiento sobre la realidad. Es un medio de secuencia temporal y en el que el lenguaje verbal es el de mayor importancia para la transmisión de un mensaje.

El radio es un medio de contenido múltiple, ya que podemos encontrar en él diversas informaciones de todo tipo ya sean informativas, políticas, culturales, educativas, musicales, etcétera. Es de más fácil acceso que la televisión o el cine. Su recepción puede ser grupal o individual, y la participación del radioescucha es prácticamente nula. Es más popular que la televisión y el cine, ya que representa un costo menos elevado que éstos.

Televisión

La televisión tiene una gran influencia social en sus espectadores. Es de contenido múltiple, al igual que la radio, pero nuevamente nos encontramos con que su fuerza radica en la combinación de signos cinéticos, icónicos y verbales. Está completamente orientada a la realidad con la finalidad de que los espectadores se identifiquen con las historias que proyecta. Del cine, la radio y la televisión, esta última es la que pone un mayor énfasis en la transmisión del mensaje y en la que encontramos un sentido más comercial.

La televisión es un medio que influye fuertemente en la ideología de la sociedad, de ahí que, por lo general, manipula la información para obtener los resultados que desea. Por esto, es un medio muy controlado en cuanto a los intereses políticos del gobierno.

3.1.7 Comunicación

Como lo mencioné al principio del capítulo, para que exista la comunicación a cualquier nivel, se requieren de tres elementos fundamentales, que son:

- La persona o grupo de personas que quieren decir algo.
- El contenido lo que quieren decir.
- La persona o grupo de personas que va a escuchar.

A esto se le ha llamado modelo de comunicación, y fue establecido así por Aristóteles, constituyendo la base para cualquier otro modelo, aunque presenta variaciones en complejidad.

Según David K. Berlo, en su libro *El Proceso e la Comunicación*, un modelo de proceso debe tener los siguientes componentes:

Fuente de comunicación

Está formada por una persona o grupo de personas, cuyo objetivo es expresar sus ideas, necesidades, intenciones o una información determinada. Para que la fuente logre su objetivo depende de cuatro factores: habilidades comunicativas, actitudes, nivel de conocimiento y posición que ocupa dentro de un determinado sistema sociocultural. "Las fuentes y los receptores de la comunicación deben ser sistemas similares. Sino lo son, la comunicación es imposible"²⁴

24. David K. Berlo, *El proceso de la comunicación introducción a la teoría y la práctica*, México, Ed. Ateneo, p. 251

Encodificador

Es el encargado de organizar las ideas de la fuente y ponerlas en un código, formado por los siguientes sistemas: mecanismos vocales, que están dados principalmente por la palabra hablada y las notas musicales; y mecanismos quinésicos, es decir, aquellos que permiten la escritura, el dibujo y los que originan los gestos del rostro, ademanes y posturas corporales.

Mensaje

Es la manera en la que el encodificador traduce las ideas de la fuente; se da a través de un código, el cual es todo grupo de símbolos que puedan ser estructurados de manera que tengan algún significado. Para la elaboración del mensaje se deben tomar en cuenta tres factores: el código, el contenido y la forma de tratamiento del mensaje.

Canal

Tiene tres significados dentro de la comunicación, el primero representa las formas en las que se puede encodificar (traducir una idea) y decodificar (decifrar una idea), la segunda lo considera como el vehículo del mensaje y la tercera lo define como un medio de transporte para el mensaje. Para hacer más claras las definiciones, cuando nos referimos a la forma de encodificar y decodificar, hablamos de la forma en que se presenta el mensaje, es decir, si el receptor lo percibirá a través del oído, la vista, el tacto, etcétera. En cuanto al vehículo, tiene que ver con la transmisión del mensaje para que pueda verse y oírse elegiremos la televisión como vehículo, y siguiendo este ejemplo el medio de transporte estaría dado por la elección de la cadena televisiva, es decir, si elegimos Televisa, Televisión Azteca, Canal 11, etcétera.

Decodificador

Se encarga de retraducir y decifrar el mensaje, es decir, darle la forma que sea utilizable y entendible para el receptor. Así como el encodificador lo podemos definir como el conjunto de facultades motoras de la fuente que permiten hablar, escribir, dibujar, etcétera, el decodificador se puede definir como el conjunto de facultades sensoriales del receptor, que le permiten escuchar, leer, observar una pintura, etcétera.

Receptor

Sin este componente no existe la comunicación, ya que el receptor es la persona o grupo de personas a las que la fuente quiere transmitir su mensaje, y si no existe nadie a quién dirigirse, el proceso de comunicación es nulo.

3.1.8 Comunicación de masas

Existen infinidad de procesos de comunicación, que tienen distintos componentes según sus necesidades, el modelo presentado, es fundamental para la comunicación de masas, que es el tipo de comunicación que desarrolla el diseño gráfico.

La comunicación de masas es considerada como tal porque el mensaje que se transmite no va dirigido a una sola persona, sino a una gran cantidad de personas, y por lo general emplea distintos canales a la vez para lograr mayor proyección, así como para llegar a un número mayor de personas.

Este tipo de comunicación se caracteriza por el empleo de medios masivos, para transmitir su mensaje, dichos medios deben de contar con las siguientes características:

- Ser dispositivos donde la tecnología sea el soporte principal.
- Que transmitan mensajes significativos a través de distintos códigos.
- Tener simultaneidad de destinatarios, lo que permite que un mismo mensaje llegue a una gran cantidad de personas.
- Tienen que presuponer o estimar las características más comunes de los destinatarios, por existir un desconocimiento individualizado de éstos.
- Ser de carácter unidireccional, es decir, un proceso en el que no existe una respuesta directa e inmediata del receptor a la fuente.
- Ser instrumentos de regulación social.

En realidad, la comunicación de masas emplea como medios de transmisión de sus mensajes, los que ya se definieron como medios de difusión, dentro del proceso del diseño gráfico.

3.1.9 Publicidad

La publicidad surge gracias a la comunicación de masas, por lo tanto es un reflejo de la cultura de masas y modifica las normas habituales de los individuos dentro de una sociedad. Entendamos la cultura de masas como el conglomerado de informaciones e interpretaciones que configuran la vida cotidiana de los individuos, así como los pasatiempos, modas y normas morales que los rigen. "La publicidad es más una actividad que caracteriza intencionalmente el mensaje que se elabora, buscando el cambio de actitudes, rasgos cognitivos y comportamiento de los destinatarios, utilizando para ello diversos soportes tecnológicos."²⁵

Por ser una actividad que se caracteriza por modificar la conducta de sus receptores, la publicidad ha sido muy criticada, ya que se considera que hace falsas aseveraciones, las cuales confunden y engañan a los consumidores; que obliga a los receptores a desear mercancías y servicios que no necesitan, que promueve productos que pueden ser peligrosos para la salud de los consumidores; y que presiona al consumidor para realizar compras. A pesar de estas críticas, la publicidad ha ido incrementándose debido al surgimiento de gran cantidad de productos y servicios que necesitan de ella para ingresar a la guerra comercial.

Dentro de la publicidad existen infinidad de técnicas para la elaboración del mensaje, que podemos resumir en las siguientes: sugestión, llamamiento a la razón, y razonamiento. La sugestión tiene el objetivo de asegurar la acción presentando los beneficios, las situaciones y los placeres que el consumidor gozaría si obtuviera determinado producto o servicio. En el llamamiento a la razón, se presentan hechos y argumentos básicos y lógicos que demuestran cuán ventajosa será la posesión del producto o servicio. El razonamiento busca impedir el conflicto entre deseo y razón, por lo que ofrece argumentos más fuertes y más apegados a la realidad de los consumidores.

La publicidad generalmente se refiere a aspectos mercantiles, es decir, a la venta de determinado producto y, por lo general, cuando se trata de la difusión de un bien o servicio, se habla de propaganda.

Dentro de la comunicación la publicidad está considerada como una estrategia de comunicación, la cual se basa en la elaboración de una campaña publicitaria.

25. Rodas Salinas y Beltrán de Tena, *Información y comunicación*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, p. 143

En la presente investigación, debido al carácter del problema que se está abordando, se requiere de una campaña social, denominada así ya que "... cuando la campaña no trata de vender nada sino de modificar la conducta —ahorrar energía o usar el cinturón de seguridad por ejemplo— la conciencia y la actitud son naturalmente los objetivos principales."²⁶

3.1.10 Campaña publicitaria

xistente relativa a campañas sociales, presento el desarrollo de la campaña publicitaria como parámetro para el proceso de la social, realizando las variaciones necesarias, las cuales podremos analizar en el capítulo 4.

Toda campaña publicitaria requiere de un proceso "...que incluye gran cantidad de investigación elaborada con el fin de determinar los objetivos y la estrategia de marketing del anunciante y los objetivos y la estrategia de la publicidad."²⁷

- Planificación
- Investigación de producto y de mercado
- Objetivos de la campaña
- Definición del público objetivo
- Elaboración de la estrategia de campaña
- Determinación del presupuesto

Planificación

En esta fase se establece qué es lo que se quiere decir, a quién se va a dirigir el mensaje —es decir, el grupo objetivo— cuándo, dónde —que se refiere a la estrategia de medios— cómo —estrategia creativa— y cuánto —relativo al presupuesto.

Investigación del problema y del grupo objetivo

Existen dos tipos de investigación: la investigación cuantitativa, que determina cuánta gente y de qué clase compra o desea comprar un producto determinado, e investigación cualitativa, que averigua por qué la gente compra o desea comprar

26. Torin Douglas, *Guía completa de la publicidad*, Ed. Blume, p. 125

27. Idem, p. 122

dicho producto, qué ventajas ve en él, y en caso de no comprar o no desearlo, qué es lo que lo impulsa a dicha actitud.

Objetivos de la campaña

Existen objetivos de marketing y publicitarios, que difieren de los primeros porque se concentran en la función que debe desarrollar la publicidad, en lugar de en los resultados generales de marketing que trata de alcanzar la empresa. En la estrategia publicitaria se establece cómo se van a alcanzar los objetivos, tanto en términos de medios como creativos. Los objetivos de una campaña se establecen en términos de mejorar la conciencia del producto, de mantenerla o de modificar la actitud frente a él.

Definición del público objetivo

Se determina qué parte de la población se interesará con mayor probabilidad en un producto o un servicio, lo que orienta la campaña únicamente hacia ese sector para obtener mejores resultados. El público objetivo se puede definir de varias formas: en términos de factores demográficos, como edad, sexo, nivel social, zona de residencia o convivencia con niños; y en términos de propiedad de productos.

Elaboración de la estrategia de campaña

En esta fase deben tomarse en cuenta los resultados de los puntos anteriores, para definir con claridad de qué manera se estructura el mensaje, y la elección de los medios que se van a emplear. Entre los elementos que deben considerarse están las propiedades físicas del producto, las ventajas que ofrece al consumidor, sus posiciones actuales en el mercado y las de la competencia.

Determinación del presupuesto

El presupuesto publicitario varía en gran medida dependiendo de cada una de las empresas, pero por lo general la cuota del mercado publicitario de una firma debe ser aproximadamente similar a la cuota del mercado de ventas. Un factor importante que debe considerarse para determinar el presupuesto, es la cantidad que la competencia invierte en su publicidad. Dentro del presupuesto

se deben considerar gastos de investigación, estrategia de campaña, estrategia de medios, diseño y producción.

CAPITULO IV

DISEÑO GRAFICO Y
FARMACODEPENDENCIA

Tomando conciencia de la gravedad del problema que implica la farmacodependencia en los centros de trabajo, y en relación al acuerdo firmado por la Cámara Nacional de la Industria de Transformación y la Procuraduría General de la República, expuesto en el capítulo 1, se decidió la elaboración de una campaña en prevención de la farmacodependencia en centros de trabajo. Debido al carácter del problema que se aborda, no podríamos hablar de una campaña publicitaria, pero sí de una campaña social cuyas bases las encontramos en la publicitaria, aunque con ciertas variaciones.

Así como en toda campaña publicitaria se requiere de un proceso, de igual manera es necesario en la campaña social, de ahí que hay que considerar los siguientes puntos:

- Planificación
- Investigación del problema
- Definición del público objetivo
- Objetivos
- Elaboración de la estrategia
- Diseño de material gráfico
- Costos de producción

Estos puntos ya han sido definidos desde el punto de vista de una campaña publicitaria en el capítulo 4, en este capítulo más que definirlos, se aplicarán como proceso de la campaña que se realizará.

4.1.1 Planificación

La planificación da inicio desde el momento en que la PGR y Canacintra deciden la elaboración de una campaña, que como ya se mencionó, tiene como finalidad la prevención de la farmacodependencia en centros de trabajo. Una vez que se

establece qué se quiere decir, es necesario especificar que se trata de una campaña a nivel nacional, dirigida tanto a los industriales, como al sector obrero que labora en empresas afiliadas a Canacindra. Como medios de difusión se propuso el uso del cartel, folleto y anuncio de revista, contemplando que dicha campaña tendrá una duración de 6 meses.

Como podemos ver en esta fase se da el planteamiento a grandes rasgos de lo que se requiere para atacar el problema que nos interesa; tomando siempre en cuenta los recursos con los que cuenta cada institución para la realización del proyecto.

Así como se sientan las bases generales de lo que se requiere del proyecto a crear, se establecen claramente las responsabilidades de cada una de las partes involucradas en él, es decir, la Procuraduría General de la República se responsabiliza de proporcionar la información necesaria en cuanto a farmacodependencia, así como de la capacitación del personal que colaborará directamente en el proyecto para lograr una mejor comprensión del tema. Mientras que la Cámara Nacional de la Industria de Transformación se compromete a financiar el proyecto, ya sea directamente o a través de patrocinadores, así como también se responsabiliza de la creación, producción y distribución del material para la campaña.

4.1.2 Investigación del Problema

En una campaña publicitaria esta fase se realiza básicamente a través del estudio del producto y del mercado, pero específicamente en el caso de una campaña social hablamos de un estudio del problema que se abordará y del sector de la población al que nos interesa dirigirnos.

Para la realización de este tipo de estudio se requiere tanto de una investigación teórica, como de una de campo que por lo general se realiza a través de encuestas. El que se lleven al cabo ambos tipos de investigación es de suma importancia, ya que la primera nos proporciona los antecedentes del problema permitiendo que nos formemos una visión general de éste, mientras que la segunda nos proporciona datos más específicos sobre la rama del problema que se abordará.

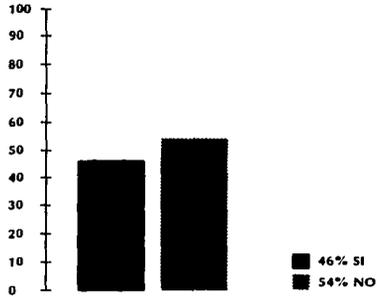
El abordar una campaña social desde un punto de vista superficial y omitiendo este tipo de investigación repercute directamente en los resultados de ésta, ya que es gracias a estos estudios que se pueden determinar los antecedentes, causas y consecuencias del problema, factores indispensables para establecer la manera en la que se combatirá, buscando que el resultado sea exitoso.

En el presente trabajo encontramos la investigación teórica desarrollada inicialmente en el capítulo 1, donde se aborda la farmacodependencia de manera general con la finalidad de entender en qué consiste y por qué se ha convertido en un grave problema social. Posteriormente en el capítulo 2, se habla de farmacodependencia que se desarrolla específicamente en los centros de trabajo, ya que es a este sector de la población al que nos queremos dirigir debido al incremento que se ha presentado en el uso de fármacos y estupefacientes.

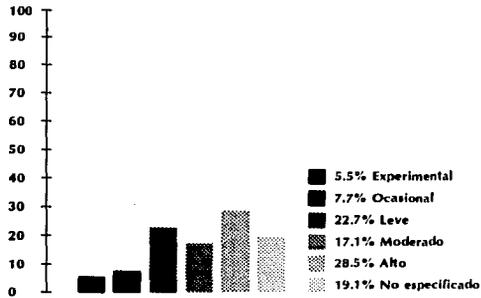
En el desarrollo de la campaña, las encuestas que se emplearon fueron las proporcionadas por la Procuraduría General de la República, realizadas por la Secretaría de Salud Pública en el marco de la Encuesta Nacional de Adicciones de México 1994, la cual proporciona información sobre el problema de las adicciones obtenida a través de encuestas de hogares, excluyendo a grupos de población en los que existe la evidencia de que el consumo de drogas es mayor que el observado en la población que habita en viviendas regulares, en este caso encontramos a la población reclusa en centros penitenciarios, centros de protección social para menores infractores, centros de tratamiento y en población sin lugar fijo de residencia.

A continuación presentaré algunos de los resultados más representativos para el tema que se está abordando.

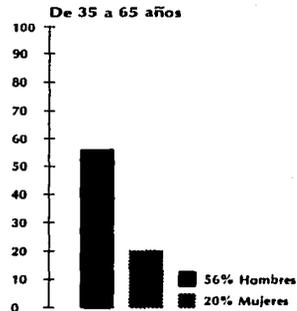
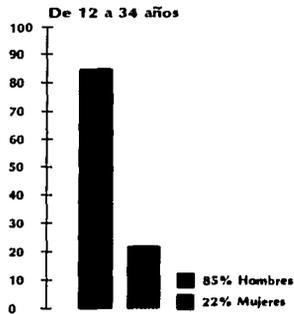
Población urbana de 12 a 65 años que han usado drogas por lo menos una vez en la vida



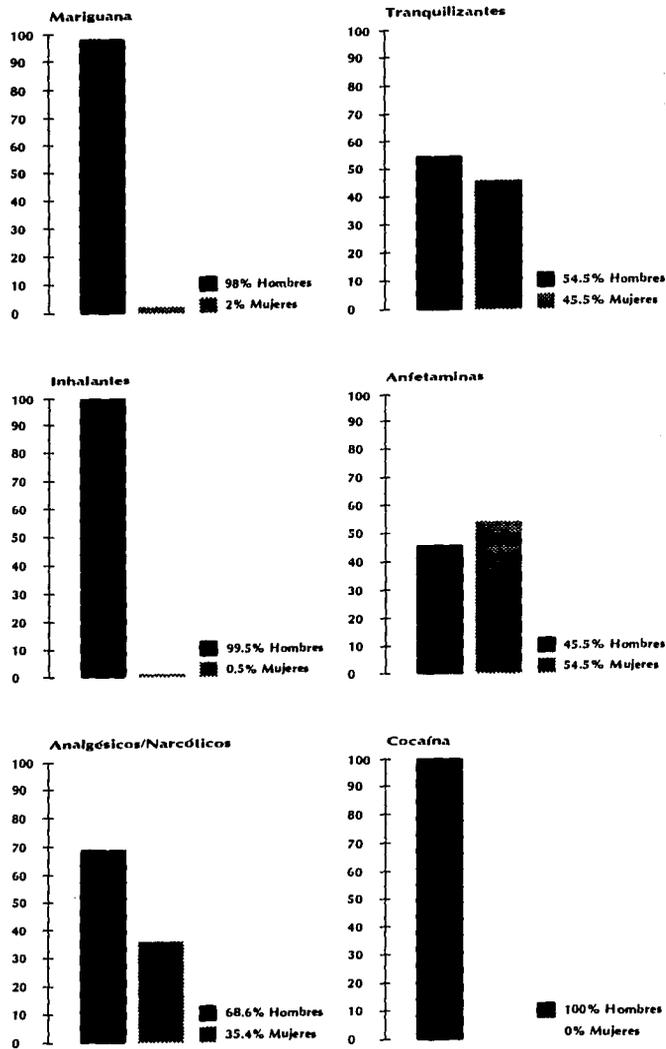
Tendencias por tipo de usuario



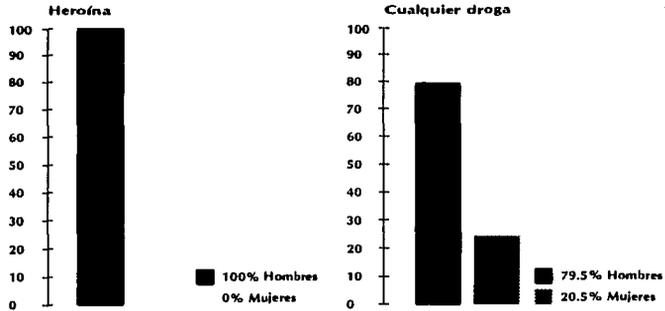
Porcentajes según el sexo y rango de edad en población urbana que han usado drogas.



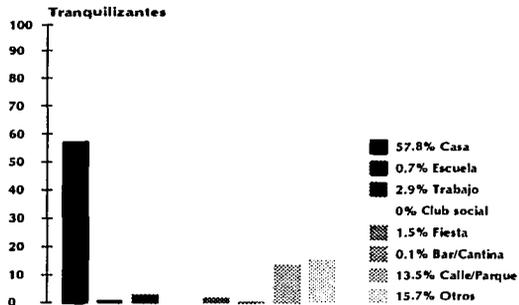
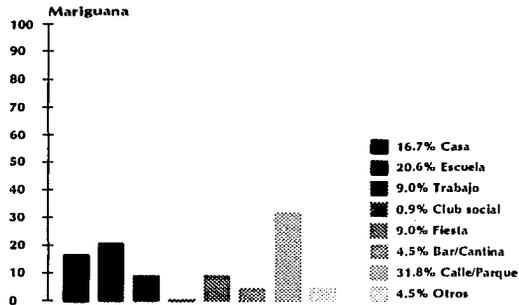
Consumo de drogas según el sexo



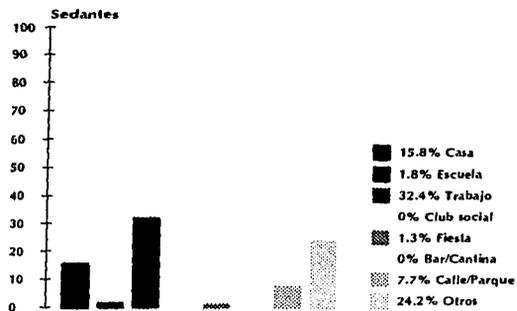
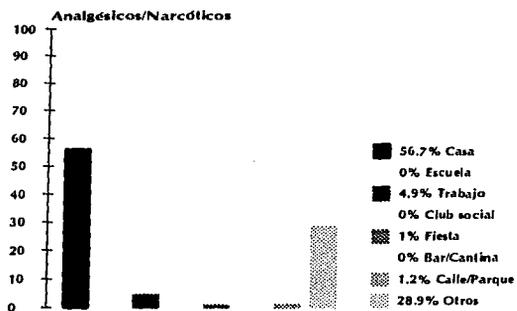
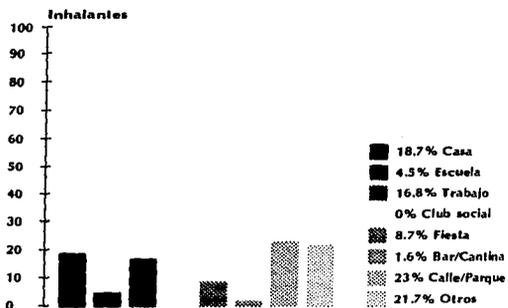
Consumo de drogas según el sexo



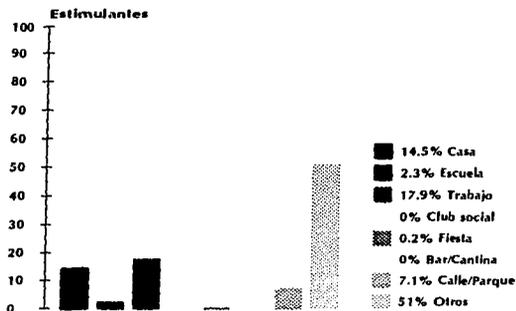
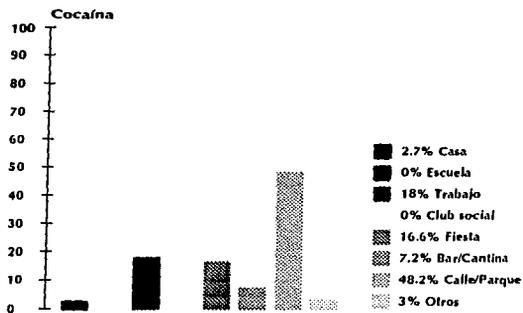
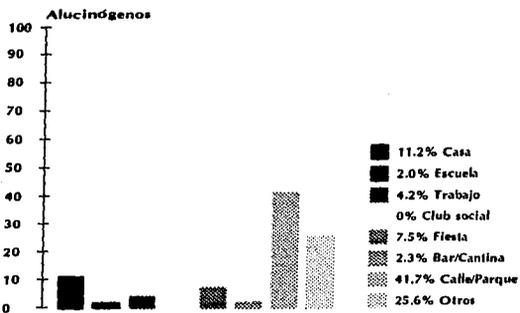
Lugar donde se obtuvo por primera vez la droga según el tipo de ésta.



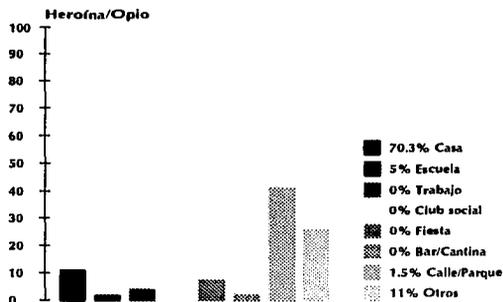
Lugar donde se obtuvo por primera vez la droga según el tipo de ésta.



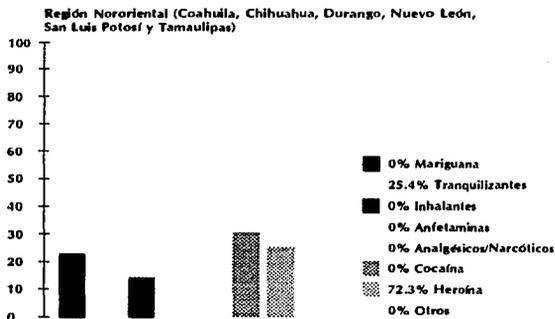
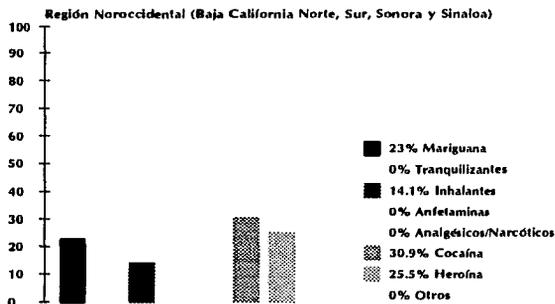
Lugar donde se obtuvo por primera vez la droga según el tipo de ésta.



Lugar donde se obtuvo por primera vez la droga según el tipo de ésta.

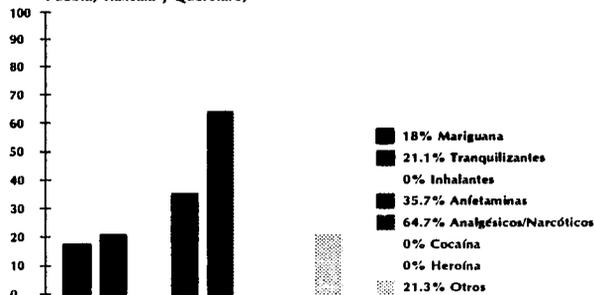


Consumo por región territorial

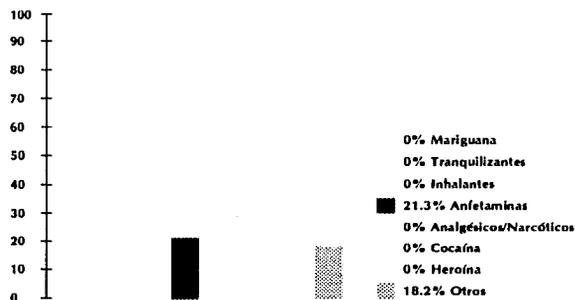


Consumo por región territorial

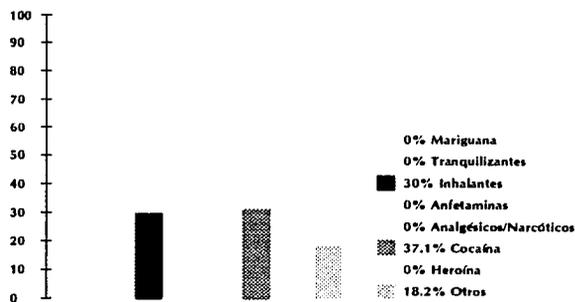
Región Centro (Hidalgo, Guanajuato, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala y Querétaro)



Región Centro Sur (Guerrero, Michoacán, Oaxaca y Veracruz)



Región Distrito Federal



De los resultados obtenidos a través de las encuestas podemos concluir que:

- 46% de la población entre los 12 y 65 años ha consumido droga por lo menos una vez en la vida.
- 85% de los consumidores entre los 12 y 34 años son hombres.
- 56% de los consumidores entre los 35 y 65 años son hombres.
- En cuanto a las tendencias por tipo de usuario, el mayor porcentaje (28.5%) tiene un alto consumo, mientras que el consumo experimental representa un 5.5%.
- El consumo de drogas según el sexo mostró que la droga que presenta mayor porcentaje en el consumo femenino son las anfetaminas, mientras que la marihuana, tranquilizantes, inhalantes y analgésicos presentan mayor porcentaje en el consumo masculino; la cocaína y heroína se consideran casi exclusivas del sexo masculino.
- Con respecto al lugar de obtención de la droga, la encuesta mostró que los sitios más representativos son la propia casa o la de familiares, trabajo, calle y parque, aunque los porcentajes varían de acuerdo al tipo de droga.
- El consumo de droga por regiones del país, mostró lo siguiente:
Región Noroccidental - marihuana, inhalantes, cocaína y heroína.
Región Nororiental - tranquilizantes y heroína.
Región Centro - marihuana, tranquilizantes, anfetaminas y analgésicos.
Región Centro Sur - anfetaminas.
Distrito Federal - inhalantes y cocaína.

4.1.3 Definición del Público Objetivo

Para poder abordar esta fase es de suma importancia la investigación del problema, ya que es a través de ésta que podemos definir, en primera instancia, el perfil de la población involucrada en el problema, para poder determinar las características que debemos tomar en cuenta para la realización de la campaña.

Con la información obtenida, podemos concluir que nuestro público objetivo está conformado principalmente por hombres y mujeres cuyas edades fluctúan

entre los 12 y 35 años, pertenecientes tanto a un nivel socioeconómico bajo como a uno medio y alto; y pertenecientes al porcentaje de la población que obtiene por primera vez la droga en los centros de trabajo localizados dentro de la República Mexicana.

A pesar de que el porcentaje de las drogas que se obtienen dentro del trabajo es bajo en comparación con el de las calles y parques, los problemas que representa son de gran importancia para la sociedad en general, de ahí el porqué la elección de atacar este sector específico de la población.

4.1.4 Objetivos

Como ya lo mencioné en el capítulo anterior, los objetivos de una campaña se establecen en términos de mejorar la conciencia de una determinada población ante un problema específico, de mantenerla o de modificar la actitud frente a él.

Podemos decir que el objetivo principal es el de "Prevenir la farmacodependencia en los centros laborales de la República Mexicana", pero para la realización de éste, tendremos que atacar otra serie de objetivos como son:

- Brindar información sobre farmacodependencia tanto a obreros como a industriales.
- Difundir la farmacodependencia como delito contra la salud.
- Concientizar sobre los peligros que se corren al laborar bajo los efectos de un fármaco.
- Crear un ambiente de confianza para que aquellos farmacodependientes que requieran ayuda médica y psicológica, puedan solicitarla sin temor al rechazo.
- Creación de grupos de apoyo tanto para el farmacodependiente como para sus familiares.
- Mostrar una actitud positiva ante el problema, para evitar que el farmacodependiente se sienta agredido por la campaña.

Con lo anterior se pretende que a un corto plazo, aumente el número de personas que acuden a tratamientos de rehabilitación, así como que disminuya el número

de personas que se involucren de manera directa con la farmacodependencia en los centros de trabajo. También es importante que las personas que no son consumidores se den cuenta de que juegan un papel fundamental tanto en la prevención como en el tratamiento de compañeros farmacodependientes y que comprendan que no se trata de un problema particular de éstos.

4.1.5 Estrategia de la Campaña

Una vez que se realizó la investigación y que se determinó qué queremos decir, a quién y de qué manera, tenemos que encontrar los medios más adecuados para difundir el mensaje, de ahí la necesidad de establecer una estrategia.

La estrategia no consiste únicamente en determinar qué medios de difusión se emplearán, sino también de qué manera, es decir, durante cuanto tiempo, si se hará uso de todos al mismo tiempo, si la campaña tendrá distribuidos sus objetivos en varias etapas, etc. En este caso la campaña considera fundamentalmente dos etapas.

ETAPA I.- Esta será dirigida exclusivamente a los industriales, con la finalidad de concientizarlos del problema que implica la farmacodependencia en los centros de trabajo, de manera que colaboren al 100% cuando se implemente la Etapa II, ya que son parte fundamental de ésta.

Por lo general los industriales tienen puesta su atención en problemas tales como, los impuestos, los sindicatos, los avances tecnológicos, las normas de certificación, etc. pocas veces existen inquietudes sobre el desarrollo humano de su industria, sin darse cuenta que éste es parte fundamental de su éxito en la producción.

El llamar la atención de los industriales, básicamente tiene dos propósitos, primero que tengan la disposición de enfrentarse al problema de la farmacodependencia y segundo que se documenten más al respecto para poder ser una fuente de ayuda para trabajadores con este tipo de problemas.

Esta fase de alguna manera es una etapa introductoria, que nos ayudará a que la etapa siguiente cobre la fuerza necesaria para obtener éxito en la campaña.

ETAPA II.- Esta fase está dirigida tanto a industriales como a obreros. Se habló de la importancia de la colaboración de los primeros para el éxito de esta etapa, y con eso no únicamente me refiero a la colaboración como patrocinadores, sino también con la disposición de erradicar el problema de sus establecimientos, llevando a cabo todas las medidas necesarias, tales como: respetar normas de seguridad, difundir la información sobre farmacodependencia y tener más control de la supervisión del personal.

En esta etapa es fundamental crear un ambiente de confianza, para el trabajador, así como informar sobre las causas y consecuencias de la farmacodependencia para crear en los trabajadores una preocupación en sí mismos en relación a su ambiente y condiciones de trabajo.

Una vez que se definió el proceso de la campaña podemos determinar los medios de difusión que se emplearán en cada una de las etapas de ésta.

Para la ETAPA I, se eligió como medio la revista, teniendo dos variantes que son el anuncio y el publlirreportaje.

ANUNCIO DE REVISTA.- Se eligió por ser un medio de comunicación selectivo, que nos permite dirigirnos específicamente al sector de la población que nos interesa. Las inserciones se harán en la revista TRANSFORMACION medio que publica la Cámara Nacional de la Industria de Transformación. Esta publicación es mensual y está dirigida a los industriales del país inscritos en dicha Cámara. Básicamente aborda temas específicos del sector industrial, relativos tanto a la economía como a la política, desarrollo tecnológico, normatividad, etc. Cuenta con un tiraje de 17,000 ejemplares. El tamaño del anuncio será de página completa y estará posicionada en página impar.

Este se empleará para llamar la atención de los industriales encunto al problema de la farmacodependencia y estará reforzado con un publlirreportaje que será

elaborado por los especialistas de la PGR, esto con la finalidad de brindar mayor información sobre la farmacodependencia. El publibreportaje abarcará 1 página y se buscará que tenga continuidad con el anuncio, de ahí que también estará publicado en página impar, preferentemente en la página siguiente al anuncio.

Se pretende que el anuncio de revista se publique durante 3 meses y que los publibreportajes sean publicados durante 6 meses, iniciando su aparición conjuntamente con el anuncio de revista.

Para la ETAPA II, se eligieron como medios el cartel y el díptico.

CARTEL.- Se decidió el uso de éste por ser un medio que debido a su composición gráfica, el mensaje lo damos de una manera concreta y resumida, con lo que logramos llamar la atención sin que nos tome mayor tiempo su lectura. Esto último es importante si tomamos en cuenta que al sector al que nos dirigimos, por lo general no tiene el hábito de la lectura.

Los carteles se encontrarán dispuestos dentro de los centros de trabajo en lugares estratégicos donde puedan ser vistos constantemente por los trabajadores.

Se sugiere que la producción del cartel se realice con las siguientes características:

Tiraje:	25,000
Papel:	Cartulina Sulfatada de 14 pts.
Tintas:	4x0
Tamaño:	60 x 90 cm
Acabado:	Laminado

La cartulina nos da consistencia y resistencia, mientras que el laminado prolongará la vida del cartel, lo cual a la larga nos traerá un ahorro en la campaña, ya que no tendremos que estar reponiendo continuamente los carteles.

DIPTICO.- Al igual que la revista es un medio de carácter directo, ya que se elabora para un público específico. Una de las características más importantes

por la que se eligió este medio, es que a través de éste podemos informar a nuestro público, sin que ésto requiera de mucho tiempo para su lectura.

En los drópticos encontraremos más información sobre la farmacodependencia, así como de a dónde se puede acudir para recibir ayuda tanto individual como familiar.

La impresión de los drópticos está contemplada con las siguientes características:

Tiraje:	50,000
Papel:	Couché Lustrolito de 135 gr.
Tintas:	4 x 2
Tamaño extendido:	28 cm x 21.5 cm
Tamaño final:	14 cm x 21,5 cm
Acabado:	Doblado

4.1.6 Diseño del Material Gráfico

El diseño del material gráfico que se empleará en la campaña implica una labor creativa fundamentada en la investigación que hasta el momento se realizó. Es decir, el material será el resultado de la recopilación de datos obtenidos a través de la investigación del problema, de la definición de objetivos y de la estrategia que se haya determinado. Todo lo anterior nos proporciona datos específicos sobre la farmacodependencia vista desde distintos puntos, ya sea a nivel social, político, económico, legislativo, clínico, etc.; de ahí que para el diseñador sea necesario iniciar en esta etapa un estudio específico del material empleado en campañas similares.

Dicha investigación nos proporcionará datos concretos sobre el concepto y los elementos gráficos fundamentales en la composición. Una vez que se establecen cuales son los elementos gráficos predominantes, me refiero a qué colores, la tipografía, imágenes, formato, etc., es sumamente importante determinar qué es lo que provocan estos elementos en el espectador, ya que de esto depende que la campaña sea o no exitosa.

Como ya lo mencioné en el capítulo 2, en México no se han realizado campañas en prevención de la farmacodependencia dirigidas específicamente a los centros de trabajo, de ahí que nuestro parámetro para realizar el análisis de material gráfico esté integrado principalmente por carteles referentes a la prevención de la farmacodependencia, dirigidos a la adolescencia y a la población en general. Dicho análisis consiste en un estudio comparativo de diversos carteles para concluir cuáles son las características representativas que se emplean para atacar el problema que abordan. Principalmente se analizan los elementos gráficos que conforman la composición, así como lo que éstos producen en el espectador. En esta investigación en particular podemos concluir que predominan los siguientes elementos.

- COLORES.- Rojo, negro y blanco.
- TIPOGRAFIA.- Es escasa y de palo seco.
- IMAGENES.- Fotografías en blanco y negro, retratando la crudeza de las adicciones.
- FORMATO.- Rectangular en su mayoría 40 cm x 60 cm.
- COMPOSICION.- Equilibrada, justificando imagen y tipografía al centro.

En general podemos decir que el material gráfico realizado para la prevención de la farmacodependencia es sumamente agresivo, no únicamente por la temática sino por la conceptualización de ésta. Esto debido al uso de imágenes tan agresivas como puede ser un niño drogándose, reforzada con el empleo de colores como el rojo y el negro, que en psicología del color están considerados como colores que despiertan violencia; el carácter sencillo del texto, pero que hace alusión directa a las adicciones y a la composición que enfatiza la imagen colocándola centrada y ocupando la mayor parte del formato.

Este tipo de carteles cumplen con el objetivo de impactar al espectador, pero difícilmente logran provocar una reacción positiva. Para los receptores que son adictos a algún tipo de droga, resulta que pueden identificarse al observar el cartel, pero difícilmente encuentran en él una motivación para dejar de parecerse al de la fotografía, al contrario se sienten agredidos y marcados por la sociedad.

Mientras que para los espectadores que no son adictos, provoca un rechazo, lo que hará muy difícil que se integren a un plan de ayuda para farmacodependientes, y se mantengan al margen del problema.

En algún momento de esta investigación hablé sobre el tabú de la farmacodependencia, lo menciono nuevamente ya que considero que este tipo de material lo enfatiza en lugar de lograr una visión distinta sin prejuicios respecto al tema.

Teniendo los resultados del análisis, el diseñador debe valorar de acuerdo a los objetivos que persigue la campaña, cuales de los elementos característicos del material son benéficos y cuales resultarían contraproducentes para el éxito de la campaña, menciono lo anterior pues a través de algunos estudios realizados por los psicólogos de la PGR, se ha comprobado que en ocasiones en lugar de motivar a las personas involucradas en este tipo de problemas a buscar ayuda, lo que se logra es provocar que la sociedad sienta un mayor rechazo y tenga menor disposición de prestar ayuda. De ahí que antes de iniciar el diseño de los medios de difusión que se emplearían en la campaña, se llevó a cabo un trabajo de mesa conjuntamente con los psicólogos de la Procuraduría General de la República, para discutir los resultados del análisis y determinar los puntos sobre los que se iba a desarrollar el diseño. De estas charlas se establecieron los siguientes puntos:

- No se hará uso de imágenes agresivas que muestren a sujetos bajo los efectos de alguna droga
- No se hará uso de colores tan violentos como el rojo y el negro. De preferencia se usarán colores vivos, contrastantes, llamativos que sean más amables a la vista.
- Se buscarán imágenes en las que los trabajadores puedan identificarse, pero que reflejen lo positivo de una vida sin adicciones.
- El texto tendrá que ser breve, sencillo y evitar que sea extremadamente agresivo o vergonzoso para el espectador.
- En general se busca una imagen agradable que invite al receptor a leer el poco texto que exista y que a la vez lo motive a tomar parte en la campaña.

Tomando en cuenta los puntos anteriores y en general los objetivos de la campaña, se inició la búsqueda de la frase que estaría presente en todos los soportes gráficos. Algunas de las frases que propusieron los especialistas de la PGR fueron las siguientes:

- Las buenas costumbres y buenas compañías, te protegen y protegen a los tuyos.
- Con esfuerzo y cariño, les construimos un buen camino.
- Llena a tus hijos de alegría, sencillez, autenticidad, lealtad, orden y laboriosidad.
- Vivir el futuro es cuidar y trabajar tu presente.

Al considerar las frases anteriores se llegó a la conclusión de que son muy generales y no expresan particularmente el problema de la farmacodependencia, de ahí que el receptor entenderá lo que venga a su mente al momento de dar lectura a cualquiera de éstas. En este punto surge el primer conflicto y contradicción en la campaña, ya que inicialmente no se querían mencionar las palabras: droga, drogadicción, adicto, etc., pero como también se acordó no emplear imágenes que mostraran claramente el problema, hubo que valorar si era más conveniente hablar abiertamente de la farmacodependencia o usar imágenes, tal vez no tan agresivas pero que sugirieran más el tema. Analizando ambas posibilidades se considero que el primer impacto al ver un cartel o cualquier impreso, que combinara imagen y tipografía, estaba determinado por la imagen; de ahí que se decidió que la primera opción era la más adecuada. Esto porque inicialmente el receptor al hechar el primer vistazo no se sentiría inmediatamente agredido, de tal manera que se provocaría el interés por la lectura del texto que acompaña la imagen. El hecho de que el texto hable abiertamente de la farmacodependencia, nos asegura que no va a existir confusión en el espectador. De esta manera es como surge la frase de campaña:

**!PROTEGETE!
Drogadicción ...
delito contra ti mismo**

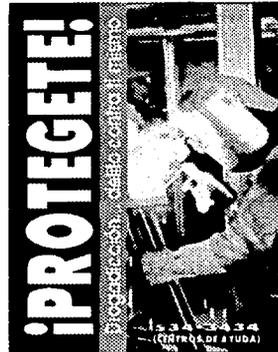
Se eligió el empleo de la frase anterior, ya que a través de ésta logramos expresar con claridad los siguientes puntos:

- No existe duda sobre el tema que estamos atacando.
- Hacemos énfasis en la necesidad de exigir protección en los centros de trabajo, para que las condiciones laborales NO beneficien el desarrollo de la farmacodependencia.
- Se hace evidente que la farmacodependencia constituye un delito contra el individuo mismo, más que contra la sociedad, ya que al consumir drogas el individuo está atentando contra su salud.
- También nos expresa que la solución del problema está en el individuo mismo, sólo basta que él lo decida y busque ayuda.

Una vez que se definió la frase que deberá aparecer en todos los soportes gráficos, ahora sí entramos de lleno en el diseño de éstos.

Inicialmente se recurrió al bocetaje para desarrollar una serie de propuestas que cumplieran con los objetivos, pero que nos proporcionaran diversas alternativas de solución. Se trabajó únicamente con propuestas de cartel y fue hasta que se obtuvo la solución definitiva de éste, que se inició el diseño del resto de los soportes. A continuación mostraré algunos de los bocetos presentados antes de llegar a la solución definitiva.





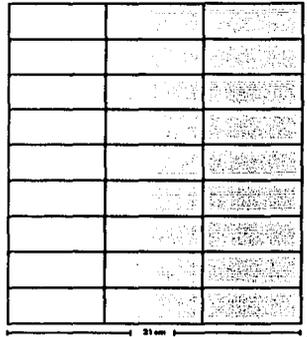
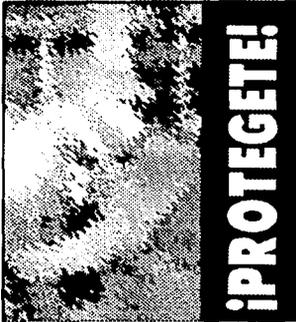
ANUNCIO DE REVISTA.

Partimos de la base de que el formato es rectangular de 21cm x 27cm, que estará impreso en selección de color, publicado en página impar antecediendo al publireportaje. La información que contendrá será la frase de campaña y la imagen de un hombre en el desarrollo de su trabajo, el cual exige protección física para el trabajador con el objetivo de evitar accidentes.

Para crear un poco de expectación se decidió realizar una secuencia, es decir, cada vez se hará la inserción de un anuncio distinto.

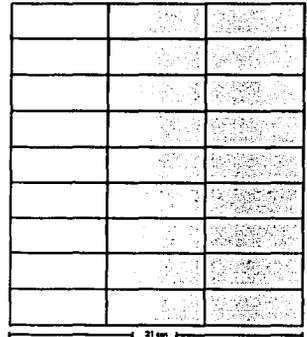
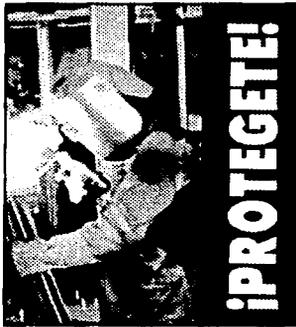
- VERSION 1.** El primer mes el anuncio únicamente presentará la frase **¡PROTEGETE!** y la imagen estará difusa.
- VERSION 2.** En el segundo mes el anuncio presentará nuevamente la frase **¡PROTEGETE!**, pero en este caso la imagen aparecerá con toda claridad.
- VERSION 3.** En el tercer mes el anuncio aparecerá igual que el anterior, pero en este caso se agregará el resto de la frase: **Drogadicción ... delito contra ti mismo.**

VERSION 1.



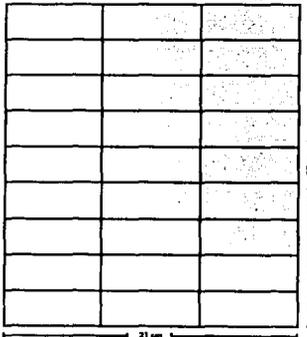
MODULOS DE 6 CM X 3 CM
(SE OBTUVIERON A TRAVÉS DE TERCIOS,
ES DECIR, DIVIDIENDO LA MEDIDA FINAL
ENTRE 3)

VERSION 2.



MODULOS DE 6 CM X 3 CM
(SE OBTUVIERON A TRAVÉS DE TERCIOS,
ES DECIR, DIVIDIENDO LA MEDIDA FINAL
ENTRE 3)

VERSION 3.



MODULOS DE 6 CM X 3 CM
(SE OBTUVIERON A TRAVÉS DE TERCIOS,
ES DECIR, DIVIDIENDO LA MEDIDA FINAL
ENTRE 3)

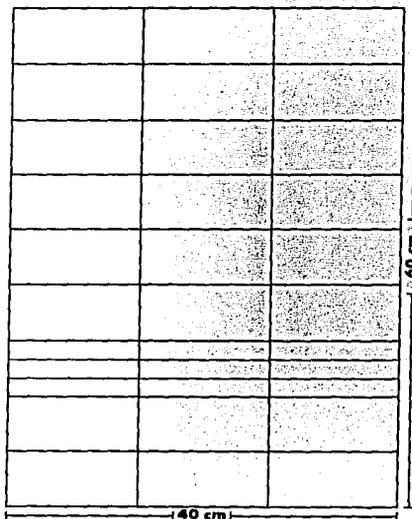
Como ya lo mencioné estos anuncios se publicarán a la par que el publireportaje, y si el anuncio aparece en la página 27, el publireportaje tendrá que aparecer en la 29, para que el lector establezca un vínculo entre ambos.

CARTEL.

En cuanto al tamaño, tintas, papel, etc., partiremos de las características establecidas anteriormente en la estrategia de campaña. La información que se decidió difundir a través del cartel es la siguiente:

1. Frase de campaña.
2. Teléfono de los Centros de ayuda 534-3434.

Los datos mencionados estarán formando parte de la composición junto con la imagen, que será la misma que se empleó en el anuncio de revista.



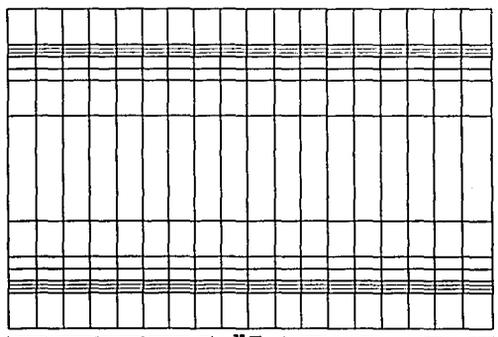
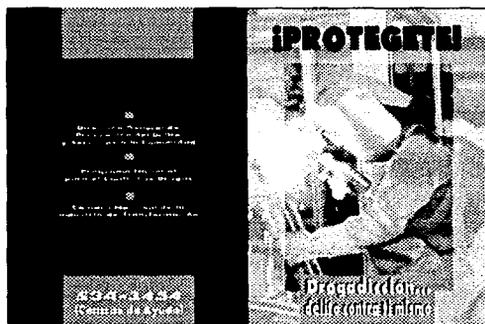
MODULOS DE 13,33 CM X 6,66 CM
(SE OBTUVIERON A TRAVES DE TERCIOS,
ES DECIR, DIVIDIENDO LA MEDIDA FINAL
ENTRE 3 Y LA RESULTANTE NUEVAMENTE ENTRE 3)

DIPTICO.

Al igual que el cartel se respetarán las características de producción ya establecidas. En cuanto a la información, contendrá la misma que se difundió en el cartel; y se anexarán datos sobre farmacodependencia, causas y consecuencias, etc., texto que será proporcionado por los sicólogos de la PGR.

Presentará la misma imagen que apareció en el anuncio de revista y cartel, la cual estará en la portada del díptico junto con la frase de campaña. En la contraportada aparecerán los siguientes datos:

- Programa Nacional para el Control de Drogas.
- Dirección General de Prevención del Delito y Servicios a la Comunidad.
- Teléfono Centros de Ayuda 534-3434.



MODULOS DE 2.35 CM X 4.6 CM
(SE OBTUVIERON A TRAVES DE TERCIOS,
ES DECIR, DIVIDIENDO LA MEDIDA FINAL
ENTRE 3 Y LA RESULTANTE NUEVAMENTE ENTRE 3)

Como se puede observar, el diseño de los soportes gráficos es un tanto alejado de lo que estamos acostumbrados a ver en cuanto al tema que estamos abordando. La razón por la que se decidió darle este giro al diseño fue a que a lo largo de los estudios realizados por los psicólogos de la Procuraduría General de la República se determinó que en la mayoría de los casos el empleo de un material gráfico agresivo, en el aspecto de una composición que denote violencia, resultaba contraproducente y no cumplía con el objetivo de prevenir y de alejar a la sociedad de las drogas. De tal manera que se decidió crear un material gráfico en el que a pesar de abordar el tema de la drogadicción y hablar abiertamente de ésta, nos presentara una imagen positiva que motivara a los receptores tanto a probar una vida sin adicciones como a incorporarse a la lucha para la ayuda de farmacodependientes, creando conciencia de que es un problema de todos aunque no seamos consumidores directos o pertenezcamos a un núcleo familiar donde existan farmacodependientes.

El hecho de querer transmitir un mensaje positivo no nos impide que los soportes sean agresivos en el aspecto de llamar la atención de nuestros receptores, de ahí que por eso se emplearon colores como el azul y el amarillo que crean contraste, además de proporcionar calidez, vivacidad, actividad y armonía a la composición gráfica.

En cuanto a la imagen se buscó que además de mostrar a un individuo en actividad laboral bajo la protección necesaria para la realización de ésta, fuera una fotografía que reflejara movimiento, vida, esfuerzo, esto no únicamente a través de la imagen en sí, sino también a través de los colores que la conformaran.

Para la frase de campaña, así como para el texto en general se eligió tipografía de palo seco específicamente futura, debido a que nos permite tener claridad en la lectura, con lo que aseguramos que un mayor número de receptores leerán el mensaje.

En el momento de ordenar los elementos gráficos ya mencionados, se buscó que la composición también reflejara movimiento de ahí que se evito centrar tanto imagen como tipografía. Se desarrolló en base a una estructura que divide el espacio en tercios.

Concluyendo, lo que se buscó en la creación de los soportes gráficos para esta campaña fue básicamente contar con un material atractivo visualmente, que nos brindara información sin necesidad de requerir de mucho tiempo para su lectura y sobre todo mostrar que no necesariamente tenemos que abordar un tema que por sí solo es violento, mediante el uso de imágenes y colores igualmente violentos. Si lo que deseamos es provocar un cambio en la sociedad, igualmente tenemos que estar abiertos a un cambio en la conceptualización de este tipo de temas, que en lo personal considero que desde el momento en que se creen trillados, no se ha desarrollado una búsqueda que nos lleve a nuevas posibilidades de tratamiento, lo que implica un estancamiento y pocos logros en campañas de este tipo.

4.1.7 Costos de producción*

Estos están determinados por las características de diseño e impresión de cada uno de los soportes.

CARTEL

Tiraje:	25,000	
Papel:	Cartulina Sulfatada de 14 pts.	
Tintas:	4x0	
Tamaño:	60 x 90 cm	
Acabado:	Laminado	
EL COSTO POR MILLAR ES DE		\$ 4,288.48 + IVA
EL COSTO POR TIRAJE		\$ 107,212.00 + IVA

DIPTICO

Tiraje:	50,000	
Papel:	Couché Lustrolito de 135 gr.	
Tintas:	4 x 2	
Tamaño extendido:	28 cm x 21.5 cm	
Tamaño final:	14 cm x 21,5 cm	
Acabado:	Doblado	
EL COSTO POR MILLAR ES DE		\$ 500.23 + IVA
EL COSTO POR TIRAJE		\$ 25,011.50 + IVA

*NOTA: Colización proporcionada por Litográfica Rima, S.A. de C.V., Av. Ermita Iztapalapa No. 70 Bis, Tel/Fax 672-9860

Por lo general en esta fase de la campaña no sólo se presentan los costos de producción del material gráfico, ésta representa la determinación del presupuesto en general, es decir se toman en cuenta los costos de investigación, asesoría, estudio de mercado, diseño, producción e inserciones en revista o prensa. En esta campaña el presupuesto básicamente está determinado por el costo de la producción de los impresos, ya que todos los demás conceptos están considerados como intercambio entre las dos instituciones de conforman el acuerdo.

CONCLUSIONES

La farmacodependencia es un problema social en el que intervienen factores de índole familiar, laboral, económico, cultural, etc.; involucra tanto a niños como a adultos sin distinguir sexo y no es exclusiva de una clase social.

Representa un problema que si no nos involucra directamente nos sentimos lejanos y nos mostramos poco comprometidos con él, sin considerar que aunque no seamos consumidores o familiares de algún adicto, somos tanto víctimas como causantes de él por el simple hecho de pertenecer a una sociedad.

El valorar el impacto social que ha tenido el incremento de la farmacodependencia y el considerarla como delito federal por representar un delito contra la salud, ha provocado un mayor interés por parte tanto de instituciones públicas como privadas por brindar servicios de prevención, tratamiento y rehabilitación de la farmacodependencia. A pesar de que existen un gran número de instituciones que proporcionan estos servicios, los avances no han sido muy fructíferos, esto se debe básicamente a que carecen de campañas de divulgación, por lo que la población en su mayoría desconoce todas las opciones que existen para solicitar ayuda.

Como lo mencioné en la primera parte del trabajo, la farmacodependencia se había venido atacando por igual, es decir las campañas eran muy generales y dirigidas básicamente a adolescentes, de ahí que la idea de atacar a un sector específico de la sociedad resulta muy importante, ya que estamos hablando de dirigirnos únicamente a un grupo específico de individuos, en el que podemos determinar los factores externos que contribuyen en el surgimiento y desarrollo del problema, así como también podemos establecer el lenguaje verbal y gráfico ideal para entablar una buena comunicación; todos éstos, factores que colaboran para la obtención de resultados exitosos.

Atacar la farmacodependencia en centros de trabajo, implica luchar contra la corrupción del sistema en el que vivimos, ya que los factores externos como son las normas de seguridad laboral, que proporcionan protección a los empleados, por lo general no son respetadas y resulta más económico para los industriales sobornar a los inspectores que brindarles seguridad a sus empleados. De ahí la necesidad de dirigirnos no únicamente a los trabajadores sino también a los patrones.

Hablando del diseño gráfico, reconfirmo que no sólo para el éxito de un proyecto como este, sino también para cualquier otro aunque sea de tipo comercial, resulta fundamental entenderlo como un proceso de comunicación, en el que una vez establecidos los interlocutores es necesario elaborar un mensaje, que en el caso específico del diseño, será transmitido a través de una composición visual constituida por la unión de diversos elementos gráficos. Este proceso necesariamente inicia con la investigación del tema que nos ayudará a conocerlo más a fondo para poder determinar nuestros objetivos, a partir de los cuales estructuraremos el mensaje que queremos transmitir.

Recordando los objetivos de la campaña, considero que el material gráfico que se obtuvo cumple con ellos. Se logró obtener una imagen en la que no se refleja el aspecto desagradable y violento de la farmacodependencia, el material es atractivo visualmente reforzado por el uso de colores llamativos y armónicos y en cuanto a la información contiene la necesaria expresada de una manera clara y de fácil lectura.

Esta campaña constituyó un proyecto real en el cual el único soporte gráfico que se produjo fue el cartel y cuyos resultados obviamente fueron lo más alejado al éxito. En ocasiones las intenciones de algunas instituciones por realizar algún tipo de bien a la sociedad son verídicas, pero cuando se percatan de que involucrarse en este tipo de proyectos implica un gran compromiso y esfuerzo, difícilmente logran concluir lo que empezaron. En este caso en particular la campaña no se llevó a cabo como estaba planeada por diversos factores; por un lado la falta de recursos económicos de Canacindra para la producción del material, por otro lado el cambio de Procurador lo que provocó que mucha

gente y básicamente los responsables del proyecto tuvieron que abandonarlo y que a los nuevos elementos que asignaron, no les interesó del todo. La campaña nunca se suspendió oficialmente, simplemente quedó en el olvido.

Este proyecto constituyó una gran experiencia, ya que desde el proceso de investigación hasta la elaboración del material gráfico constituyó un gran aprendizaje, no únicamente sobre el fenómeno de la farmacodependencia y las posibles formas de combatirla apoyados en el diseño gráfico, sino también en relación al acercamiento con los obstáculos que como diseñadores tenemos que enfrentar, como pueden ser los factores económicos y políticos de las instituciones a las que prestamos servicio.

Farmacodependencia

Anónimo, What Works: Workplaces without drugs, USA, U.S. Department of Labor, 20 pp

Anónimo, Britains International Strategy against Drug misuse, Gran Bretaña, Foreign & Commonwealth Office, 61 pp

Baudelaire, Charles, Los Paraísos Artificiales, 2d. ed., México, Fontamara, 1989, 170 pp

De Ropp, Robert, El Juego Supremo, 2d. ed., México, Yug, S.A., 1985, 239 pp

Maden, Alcoholismo y farmacodependencia, México, El manual moderno, 1994, 351 pp

Newman, Paul, Woodward Joanne, Straight talk with Kids, USA, Bantman Book, 1991, 145 pp

Polson, Beth, Newton, Miller, Not my Kid, USA, Avon Books, 1985, 259 pp

Roberts, Fitzmahon and Associates, Preparing for the Drug free years, 2d. ed., USA, Developmental Research and Programs, Inc., 1988, 145 pp

Sager, Carol, Drug-Free Zone, USA, HSI and TAB books, 1992, 227 pp

SSA, Programa contra la farmacodependencia, México, Consejo Nacional Contra las Adicciones, 1993, 73 pp

SSA, Las adicciones en México hacia un enfoque multidisciplinario, México, Consejo Nacional Contra las Adicciones, 1992, 86 pp

Tapia Conyer, Roberto, Las adicciones dimensión, impacto y perspectivas, 2ed. México, El manual moderno, 1993, 351 pp

Diseño, comunicación y publicidad

Aranguren, José Luis, La comunicación Humana, Madrid, Guadarrama, 1975, 250 pp

Berlo, David Keneth, El proceso de la comunicación introducción a la teoría y la práctica, México, Ed. Ateneo, 1985, 251 pp

Bridgewater, Peter, Introducción al Diseño Gráfico, México, Ed. Trillas, 1992, 134 pp

De fleur, Malvin Lawrence, Teorías de comunicación de Masas, Argentina, Paidós, 1974, 251 pp

Dirken, Charles J., Principios y Problemas de la Publicidad, México, CECSA, 1978, 650 pp

Dondis, D.A., Sintaxis de la imagen visual, Barcelona, Gustavo Gili, 1992, 212 pp

Douglas, Torin, Guía completa de la publicidad, España, Blume, 1991, 224 pp

Gallo, Mas, The poster in history, New Jersey, Wellfleet, 1989, 254 pp

Lynn John, Cómo preparar diseño para la imprenta, Gustavo Gili, Barcelona, 1989, 421 pp

Magnus, Günter Hugo, Manual para dibujantes e ilustradores, Gustavo Gili, Barcelona, 1980, 257 pp

Rodas Salinas y Beltrán de Tena, Información y comunicación, Barcelona, Gustavo Gili, 1988, 143 pp

Sánchez, José Ramon, Introducción a la teoría de la publicidad, Madrid, Ed. Tecnos, 1985, 501 pp

Swan Alan, Diseño y marketing, Barcelona, Gustavo Gili, 1991, 143 pp

Tombs Curtis, Seng-gye y Hunt Christopher, El libro del aerógrafo, Londres, Ed. Herman Blume, 1980, 160 pp

Turnbill, Arthur T., Comunicación Gráfica, México, Ed. Trillas, 1990, 428 pp

Wong, Wucius, Fundamentos del Diseño Bi- y Tri-dimensional, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1986, 204 pp