



Sin consumirte

Iniciativa *crossmedia* que contribuye a reducir los riesgos y daños del consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes de universidades públicas de Bogotá D.C.

Proyecto de Grado
Camilo Andrés Gómez Beltrán
Juan David Bonilla Saldaña

Bogotá D. C., 2019

Sin consumirte

Sin consumirte

Iniciativa *crossmedia* que contribuye a reducir los riesgos y daños del consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes de universidades públicas de Bogotá D.C.

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Diseñador Digital y Multimedia

Directora:

Luz Ille Andrea Díaz Ortiz

Línea(s) de énfasis:

Productos audiovisuales

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2019

Sin consumirte

Sin consumirte

Aval del Proyecto

Firma del Director(a) de proyecto de grado

Firmas de los jurados

Sin consumirte

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a todas aquellas personas que desde el inicio depositaron su confianza en nosotros y en el proyecto que hoy vemos materializado bajo la iniciativa “Sin consumirte”. A aquellas personas que, desde perspectivas distintas a la prohibición, trabajan día a día a favor de la reducción de riesgos y daños en el consumo de sustancias psicoactivas.

Agradecimientos

Agradecemos especialmente a nuestros amigos y colegas David Felipe Vargas Carvajal y Lesli Tatiana Huertas Munar por brindarnos su apoyo y confianza en momentos cruciales para el desarrollo de “Sin consumirte”. A la Esp. Bárbara Mendoza Criales y la Esp. Ana Betty Torres Soto por su aportes y sugerencias para la elaboración de este documento y la aplicación de los respectivos testeos.

Finalmente, agradecemos a nuestro experto temático José A. Posada Villa por compartir con nosotros su conocimiento y experiencia, además de los aportes realizados para el desarrollo de un mejor producto que contribuya a la reducción de riesgos y daños del consumo de sustancias psicoactivas.

Sin consumirte

Sin consumirte

*“No son las drogas sino las prohibiciones que pesan sobre ellas las causas de su uso desinformado, irresponsable, autoindulgente y personal y socialmente autodestructivo”
Thomas Szasz*

Resumen

Con el pasar de los años, el consumo de sustancias psicoactivas (SPA) ha ido en aumento entre la comunidad universitaria de Bogotá D.C. Al respecto, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) afirma que, para el año 2016, alrededor del 40% de esta población había usado alguna sustancia ilegal, siendo la marihuana la más consumida.

Por otra parte, de acuerdo con un estudio de sustancias psicoactivas realizado por la UNODC, el consumo de marihuana se duplicó entre los años 2009 y 2016, lo cual hace evidente la poca eficacia de los métodos y programas del Estado enfocados en la prohibición y penalización del consumo de esta sustancia.

Partiendo de esto, la iniciativa “Sin consumirte” pretende contribuir a la reducción de riesgos y daños ocasionados por el consumo de SPA, dando a conocer información sobre los riesgos, daños y efectos que conlleva dicha práctica. Se abordan las consecuencias legales, sociales y en la salud, y se toma como estudio de caso el consumo de marihuana en estudiantes de pregrado potenciales consumidores de SPA de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Para esto, se contempla hacer uso de la metodología proyectual de Bruno Munari.

Como resultado del proceso de investigación se diseña una propuesta *crossmedia* de carácter análogo y digital, en la cual lo audiovisual se complementa con recursos infográficos y cartillas informativas. Durante el desarrollo del producto se hace evidente que la prohibición de las SPA no ha funcionado a lo largo de la historia.

Sin consumirte

Así, al no ser posible evitar su consumo, es necesario generar prácticas que contribuyan a disminuir los riesgos y daños generados por el consumo de las sustancias ya mencionadas.

Palabras clave:

Sustancias psicoactivas, consumo, reducción, riesgos, daños, diseño.

Línea(s) de profundización:

Productos audiovisuales

Abstract

Over the years, the consumption of psychoactive substances (SPA) has been increasing among the university community of Bogotá D.C. In this regard, the United Nations Office on Drugs and Crime (UNODC) states that, by 2016, around 40% of this population had used some illegal substance, with marijuana being the most consumed.

On the other hand, according to a study of psychoactive substances conducted by the UNODC, marijuana consumption doubled between 2009 and 2016, which makes evident the poor efficiency of the methods and programs of the State focused on the prohibition and penalization of the use of this substance.

Based on this, the initiative "Sin consumirte" aims to contribute to the reduction of risks and damages caused by the consumption of SPA, giving information about the risks, damages and effects that this practice entails. The legal, social and health consequences are addressed, and the marijuana use in undergraduate students' potential consumers of SPA of the Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca is taken as a case study. For this, it is contemplated to make use of the project methodology of Bruno Munari.

As a result of the research process, a crossmedia proposal of analogous and digital nature is designed, in which the audiovisual is complemented with infographic resources and information leaflets. During the development of the product it becomes clear that the prohibition of SPAs has not worked throughout history. Thus, since it is not possible to avoid their consumption, it is necessary to generate practices that contribute to diminish the risks and damages generated

Sin consumirte

by the consumption of the aforementioned substances.

Keywords:

Psychoactive substances, consumption, reduction, risks, damages, design.

Research lines:

Audiovisual products

Tabla de contenido

Aval del Proyecto.....	4
Dedicatoria.....	7
Agradecimientos.....	8
Resumen.....	11
<i>Abstract</i>	13
Tabla de contenido.....	15
Listado de figuras.....	19
Listado de tablas.....	21
Listado de anexos.....	22
Capítulo 1. Formulación del proyecto.....	24
1.1 Introducción.....	25
1.2 Justificación.....	26
1.3 Definición del problema.....	29
1.4 Hipótesis de la investigación.....	30
1.4.1 <i>Hipótesis explicativa</i>	30
1.4.2 <i>Hipótesis propositiva</i>	31
1.5 Objetivos.....	31
1.5.1 <i>Objetivo general</i>	31
1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	31
1.6 Planteamiento metodológico.....	33
1.7 Alcances y limitaciones.....	35

Capítulo 2. Base teórica del proyecto.....	37
2.1 Marco referencial	38
2.1.1 Marco teórico contextual	38
2.1.1.1 Prohibición y penalización de SPA.....	38
- Prohibición y penalización en Colombia 2019	44
2.1.1.2 Otras perspectivas.....	46
2.1.2 Marco teórico disciplinar.....	48
2.1.2.1 Aprendizaje significativo.....	48
2.1.2.2 Crossmedia.....	49
2.1.2.3 La marihuana y su consumo	50
2.1.3 Marco conceptual	52
2.1.4 Marco institucional.....	58
2.1.5 Marco legal.....	60
2.2 Estado del arte.....	63
2.2.1 Échele cabeza	63
2.2.2 Lugo y las drogas	66
2.3 Línea del tiempo	68
2.4 Caracterización de usuario.....	69
Capítulo 3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	72
3.1 Criterios de diseño.....	73
3.1.1 Árbol de objetivos de diseño	73
3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño.....	75
3.2 Hipótesis de producto	78
3.3 Desarrollo y análisis Etapa definición del problema.....	79
3.3.1 Entrevista cualitativa.....	79
3.4 Desarrollo y análisis Etapa análisis del problema	81

3.5 Desarrollo y análisis Etapa prototipado	82
3.5.1 <i>Brief</i>	82
3.5.1 <i>Esquema básico</i>	83
3.6 Desarrollo y análisis Etapa evaluación del prototipo	86
3.6.1 <i>Prototipo de media fidelidad</i>	87
3.7 Resultados de los testeos	89
3.7.1 <i>Primer testeo</i>	89
3.7.1.1 <i>Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)</i>	89
3.7.1.2 <i>Evidencias (Percepción del usuario)</i>	92
3.7.2 <i>Segundo testeo</i>	93
3.7.2.1 <i>Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)</i>	93
3.7.2.2 <i>Evidencias (Percepción del usuario)</i>	95
3.7.3 <i>Tercer testeo</i>	97
3.7.3.1 <i>Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)</i>	97
3.7.3.2 <i>Evidencias (Percepción del usuario)</i>	99
3.7.4 <i>Cuarto testeo</i>	101
3.7.4.1 <i>Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)</i>	101
3.7.4.2 <i>Evidencias (Percepción del usuario)</i>	104
3.8 Prestaciones del producto	105
3.8.1 <i>Aspectos morfológicos</i>	106
3.8.2 <i>Aspectos técnico-funcionales</i>	107
3.8.3 <i>Aspectos de usabilidad</i>	109
Capítulo 4. Conclusiones	111
4.1 Conclusiones	112
4.2 Estrategia de mercado	114
4.2.1 <i>Segmento de usuario</i>	114
4.2.2 <i>Propuesta de valor</i>	115

Sin consumirte

4.2.3 Canales.....	116
4.2.4 Relación con clientes.....	117
4.2.5 Fuentes de ingreso.....	117
4.2.6 Recursos clave	118
4.2.7 Actividades clave.....	118
4.2.8 Socios clave.....	119
4.2.9 Estructura de costos.....	120
4.3 Consideraciones	120
Referencias bibliográficas	122
Anexos	128

Listado de figuras

Figura 1. Uso de SPA en la población universitaria de Colombia 2016	26
Figura 2. Árbol de problemas	29
Figura 3. Planteamiento metodológico	33
Figura 4. Heroína vendida por farmacéutica Bayer durante el período comprendido entre 1898 y 1913.....	39
Figura 5. SPA incluidas en la Convención Única sobre Estupefacentes de 1961	41
Figura 6. SPA incluidas en el Convenio sobre Sustancias Sicotrópicas de 1971	42
Figura 7. SPA incluidas en la Convención Contra el Tráfico Ilícito de Estupefacentes y Sustancias Sicotrópicas de 1988.....	43
Figura 8. Prevalencia del consumo de drogas 2009-2013.....	44
Figura 9. Banner de la línea antinarcoáticos.....	45
Figura 10. Consumo de marihuana en espacio público	46
Figura 11. Marihuana.....	50
Figura 12. Escudo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca ..	59
Figura 13. Vuélvete adicto a la vida	60
Figura 14. Stand informativo y punto de hidratación de Échele cabeza	63
Figura 15. Festival de Cortos Psicoactivos 2019	65
Figura 16. Banner de inicio de vídeos de Lugo y las drogas	67
Figura 17. Línea del Tiempo.....	68

Figura 18. Matriz segmento de mercado.....	71
Figura 19. Árbol de objetivos.....	74
Figura 20. Entrevista cualitativa.....	80
Figura 21. Brief.....	83
Figura 22. Esquema básico.....	84
Figura 23. Esquema básico.....	85
Figura 24. Esquema básico.....	85
Figura 25. Esquema básico.....	86
Figura 26. Prototipo de media fidelidad.....	87
Figura 27. Prototipo de media fidelidad.....	88
Figura 28. Prototipo de media fidelidad.....	88
Figura 29. Primer testeo.....	90
Figura 30. Primer testeo.....	91
Figura 31. Primer testeo.....	92
Figura 32. Segundo testeo.....	94
Figura 33. Segundo testeo.....	95
Figura 34. Tercer testeo.....	98
Figura 35. Logo “Sin consumirte”.....	102
Figura 36. Cuarto testeo.....	103
Figura 37. Cuarto testeo.....	103
Figura 38. Cuarto testeo.....	104

Listado de tablas

Tabla 1. Marco conceptual	52
Tabla 2. Marco legal	60
Tabla 3. Requerimientos y determinantes de diseño	75
Tabla 4. Aspectos morfológicos	106
Tabla 5. Aspectos técnicos, funcionales y estéticos	107

Listado de anexos

Anexo 1. CV_Camilo Gómez.....	128
Anexo 2. CV_Juan Bonilla	128
Anexo 3. Mapa de actores.....	79
Anexo 4. Entrevista cualitativa.....	79
Anexo 5. Mapa de empatías.....	81
Anexo 6. Model sheet	82
Anexo 7. Esquema básico	83
Anexo 8. Prototipo de media fidelidad.....	87
Anexo 9. Segundo testeo_Journey map.....	93
Anexo 10. Segundo testeo_Audios	95
Anexo 11. Tercer testeo_Audios	98
Anexo 12. Cuarto testeo_Audios	104
Anexo 13. Estrategia de mercado	114

Sin consumirte

Sin consumirte

Capítulo 1. Formulación del proyecto

1.1 Introducción

Anslinger y Oursler (1961) afirman que, en el año 1930, Harry Anslinger –el comisionado del *Federal Bureau of Narcotics* (FBN) de Estados Unidos–, como una manera de asegurar el presupuesto de la agencia, decidió incluir la marihuana en su lista de sustancias peligrosas, hasta que en 1937 el Congreso Estadounidense prohibió la marihuana en el país.

Con esto se dio inicio a los más de 80 años durante los cuales se ha abordado la problemática del consumo de sustancias psicoactivas (SPA) desde el ángulo de la prohibición, dando origen a distintos métodos y programas por parte de los gobiernos con este mismo enfoque, como lo fue *Drug Abuse Resistance Education* (DARE). Al respecto, Lynam *et al.* (1999) aseguran que no se logra evidenciar una reducción en el consumo de distintas SPA y que, si no hay evidencia de reducción, no hay efectividad.

“Sin consumirte” nace como una iniciativa que pretende contribuir en la reducción de riesgos y daños del consumo de SPA en la población estudiantil de universidades públicas de Bogotá D.C. Al abordar esta problemática desde una perspectiva diferente se espera informar adecuadamente sobre los riesgos, daños y efectos que conlleva el consumo de SPA contemplando aspectos como lo son las consecuencias legales, sociales y en la salud, teniendo en cuenta el desarrollo que esta tiene en el contexto colombiano.

En consideración de los obstáculos que esta temática aborda, “Sin consumirte” utiliza una metodología de investigación basada en los pasos de la metodología proyectual del libro *¿Cómo nacen los*

objetos? de Munari (1983), la cual plantea las problemáticas como un proceso segmentado en fases, las cuales se enfocan en identificar el problema y los factores que lo causan, y proponer una solución a este.

1.2 Justificación

Según la UNODC (2017), el Tercer Estudio Epidemiológico Andino sobre Consumo de Drogas en la Población Universitaria de Colombia 2016 logró determinar que alrededor del 40% de esta población ha usado alguna SPA, siendo la marihuana la más consumida. De esta manera, contrastando esta información con el 3.7.1 *Primer testeo*, se decide tomar como estudio de caso el consumo de marihuana.

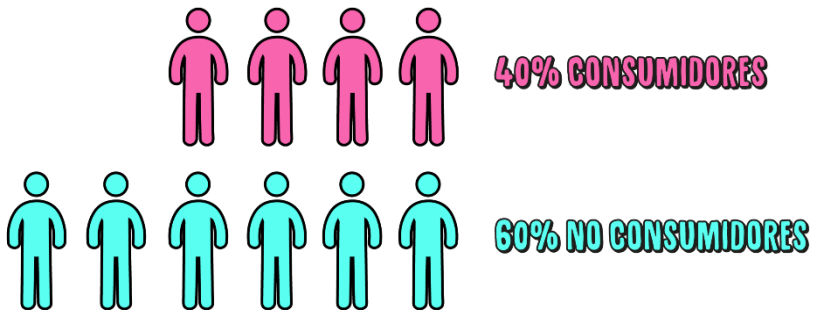


Figura 1. Uso de SPA en la población universitaria de Colombia 2016

Fuente: Elaboración propia con base en UNODC (2017)

Partiendo de esto, la iniciativa “Sin consumirte” contribuye a la reducción de riesgos y daños ocasionados por el consumo de estas

sustancias en estudiantes de pregrado de universidades públicas de Bogotá D.C., tomando como estudio de caso el consumo de marihuana en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca debido a que, como se menciona en el apartado 2.1.4 *Marco institucional*, esta institución cuenta únicamente con charlas y talleres enfocados en el consumo de alcohol.

Para el desarrollo de la iniciativa, partiendo de que el estudio de sustancias psicoactivas realizado por la UNODC (2016) comprueba que el rango de edad en el que se presenta mayor consumo de SPA se presenta en entre 18 a 25 años, se toma como usuario principal a estudiantes de pregrado potenciales consumidores de SPA (Ver definición en la *Tabla 1*) de universidades públicas de Bogotá D.C.

Se tiene en cuenta la poca efectividad que han logrado los métodos y programas del Estado enfocados en la prohibición y penalización de consumo de SPA, pues el estudio de sustancias psicoactivas realizado por la UNODC (2016) determinó que el consumo de las sustancias allí analizadas aumentó entre los años 2009 y 2016. Por su parte, el International Narcotics Control Board (INCB, s.f.; citado por van Swaaningen y Zaitch, 1999, p. 48) “reconocía en 1991 que Holanda es uno de los pocos países de Europa donde continúa disminuyendo el número de muertes relacionadas con droga”, siendo uno de los principales países que han optado por abordar esta problemática desde otras perspectivas. Ante este panorama, se hace evidente la necesidad de replantear el actual enfoque colombiano de cero tolerancia frente al consumo de SPA y

generar nuevas estrategias que contribuyan en la reducción de riesgos y daños de dicha práctica.

A partir de lo ya mencionado, la iniciativa “Sin consumirte” reconoce el consumo de SPA como un problema de salud pública, tomando la adicción y el consumo problemático de cualquier sustancia como una enfermedad, y siendo diferente del consumo no problemático (Ver *Tabla 1*). Al mismo tiempo, la iniciativa toma una posición neutral frente al consumo de SPA, sin estar a favor o en contra de este, con el fin de evitar incentivar o estigmatizar dicha práctica y a la vez transmitir información verídica y sin sesgos.

1.3 Definición del problema

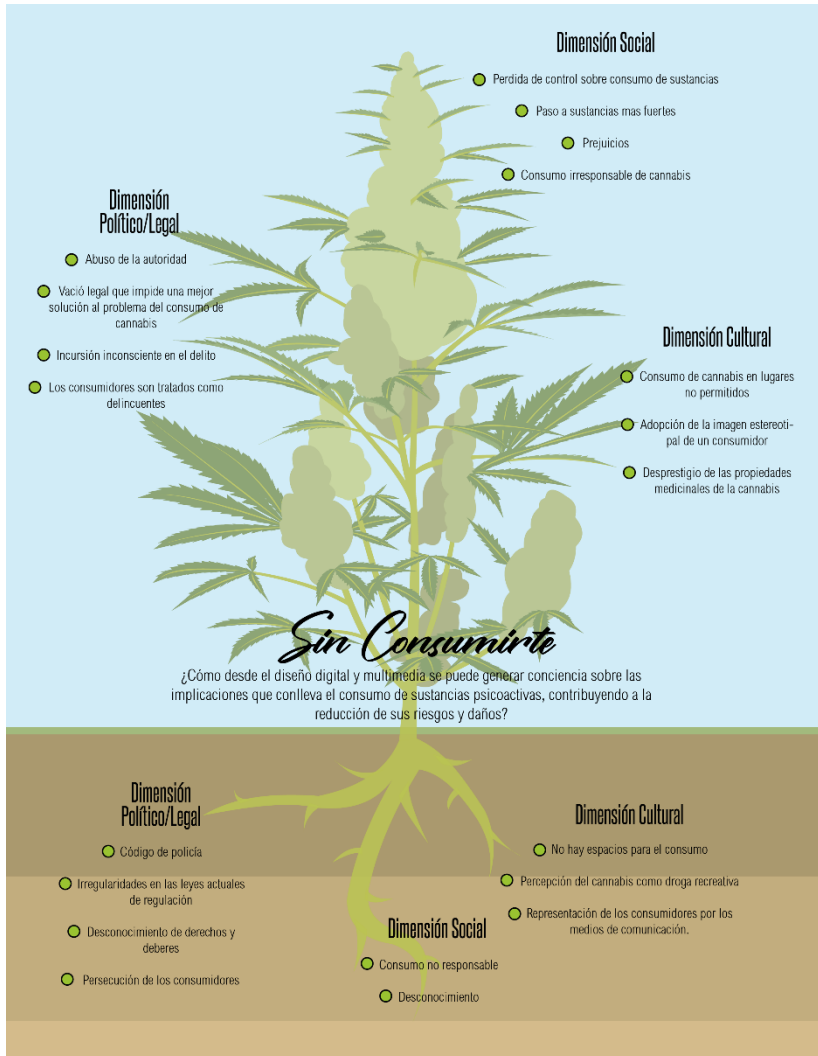


Figura 2. Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

A partir de la pregunta de investigación “¿Cómo desde el diseño digital y multimedia contribuir a la reducción de riesgos y daños generados por el consumo de SPA, dando a conocer la información adecuada sobre los riesgos, daños y efectos que conlleva dicha práctica?”, la iniciativa “Sin consumirte” desglosa la problemática en tres dimensiones (político/legal, social y cultural), ayudando a comprender algunos de los elementos que componen esta situación en el contexto colombiano actual.

Con base en los elementos que se encuentran en las distintas dimensiones y al realizar un paralelo con las políticas actuales referentes al consumo de SPA, la iniciativa “Sin consumirte” aborda esta problemática desde otra perspectiva, con la intención de brindar resultados diferentes a los obtenidos por los métodos y programas enfocados en la prohibición y penalización (Ver apartados 2.1.1.1 *Prohibición y penalización de SPA* y 2.1.1.2 *Otras perspectivas*).

1.4 Hipótesis de la investigación

En este apartado se presentarán las hipótesis del proyecto (una explicativa y una propositiva).

1.4.1 Hipótesis explicativa

Los estudiantes potenciales consumidores de SPA se exponen a los

Sin consumirte

riesgos y daños ocasionados por esta práctica debido a que la información disponible al respecto no se transmite de forma pertinente y/o a que existe falta de precisión en las fuentes disponibles.

1.4.2 Hipótesis propositiva

Aprovechando la accesibilidad y alcance de los medios digitales, es posible transmitir la información pertinente acerca de las implicaciones del consumo de SPA a estudiantes potenciales consumidores de dichas sustancias, contribuyendo a la reducción de riesgos y daños ocasionados por esta práctica.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Diseñar una herramienta digital que informe sobre los riesgos, daños, efectos y aspectos legales del consumo de SPA, en estudiantes potenciales consumidores de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, con el fin de contribuir a la reducción de riesgos y daños.

1.5.2 Objetivos específicos

- Identificar los riesgos, daños y efectos que produce el consumo de SPA, para transmitir un conocimiento de fuentes

confiables y evitar el uso de supuestos.

- Evidenciar los conocimientos previos que tienen los potenciales consumidores acerca de las implicaciones que conlleva el consumo de SPA.
- Comprender los factores principales que conducen, tanto a consumidores frecuentes como a potenciales consumidores, a realizar un consumo problemático de SPA.
- Diseñar una herramienta que permita transmitir información pertinente a estudiantes de pregrado potenciales consumidores de SPA de universidades públicas de Bogotá D.C., sobre los riesgos, daños y efectos que conlleva realizar consumo de estas sustancias, contemplando consecuencias legales, sociales y en su salud.
- Determinar los cambios generados en las actitudes referentes al consumo de SPA en el estudiante de pregrado potencial consumidor de universidad pública de Bogotá D.C., luego de la aplicación de la herramienta.

1.6 Planteamiento metodológico

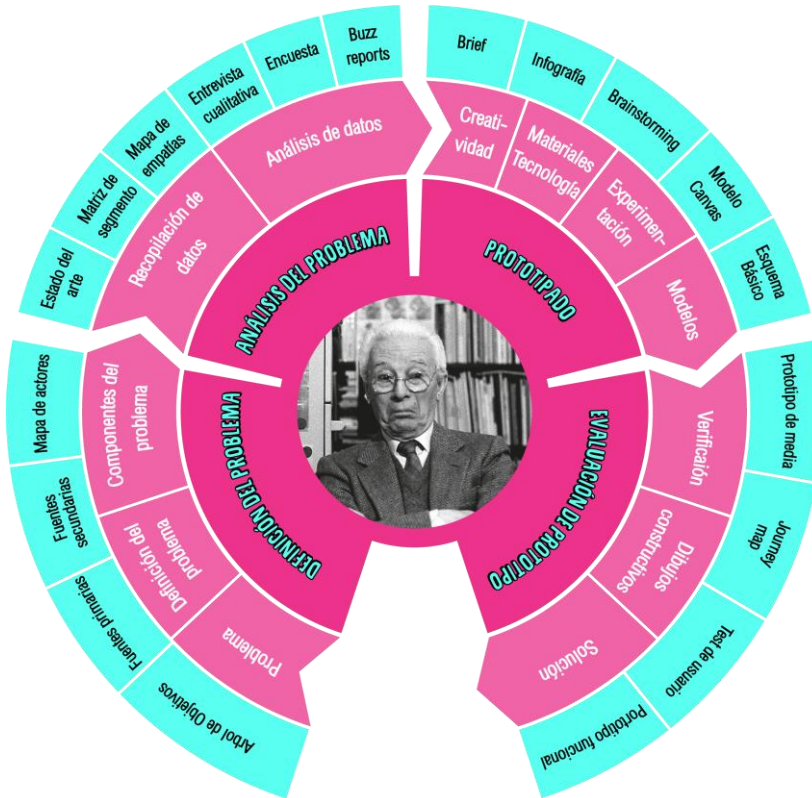


Figura 3. Planteamiento metodológico

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo de la iniciativa “Sin consumirte”, se hace uso de los pasos de la Metodología Proyectual planteada por Munari (1983) con miras a la resolución de problemas de forma sistemática. Como se

representa en la *Figura 3*, se considera pertinente hacer uso de las siguientes herramientas de investigación:

- Árbol de Objetivos.
- Fuentes primarias.
- Fuentes secundarias.
- Mapa de actores.
- Estado del arte.
- Matriz de segmento de mercado.
- Mapa de empatías.
- Entrevista cualitativa.
- Encuesta.
- *Buzz reports*.
- *Brief*.
- Infografía.
- *Brainstorming*.
- Modelo *Canvas*.
- Esquema básico.
- Prototipo de media fidelidad.
- Test usuario.
- *Journey map*.
- Prototipo funcional.

Estas herramientas se disponen para cada etapa de la metodología; sin embargo, pueden ser usadas en cada uno de los pasos ya mencionados.

1.7 Alcances y limitaciones

Teniendo en cuenta el objetivo de la iniciativa “Sin consumirte”, el alcance a mediano plazo se limita a llegar a los estudiantes de pregrado de universidades públicas de Bogotá D.C., aclarando que, a largo plazo, esta iniciativa posee el potencial de ser un recurso consultable en futuras investigaciones realizadas referentes al tema de consumo de SPA.

En cuanto a las limitaciones de la iniciativa, “Sin consumirte” toma una posición neutral frente a la problemática y se dedica exclusivamente a informar sin sesgos los riesgos, daños y efectos que conlleva el consumo de SPA a potenciales consumidores de estas sustancias, con el objetivo de que estén informados de forma pertinente al momento de decidir si hacer uso o no de SPA, contribuyendo a la reducción de riesgos y daños que esto conlleva.

Lo ya mencionado no limita al usuario sobre el cual la iniciativa puede generar impacto. En este sentido, los estudiantes de pregrado que ya se identifican como consumidores de SPA son una población que no se debe dejar de lado dentro de la comunidad universitaria, y sobre la cual se puede contribuir de igual forma en la reducción de riesgos y daños que genera el realizar esta práctica. Lo anterior, hace referencia a los planteamientos de Souza y Machado (2010), quienes señalan que el uso de estrategias de gestión de consumo, como lo son el control de regularidad del consumo de SPA y sus tipos, puede ser importante para potenciar los resultados en programas de reducción de daños.

Además de lo ya mencionado, “Sin consumirte” toma como

estudio de caso el consumo de marihuana en estudiantes de pregrado potenciales consumidores de SPA, sin embargo, esta iniciativa es planteada como una marca paraguas (Ver *Tabla 1*) de modo que pueda ser aplicada con otras SPA y en otras universidades.

Entre los posibles obstáculos para la iniciativa se contemplan aspectos como lo son la disposición de los usuarios a participar debido a los tabús que se puedan generar dentro de la misma comunidad universitaria con respecto al consumo de SPA. A parte de este aspecto, se contemplan los posibles cambios en la normativa colombiana referentes al consumo de SPA, para que de esta manera “Sin consumirte” siempre se encuentre dentro del marco legal.

Sin consumirte

Capítulo 2. Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

En los siguientes apartados se expondrán y analizarán los diferentes aspectos del marco referencial con respecto al proyecto.

2.1.1 Marco teórico contextual

2.1.1.1 Prohibición y penalización de SPA

En el año 1912, la Convención Internacional del Opio es firmada por 13 países que conformaron la Comisión Internacional del Opio, entre los cuales se encontraban Estados Unidos, Rusia, China y Reino Unido. Thoumi (2009) dice que, esta convención reguló la venta y comercialización del opio restringiendo su adquisición únicamente a doctores y farmacéuticas, con la intención de prevenir la venta y comercialización de sustancias como la morfina, el opio y la cocaína. De esta manera se marcó un precedente y comenzaron a darse los primeros pasos encaminados a la prohibición y penalización del consumo de SPA.

Sin consumirte



Figura 4. Heroína vendida por farmacéutica Bayer durante el período comprendido entre 1898 y 1913.

Fuente: Recuperado de <https://multimedia.elsevier.es/>

Según Anslinger y Oursler (1961) el consumo de marihuana pasó por debajo del radar legal hasta que, en 1930, Harry Anslinger, el comisionado del FBN de Estados Unidos como una manera de asegurar el presupuesto de la agencia, decidió incluir esta sustancia en su lista de sustancias peligrosas, derivando en 1937 a que el Congreso Estadounidense prohibiera la marihuana en el país.

Un año más tarde, durante 1931, se firmó la Convención para Limitar la Manufactura y Regular la Distribución de Drogas Narcóticas en la cual, según Thoumi (2009), se pactaba que los diferentes países

realizaran un reporte en el que se estipulaban los detalles de cultivos de coca y amapola, con el fin de limitar la producción de narcóticos como la cocaína y derivados del opio. Luego, en 1948, se firmó en Francia un protocolo que incluyó en esta misma convención un nuevo grupo de drogas sintéticas.

Fue hasta el año 1961 que se impuso la Convención Única sobre Estupefacientes, la cual, según Armenta y Jelsma (2015), trata principalmente sustancias como el opio y sus derivados, coca, cocaína, marihuana y las ya incluidas en la Convención para Limitar la Manufactura y Regular la Distribución de Drogas Narcóticas, negando cualquier posible uso que no fuera estrictamente con fines médicos y/o científicos, unificando y descartando los tratados que se habían creado hasta la fecha. Thoumi (2009) asegura que “esta limitación tiene efectos importantes, pues no permite diferenciar entre drogas blandas y duras, y oscurece la diferencia entre usuarios y adictos, en la medida en que no pueden existir usuarios sino solo abusadores de drogas ilegales” (p. 47).

Convención Única sobre Estupefacientes de 1961

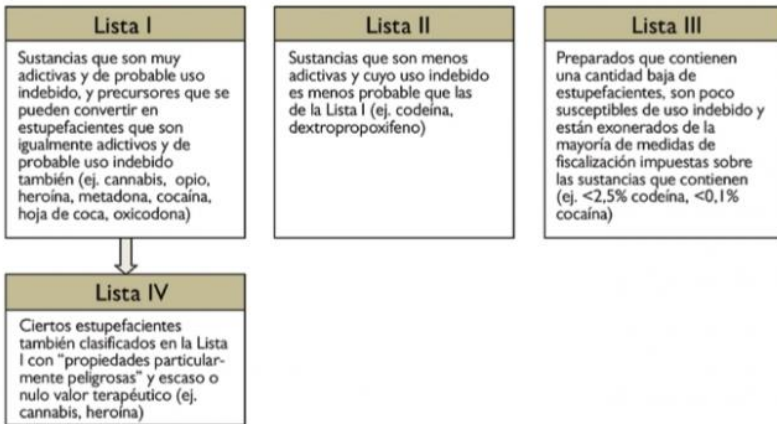


Figura 5. SPA incluidas en la Convención Única sobre Estupefacientes de 1961

Fuente: Recuperado de <https://www.tni.org/>

Diez años más tarde, durante 1971, surgió la Convención de Drogas Sicotrópicas como “una reacción al aumento del consumo experimental y recreativo de muchas drogas sintéticas durante los años 60” (Thoumi, 2009, p. 48). En dicha convención se establecieron las medidas que se deberían tomar ante las sustancias allí tratadas con respecto a su producción, prescripción, comercialización y consumo. Durante este mismo año, se dio el golpe a nivel mundial con la “guerra contra las drogas” impulsada por el entonces presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon.

Convenio sobre Sustancias Sicotrópicas de 1971

Lista I	Lista II	Lista III	Lista IV
Estupefacientes que presentan un alto riesgo de uso indebido y que constituyen una amenaza especialmente grave para la salud pública, con escaso o nulo valor terapéutico (ej. LSD, MDMA, catinona)	Estupefacientes que presentan un riesgo de uso indebido y que constituyen una amenaza grave para la salud pública, con un valor terapéutico de bajo a moderado (ej. dronabinol, anfetaminas)	Estupefacientes que presentan un riesgo de uso indebido y que constituyen una amenaza grave para la salud pública, con un valor terapéutico de moderado a alto (ej. barbitúricos, buprenorfina)	Estupefacientes que presentan un riesgo de uso indebido y que constituyen una amenaza menor para la salud pública, con un alto valor terapéutico (ej. tranquilizantes, incluido el diazepam)

Figura 6. SPA incluidas en el Convenio sobre Sustancias Sicotrópicas de 1971

Fuente: Recuperado de <https://www.tni.org/>

Fueron los recursos y la presión generada por el gobierno de los Estados Unidos que, en el año 1988, se dio origen a la Convención contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Drogas Sicotrópicas, la cual surge como una medida contra el creciente mercado ilícito de SPA dirigido por grupos delictivos.

El tratado obligó a los países a imponer sanciones penales para combatir todos los aspectos de la producción ilícita, posesión y tráfico de drogas, disponiendo medidas especiales contra el cultivo, la producción, la posesión y el tráfico ilícito de sustancias psicoactivas, y la desviación de precursores químicos, así como a un acuerdo sobre colaboración jurídica que incluyó la extradición. (Armenta y Jelsma, 2015, párr. 19)

Convención contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas de 1988

Tabla I	Tabla II
<p>Precusores de sustancias sicotrópicas, como efedrina, piperonal, safrol, ácido fenilacético, ácido lisérgico y algunos reactivos clave usados para la conversión de morfina en heroína, así como el permanganato potásico, usado en la extracción de cocaína</p>	<p>Una amplia gama de reactivos y disolventes que se pueden usar en la producción ilícita de estupefacientes y sustancias sicotrópicas, pero también tienen usos industriales lícitos extendidos, como acetona, éter etílico, tolueno y ácido sulfúrico</p>

Figura 7. SPA incluidas en la Convención Contra el Tráfico Ilícito de Estupefacientes y Sustancias Sicotrópicas de 1988

Fuente. Recuperado de <https://www.tni.org/>

Finalmente, luego de más de 80 años en busca de tratar la problemática del consumo de SPA tomando una postura desde la perspectiva de la prohibición y penalización, en la actualidad se hace evidente la poca eficiencia de los métodos y programas tomados por distintos países con este mismo enfoque. Lo anterior, puesto que la UNODC (2018) afirma que, con el Informe Mundial de Drogas 2018, se logró determinar que a nivel mundial las muertes directas por consumo de SPA aumentaron un 60% entre los años 2000 y 2015, mientras que la marihuana fue la sustancia más consumida entre los años 2006 y 2016 con un aumento del 16% de consumidores a nivel mundial.

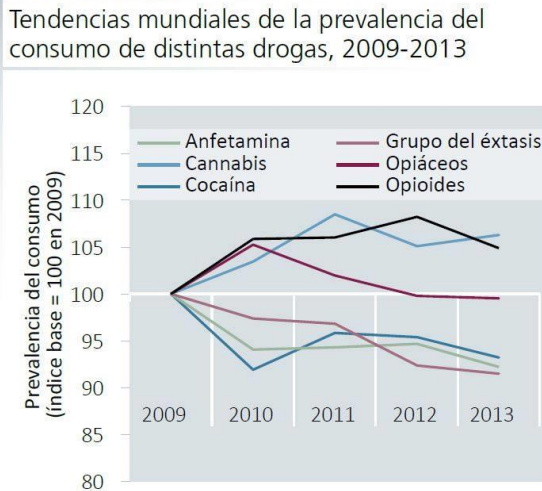


Figura 8. Prevalencia del consumo de drogas 2009-2013

Fuente: UNODC (2015). Recuperado de https://www.unodc.org/documents/wdr2015/WDR15_ExSum_S.pdf

- Prohibición y penalización en Colombia 2019

El contexto colombiano, bajo el gobierno del actual presidente Iván Duque Márquez, implementó el Decreto 1844 del 1 de octubre de 2018, a través del cual el Ministerio de Defensa Nacional (2018) otorgó facultades al Código Nacional de Policía y Convivencia en temas de prohibición y respuesta ante la posesión, distribución y comercialización de SPA.

La implementación de dicho decreto representa un cambio radical frente a las políticas partidarias de la despenalización que se tomaron durante el gobierno del expresidente Juan Manuel Santos,

Sin consumirte

en el que bajo la Ley 1787 de 2016 el Congreso de Colombia (2016) permite otorgar permisos por parte del gobierno para el cultivo de marihuana con fines medicinales, retomando los más de 80 años de políticas con enfoque de prohibición y penalización.



Figura 9. Banner de la línea antinarcoóticos

Fuente: Página de inicio de red WiFi de TransMilenio

Sin embargo, para el mes de mayo de 2019 se comienza a presentar un nuevo panorama frente al consumo de SPA, pues según Redacción Política (22 de mayo de 2019), un grupo de congresistas de distintos partidos se propone dar un cambio total en las políticas que el país ha venido trabajando frente a la problemática, con una nueva propuesta de regulación. Dicha propuesta está conformada por puntos clave como lo es la legalización del uso recreativo de

marihuana.

Por otra parte, Redacción Judicial (6 de junio de 2019) afirma que, para la primera semana de junio del mismo año, la Corte Constitucional deroga el Decreto 1844 de 2018, con lo cual se autoriza nuevamente el porte de la dosis mínima y se permite su consumo en espacio público. Uno de los argumentos bajo el cual se toma dicha decisión es que este decreto viola derechos fundamentales como el libre desarrollo de la personalidad. A pesar de esto, el presidente Iván Duque se opone a este fallo afirmando que su gobierno continuará con los lineamientos establecidos con el Decreto 1844 de 2018.



Figura 10. Consumo de marihuana en espacio público

Fuente: Elaboración propia

2.1.1.2 Otras perspectivas

Existen gobiernos que han decidido abordar la problemática del consumo de SPA desde otras perspectivas, como han sido Canadá,

Holanda, Uruguay, Reino Unido y algunos estados de Estados Unidos, entre otros. Allí se han implementado diferentes políticas enfocadas en la reducción de riesgos y daños.

Este tipo de medidas incluyen (...), la distribución y el cambio de agujas y jeringas para adictos a la heroína; el análisis químico de las drogas que el adicto lleve a centros de salud con el fin de prevenir sobredosis o intoxicación; el uso de la metadona para reemplazar la heroína; la provisión de centros de inyección limpios y dignos; la venta de un cigarrillo de marihuana en cafés (...). (Thoumi, 2009, p. 51)

En cuanto al contexto latinoamericano actual, Uruguay hace parte de la lista de países que ha optado por abordar la problemática del consumo de SPA desde otras perspectivas. Pettitt-Schiever (2012) afirma que desde el año 2005 con la implementación de políticas enfocadas en la reducción del consumo de tabaco, por parte del gobierno, como lo fue la prohibición de su consumo en espacios públicos, prohibición de las publicidades, aumento de los impuestos e implementando las marcas graficas más grandes del mundo, se logró una reducción en el consumo de tabaco por parte de los adolescentes.

Bugarin (2010) afirma que, desde la despenalización de la marihuana junto a la implementación de nuevas estrategias en Holanda, se hizo evidente que el porcentaje de consumo se hizo menor frente a otros países como Francia y España, esto demuestra

el impacto que se puede lograr al adoptar distintas perspectivas frente al consumo de SPA.

Con lo ya mencionado, se logra evidenciar cómo enfoques distintos a la penalización y prohibición del consumo de SPA logran generar un mayor impacto en población consumidora y no consumidora, que se encuentra o no relacionada directamente con la problemática, y a la vez contribuyen en la reducción de riesgos y daños generados por esta práctica.

2.1.2 Marco teórico disciplinar

2.1.2.1 Aprendizaje significativo

En cuanto al desarrollo de la iniciativa “Sin consumirte”, se aborda el aprendizaje significativo planteado por Ausubel (1983), el cual afirma que el aprendizaje del alumno depende de la estructura de cognitiva previa que se relaciona con la nueva información; al mismo tiempo plantea que para poder llegar a un alumno es necesario conocer cuáles son sus conocimientos previos, al igual que los conceptos y las proposiciones que maneja con anterioridad.

Este tipo de aprendizaje parte de que todo conocimiento a enseñar debe estar vinculado con los saberes preexistentes del alumno, es decir, para que este pueda asimilar de manera pregnante un conocimiento debe enseñarse relacionándolo con los conocimientos y conceptos ya existentes, así la nueva información se integra a dichos saberes.

Al entrar en detalle en el desarrollo de la iniciativa, se decide abordar al aprendizaje significativo desde el aprendizaje combinatorio el cual, según Ausubel (1983, p. 8), “se relaciona de manera general con aspectos relevantes de la estructura cognoscitiva. Es como si la nueva información fuera potencialmente significativa con toda la estructura cognoscitiva”. Esto permite partir de que los conocimientos preexistentes de los potenciales consumidores de SPA pueden ser vinculados a la nueva información, y en caso de no poseer dichos conocimientos, se procede a informar los necesarios para el caso en cuestión.

2.1.2.2 Crossmedia

El término *crossmedia* es definido como “experiencias interactivas y atractivas que viajan a través y entre los medios” (Davidson, 2011, p. 269); además de esto, Jenkins (2003; citado por Guerrero-Pico y Scolari, 2016, p. 186) afirma que “exige al usuario recorrer todas las piezas textuales para comprender la totalidad del relato”. De esta manera podemos decir que, en términos de narrativa, una *crossmedia* permite desarrollar una historia o información haciendo uso de diversos medios como lo son televisión, cine, plataforma web, comic, entre otros, teniendo en cuenta que “cada uno de ellos aportará información para la construcción de un relato unitario” (Piñeiro y Costa, 2013, p. 927).

En cuanto a la iniciativa “Sin consumirte”, se aplica el término debido a que la información que se transmite en el audiovisual es

Sin consumirte

desarrollada a profundidad en los demás recursos que conforman la *crossmedia* propuesta, como por ejemplo las cartillas informativas.

2.1.2.3 La marihuana y su consumo

La marihuana es una SPA de origen natural que, según el Missouri Botanical Garden (s.f.), hace parte de la familia *Cannabaceae* que comprende entre otros géneros al del *Cannabis L.* a la vez, la marihuana se divide en tres subespecies:

- *Cannabis indica*
- *Cannabis sativa*
- *Cannabis ruderalis*

Mientras el *cannabis indica* y el *cannabis sativa* son los más comunes, el *cannabis ruderalis* es una subespecie relativamente nueva, sobre la cual se debate si es o no un derivado de la sativa.



Figura 11. Marihuana

Fuente: Elaboración propia

Onaivi, Sugiura y Di Marzo (2005) afirman que la marihuana posee efectos tanto psicoactivos como fisiológicos, los cuales se producen debido a la reacción del *Tetrahydrocannabinol* (THC) con los receptores en el sistema *endocannabinoide*.

Según Échele cabeza (2018a), los efectos más comunes producidos por el consumo de marihuana comprenden euforia, relajamiento, aumento del ritmo cardiaco, enrojecimiento de ojos, aumento de apetito y deshidratación - resequedad en boca; además de los ya mencionados, están los efectos no deseados que pueden manifestarse durante o inmediatamente después del consumo como lo son el sentimiento de embriaguez, ansiedad, pérdida de concentración, disminución de memoria y atención, taquicardia y náuseas. Sin embargo, dichos efectos pueden variar dependiendo de la subespecie que se consuma.

Debido a que los riesgos del consumo de marihuana a corto plazo contemplan principalmente los efectos no deseados ya mencionados, se suele percibir esta SPA como segura, lo que genera el aumento de consumo entre menores de edad. Braulio y Bueno (2013) afirman que dicha exposición a la sustancia a temprana edad incrementa los riesgos y daños a largo plazo, como lo son el deterioro en la memoria a corto plazo y las habilidades para el aprendizaje del individuo, esto debido a que el THC altera la manera en la que la información es procesada por el hipocampo.

2.1.3 Marco conceptual

Tabla 1. Marco conceptual

<p>Sustancia Psicoactiva</p> <p>(Universidad del Rosario, s.f.)</p>	<p>“Son sustancias de origen natural o sintético, que tienen la capacidad de generar un efecto directo sobre el sistema nervioso, ocasionando cambios en la actividad psíquica, emocional y en el funcionamiento del individuo; siendo capaces de afectar los procesos mentales y el comportamiento, inhibir el dolor, modificar el estado anímico o alterar la forma como percibimos el entorno”.</p>
<p>Reducción</p> <p>(Doniger, 1999)</p>	<p>“Proceso por el cual un objeto, propiedad, concepto, teoría, etc., es depuesto en favor de otro. Este concepto se basa en el concepto filosófico del reduccionismo” (p. 911).</p>
<p>Riesgos</p> <p>(Oficinas de las Naciones Unidas para la reducción de Riesgos y Desastres, 2004)</p>	<p>“Es la posibilidad de que una amenaza se convierta en un desastre. (...) los riesgos pueden reducirse o manejarse” (párr. 1).</p>

Daños (Enciclopedia Jurídica, 2014)	Perjuicios causados “a una persona o cosa como consecuencia de un evento determinado”.
Consumidor potencial (Pérez y Gardey, 2014)	“podría convertirse en comprador, consumidor o usuario de un producto o servicio determinado”. Definición de cliente potencial, tomada y reinterpretada para un consumidor potencial. A esto se le agrega, desde la iniciativa, que un potencial consumidor también puede ser aquella persona que no ha hecho uso de SPA o se ha limitado a realizar un consumo experimental, y que frecuenta grupos sociales o entornos en los que se consumen dichas sustancias.
Consumidor (Organización Mundial de la Salud, 1994)	“Es aquella persona que se autoadministra una o varias SPA, en un patrón de consumo que excede el estándar de consumo moderado o social” (p. 25).

<p>Adicto</p> <p>(Organización Mundial de la Salud, 1994)</p>	<p>“Persona que, por necesidad física o psicológica consume una o varias SPA. Los adictos suelen presentar una fuerte atracción por el consumo ya sea por desarrollar un gusto crónico por los efectos que genera el consumo de determinada SPA o porque el consumo prolongado de esta a generado una dependencia física en el organismo” (p. 13).</p>
<p>Adicción</p> <p>(Organización Mundial de la Salud, 1994)</p>	<p>“Consumo repetido de una o varias sustancias psicoactivas, hasta el punto de que el consumidor (denominado adicto) se intoxica periódicamente o de forma continua, muestra un deseo compulsivo de consumir la sustancia (o las sustancias) preferida, tiene una enorme dificultad para interrumpir voluntariamente o modificar el consumo de la sustancia y se muestra decidido a obtener sustancias psicoactivas por cualquier medio” (p. 13).</p>
<p>Consumo problemático</p>	<p>“Patrón de consumo que provoca problemas, ya sean individuales o colectivos, de salud o sociales” (p. 27).</p>

<p>(Organización Mundial de la Salud, 1994)</p>	<p>A esto se añaden aspectos como cantidades consumidas, daños en la salud, afectación al entorno, entre otros, comprendidos en los términos de consumo riesgoso, perjudicial, abusivo y adicción.</p>
<p>Consumo riesgoso</p> <p>(Organización Mundial de la Salud, 1994)</p>	<p>“Patrón de consumo de sustancias que eleva el riesgo de sufrir consecuencias nocivas para el consumidor. (...) el consumo de riesgo se refiere a modelos de consumo que tienen importancia para la salud pública, pese a que el consumidor individual no presenta ningún trastorno actual” (p. 26).</p>
<p>Consumo perjudicial</p> <p>(Organización Mundial de la Salud, 1994)</p>	<p>“Patrón de consumo de una sustancia psicoactiva que causa daño a la salud. El daño puede ser físico (p. ej., hepatitis por inyección de drogas) o mental (p. ej., episodios depresivos secundarios a una ingestión masiva de alcohol)” (pp. 26-27).</p>
<p>Consumo abusivo</p>	<p>“Patrón de consumo que excede un estándar de consumo moderado” (p. 25).</p>

<p>(Organización Mundial de la Salud, 1994)</p>	
<p>Consumo no problemático (Souza y Machado, 2010)</p>	<p>Consumidores que “tienen conciencia de los potenciales daños de las drogas pero, ponderando sus riesgos y beneficios, optan por utilizarlas. Lo hacen, todavía, adoptando algunos cuidados de gestión de los consumos, de modo que se reduzcan potenciales daños. (...) Los consumidores «no problemáticos» utilizan una multiplicidad de estrategias de gestión de los consumos, como el control de su regularidad, de los locales y tipos de drogas usadas” (párr. 7).</p> <p>El término, desde “Sin consumirte”, también abarca los tipos de consumo controlado, moderado y experimental.</p>
<p>Consumo controlado</p>	<p>“(...) expresa un consumo regular y no compulsivo de la sustancia que no afecta a la función cotidiana, así como a los métodos de consumo que reducen al</p>

(Organización Mundial de la Salud, 1994)	mínimo los efectos adversos de las drogas” (p. 26).
Consumo moderado (Organización Mundial de la Salud, 1994)	“Denota un consumo de cantidades moderadas que no causa problemas. A veces, esta expresión se compara también con “consumo de riesgo bajo” (p. 26).
Consumo Experimental (Organización Mundial de la Salud, 1994)	“En general, las primeras veces que se consume una droga determinada (a veces incluye el tabaco o el alcohol). El término se refiere en ocasiones a un consumo extremadamente infrecuente o inconstante” (p. 26).
Marca Paraguas (García, Sanmartín, Pérez y Fernández, 1999)	“Consiste en el lanzamiento de nuevos productos bajo una única denominación de marca, con el fin de aprovechar un activo fundamental de la empresa: la marca” (p. 168).

Fuente: Elaboración propia con base en Souza y Machado (2010); Doniger (1999); Enciclopedia jurídica (2014); García, Sanmartín, Pérez y Fernández (1999); Oficinas de las Naciones Unidas para la reducción de Riesgos y Desastres (2004); Organización Mundial de

Sin consumirte

la Salud (1994); Pérez y Gardey (2014); Universidad del Rosario (s.f.).

2.1.4 Marco institucional

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (2019) es una institución pública de educación superior que:

Creada por la Ley 48 del 17 de diciembre de 1945, con el nombre de Colegio Mayor de Cultura Femenina de Cundinamarca. Mediante la Ley 91 de 1993 cambia el nombre a Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Reconocimiento: Reconocida como UNIVERSIDAD según Resolución 828 del 13 de marzo de 1996 expedida por el Ministerio de Educación Nacional.



Figura 12. Escudo Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Fuente: Recuperado de <http://www.unicolmayor.edu.co/portal/index.php?idcategoria=8905>

Se toma como estudio de caso a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca debido a que esta no cuenta con un programa dirigido a tratar la problemática del consumo de SPA en la comunidad universitaria. Actualmente, según la Esp. Bárbara Mendoza y la Esp. Ana Torres (B. Mendoza y A. Torres, comunicación personal, 25 de abril de 2019), la universidad cuenta únicamente con talleres y charlas enfocadas al consumo de alcohol dirigidas a estudiantes que están en proceso de inducción o que se encuentran

cursando primer semestre.

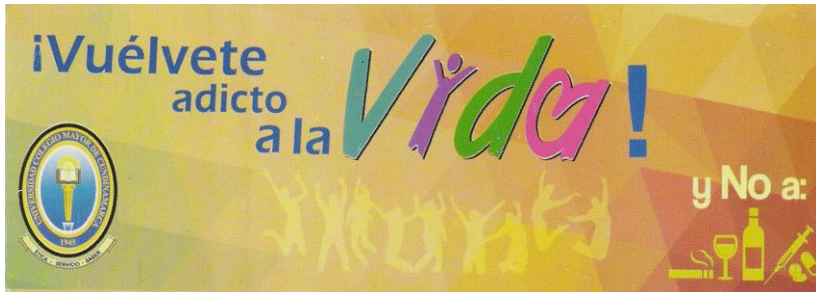


Figura 13. Vuélvete adicto a la vida

Fuente: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (2019)

Teniendo esto en cuenta y que, según la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2017), para el año 2016 alrededor del 40% de la población universitaria de Colombia hizo uso de alguna SPA, se hace evidente la oportunidad de diseño para lograr contribuir en la reducción de riesgos y daños que implica dicha práctica, además de contribuir con el desarrollo de la comunidad unicolmayorista desde un enfoque de proyección social.

2.1.5 Marco legal

Tabla 2. Marco legal

Resolución	Síntesis
------------	----------

Ley 30 de 1986 (Congreso de Colombia, 1986)	“Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Estupefacientes y se dictan otras disposiciones” (p. 1).
Ley 1787 de 2016 (Congreso de la República, 2016)	Por medio de la cual se reglamenta el Acto Legislativo 02 de 2009. La presente ley tiene como objeto crear un marco regulatorio que permita el acceso seguro e informado al uso médico y científico de y sus derivados en el territorio nacional colombiano.
Decreto No. 613 de 2017 (Ministerio de Salud y Protección Social, 2017)	Por el cual se reglamenta la Ley 1787 de 2016 Y se subroga el Título 11 de la Parte 8 del Libro 2 del Decreto 780 de 2016, en relación con el acceso seguro e informado al uso médico y científico de la marihuana.
Decreto 1844 de 01 de octubre de 2018 (Ministerio de Defensa Nacional, 2018)	Por medio del cual se adiciona el capítulo 9 del título 8 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1070 de 2015, "Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de Defensa": para reglamentar parcialmente el Código Nacional de Policía y Convivencia, en lo referente a la prohibición de poseer, tener, entregar, distribuir o comercializar drogas o sustancias prohibidas.

Fuente: Elaboración propia con base en el Decreto No. 613 de 2017, el Decreto 1844 de 1 de octubre de 2018, la Ley 30 de 1986 y la Ley

1787 de 2016.

El contexto colombiano actual se rige por un marco legal, como se puede ver en la *Tabla 1. Marco conceptual*, que da un panorama general sobre el rumbo que han seguido los métodos y estrategias desarrollados por parte del gobierno colombiano.

La Ley 30 de 1986 se alza como la primera ley en dictaminar algún tipo de regulación sobre SPA en Colombia, sirviendo como cimiento para los estatutos de control en los años posteriores.

Con la Ley 1787 de 2016 se puede ver un punto de vista alternativo a la prohibición y penalización de SPA en Colombia, en este caso de la marihuana, marcando como un precedente de los resultados de aplicar otros métodos y estrategias a la problemática del consumo en el país.

Teniendo en cuenta que el acceso a la información pertinente acerca del consumo de SPA, es una de las características fundamentales del proyecto “Sin consumirte”, el Decreto No. 613 de 2017 funge como un pilar de apoyo para la realización del proyecto.

El Decreto 1844 de 01 de octubre de 2018, establecido tras el cambio de administración en la Presidencia de la República, determina unos nuevos lineamientos con respecto al accionar de las autoridades hacia el problema del consumo de SPA, además de determinar en cierta medida los alcances y limitaciones de “Sin consumirte”. Sin embargo, como se menciona en el apartado *2.1.1.1 Prohibición y penalización de SPA*, dicho decreto es derogado por la Corte Constitucional durante el mes de junio, a pesar de esto, el

presidente Iván Duque se opone a este fallo.

2.2 Estado del arte

2.2.1 Échele cabeza

Échele cabeza cuando se dé en la cabeza (2018b) se define a sí mismo como:

Una iniciativa piloto que busca generar y difundir información sobre Sustancias Psicoactivas (SPA) para la reducción de riesgo y mitigación de daño, orientada a promover y fortalecer la capacidad de decisión y respuesta de población joven vulnerable y no vulnerable frente al consumo, así como la generación de prácticas de autocuidado hacia personas usuarias no problemáticas de SPA.



Figura 14. Stand informativo y punto de hidratación de Échele

cabeza

Fuente: Recuperado de <http://www.echelecabeza.com/que-es-echele-cabeza>

Esta iniciativa maneja una estrategia análoga digital, en la cual se difunde información sin sesgos sobre riesgos, daños, efectos y otros aspectos sobre SPA, a través del uso de redes sociales, sitio web, piezas comunicativas, stands informativos, entre otros. Además de esto, también cuentan con estrategias como lo son charlas, talleres, conferencias, análisis de SPA y el Festival de Cortos Psicoactivos (Ver *Figura 15*).

Échele cabeza (2019a) afirma que el Festival de Cortos Psicoactivos “aporta debate e interpretación a la coyuntura que cada vez nos abruma más con el debate de las drogas”, dando lugar a tratar temas relacionados a SPA como lo son prevención del consumo, reducción de riesgos y daños, vulneración de derechos, guerra contra las drogas, entre otros.



Figura 15. Festival de Cortos Psicoactivos 2019

Fuente: Recuperado de <https://www.echelecabeza.com/festivaldecortos/festival-de-cortos-psicoactivos-echele-cabeza-2019/>

En cuanto a resultados, la misma ofrece un informe completo

de las actividades semestrales en el cual se detallan las cifras de análisis de sustancias realizadas durante dicho lapso de tiempo, además de evidenciar los resultados en cuanto a reducción de riesgos y daños por consumo de sustancias adulteradas. En cuanto al informe segundo semestre de 2018, Échele cabeza (2019b) da a conocer resultados referentes a análisis de SPA, alcance y cifras comparativas por años, discriminando los resultados por evento y logrando evidenciar el crecimiento de la iniciativa.

Desde “Sin consumirte”, a través de la experiencia propia en el stand informativo y punto de hidratación de Échele cabeza, se puede evidenciar el impacto que logra tener en espacios en los que se frecuenta el consumo de SPA, recibiendo constantemente usuarios en busca de información sobre distintos tipos de sustancias y, en algunos casos, para el análisis de las mismas. Además de esto, cabe destacar la preparación de los integrantes del equipo del stand, contando con conocimiento confiable y sin sesgos sobre SPA y el contexto colombiano actual.

2.2.2 Lugo y las drogas

Lugo y las Drogas es definido por Infoactivismo (2017) como un video blog educativo, producido por la Fundación Espolea en México, la cual se dedica a crear contenido en YouTube, Facebook e Instagram para informar de manera didáctica los efectos, riesgos y daños del consumo de SPA, utilizando como personaje principal a una marioneta.

Sin consumirte

La iniciativa maneja una estrategia digital con la cual se dedica a crear contenido dirigido tanto a consumidores como a no consumidores que estén en contacto con algún usuario de SPA, procurando transmitir información de forma clara y con un lenguaje sencillo, y evitando cualquier tipo de sesgo.



Figura 16. Banner de inicio de vídeos de Lugo y las drogas

Fuente: Lugo Potamio Canal de YouTube (2014)

El canal en YouTube Lugo Potamio tiene a la fecha 37.000 suscriptores y cuenta con alrededor de 1.192.594 visualizaciones, además de haber logrado reunir dinero de donaciones con el fin de realizar una segunda temporada a través de una exitosa campaña de *crowdfunding*.

2.3 Línea del tiempo

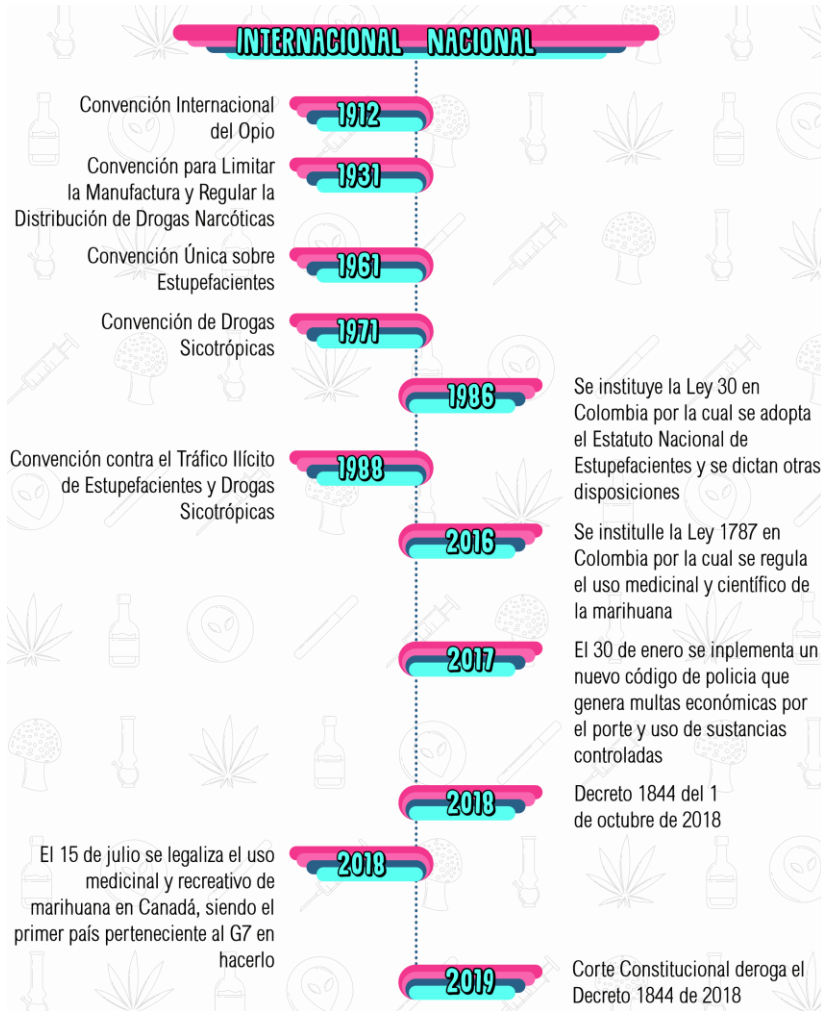


Figura 17. Línea del Tiempo

Fuente: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en el desarrollo del apartado 2.1.1.1 *Prohibición y penalización de SPA*, con la Convención Internacional del Opio en el año 1912 se dio paso a distintos tratados enfocados en la prohibición y penalización de SPA, como lo fueron la Convención Única de Estupefacientes en el año 1961 hasta la Convención Contra el Tráfico de Estupefacientes y Drogas Sicotrópicas, siendo cada vez más rigurosos e incluyendo con el tiempo nuevas sustancias a las listas que allí se planteaban.

En cuanto al contexto colombiano, como se puede ver en la *Figura 17*, se encuentran algunos de los ítems más importantes con respecto al desarrollo de las políticas referentes a SPA desde la implementación de la Ley 30 de 1986, con la cual se adopta el Estatuto Nacional de Estupefacientes y se dictan otras disposiciones, hasta el año 2018 donde se presenta la legalización del consumo medicinal y recreativo de marihuana en Canadá, siendo el primer país del G7 en hacerlo, junto a las actuales políticas ante el consumo de SPA analizadas en el apartado 2.1.1.1 *Prohibición y penalización de SPA*.

2.4 Caracterización de usuario

Mediante el uso de herramientas de investigación, como lo son la entrevista cualitativa, la encuesta y demás herramientas plasmadas en la etapa de análisis del problema del planteamiento metodológico, y respaldados por los informes realizados por la Alcaldía Mayor de Bogotá ya mencionados durante el desarrollo del documento, se logró

Sin consumirte

determinar el usuario primario sobre el cual se pretende generar impacto, junto a posibles usuarios secundarios y no usuarios.

Dicho esto, se toma como usuario principal el estudiante de pregrado potencial consumidor de SPA de universidad pública, tomando como estudio de caso el consumo de marihuana en esta misma población de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, siendo esta una de las instituciones públicas de educación superior que, para el primer periodo académico del año 2019, no cuenta con un programa dirigido estrictamente al consumo de SPA.

Como se puede observar en la *Figura 18*, se toma el rango de entre los 18 y 25 años de edad debido a que, según el Tercer Estudio Epidemiológico Andino sobre Consumo de Drogas en la Población Universitaria de Colombia 2016 realizado por UNODC (2017), este presenta mayores niveles de consumo de SPA en comparación a otros rangos. Suele frecuentar círculos sociales en los cuales se consume SPA y sitios en los cuales también se realiza dicha práctica.



Figura 18. Matriz segmento de mercado

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados

En los siguientes apartados se expondrán y analizarán aspectos clave que dan origen al producto, así mismo se comprenden los procesos a través de los cuales se llega a su desarrollo y posterior testeo.

3.1 Criterios de diseño

Partiendo de las necesidades de los estudiantes de pregrado potenciales consumidores de SPA y el contexto en el cual se encuentran, se plantea una propuesta *crossmedia* de carácter análogo y digital, que consta de un audiovisual complementado con recursos infográficos y una cartilla informativa. De esta manera, se garantiza que todo estudiante pueda recibir información acerca del consumo de SPA sin que deba exponer su identidad.

Dicha propuesta se desglosará y analizará en los siguientes apartados, comprendiendo aspectos de su diseño y cómo responde al contexto al que se aplica.

3.1.1 Árbol de objetivos de diseño

Partiendo de las características del usuario planteadas en la *Figura 18*, además del contexto en el cual se encuentra, se logra determinar con el árbol de objetivos que se deben manejar tres pilares para el desarrollo de un producto que responda de forma adecuada y eficiente al objetivo de la iniciativa. Como se puede observar en la *Figura 19*, dichos pilares son: el carácter informativo, la interactividad y la accesibilidad.

ARBOL DE OBJETIVOS

INFORMAR A LOS POTENCIALES CONSUMIDORES ACERCA DE LAS IMPLICACIONES DEL CONSUMO DE SPA.

INFORMATIVO

RIESGOS Y DAÑOS DEL CONSUMO

- Riesgo y daños de consumir marihuana
- Riesgo y daños de realizar un consumo problemático

INFORMACIÓN SOBRE EL CONSUMO

- ¿Qué es la marihuana?
- Efectos de la marihuana

¿Qué es el consumo?

Tipos de consumo

- Adicción
- Consumo problemático
- Consumo no problemático

INTERACTIVO

INMERSIVO

- Se relaciona con el usuario
- Se relaciona con el cliente

COMPATIBLE

- Se vincula con múltiples medios de difusión
- Funciona como una crossmedia

- Audiovisual
- Redes sociales
- Elementos publicitarios

ACCESIBLE

CANALES DE DIFUSIÓN

Figura 19. Árbol de objetivos

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a lo informativo, hace referencia a la capacidad del producto de transmitir información verídica y confiable de forma clara, sencilla y divertida, comprendiendo aspectos como lo son riesgos derivados al consumo de marihuana, sus daños y efectos.

El carácter interactivo se debe a la capacidad de inmersión que debe presentar el producto tanto en su relación con el usuario como con el cliente, para así mismo generar una interacción con el producto basada en la confianza, confidencialidad y privacidad. Además de esto, se puede visibilizar la compatibilidad del producto, lo cual hace referencia a la capacidad de funcionar como *crossmedia* con el uso de múltiples medios de difusión.

Finalmente, lo accesible que nos remite de nuevo a la compatibilidad del producto, al hacer uso de distintos medios de difusión, permite al usuario acceder al producto de distintas maneras y, al mismo tiempo, teniendo la posibilidad de mantener su privacidad.

3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

Como se puede observar en la *Tabla 3*, con el análisis de cada uno de los componentes de la problemática se logran plantear determinantes referentes en cuanto al contexto, usuario, tecnología y producto, así mismo, se plantean los respectivos requerimientos para así desarrollar un producto que responda de forma adecuada a las necesidades presentadas en la problemática.

Tabla 3. Requerimientos y determinantes de diseño

	Determinantes	Requerimientos
Contexto	Lugar de encuentro de grupos de estudiantes que consumen SPA, Espacios comunes de consumo en la universidad.	La herramienta de testeo debe estar adecuada para ser resuelta en espacios donde no haya comodidad para la escritura o acceso a TIC.
	Los estudiantes no están 100% dispuestos a participar en una encuesta.	La herramienta debe ser de fácil acceso a usuarios no interesados, tener un distintivo que invite a los usuarios a resolverla.
	Los conocimientos preexistentes acerca de SPA, son diferentes entre cada persona.	Teniendo en cuenta el aprendizaje significativo, la herramienta debe poder ser accesible a los usuarios sin importar sus conocimientos previos respecto al tema.
Usuario	No conoce los riesgos del consumo de SPA.	Poner a prueba sus conocimientos al respecto de los riesgos del consumo de SPA.
	Cree que los riesgos del consumo de SPA no son tan graves, como para detener el consumo.	Evidenciar la gravedad de los riesgos existentes a la hora de consumir SPA.

Sin consumirte

	Puede llegar a consumir SPA bajo presión social.	Ofrecer información que lo haga considerar todos los datos antes de decidir si hacer o no uso de SPA.
Tecnología	No hay acceso a internet.	La herramienta de testeo debe poder ser ejecutada de manera <i>offline</i> .
	Los estudiantes tienen acceso a medios digitales.	La herramienta de testeo debe ser compatible con tecnología <i>smartphone</i> .
Producto	Los usuarios pasan gran parte de su tiempo en redes sociales y otras tecnologías de la comunicación y la información (TIC).	La herramienta digital debe poseer accesibilidad por medio de las TIC.
	Los usuarios no dedican más de 5 minutos a encuestas y actividades de testeo.	Debe ser de fácil y clara interpretación.

Fuente: Elaboración propia

3.2 Hipótesis de producto

Con el inicio del desarrollo de “Sin consumirte”, partiendo de los datos recopilados con el proceso de investigación la experiencia de los integrantes de la iniciativa frente a la problemática del consumo de SPA, se planteó que el producto a diseñar tuviera el enfoque de informar sin sesgos a consumidores de dichas sustancias.

Con el trascurso de la investigación, se logró evidenciar a los potenciales consumidores de SPA como un actor de vital importancia frente a la problemática, motivo por el cual se decidió tomar como usuario principal. Además de esto, como se puede observar en el apartado *2.1.4 Marco institucional*, se encontró que la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca contaba únicamente con talleres y charlas enfocadas al consumo de alcohol dirigidas a estudiantes que están en proceso de inducción o que se encuentran cursando primer semestre.

Luego de realizar un análisis del usuario establecido y el contexto en el cual se desenvuelve, se elaboró un árbol de objetivos (Ver *Figura 19*) y se definieron los requerimientos y determinantes de diseño (Ver *Tabla 3*), para así contrastar los resultados de dichas herramientas.

Finalmente, se logró concluir que la mejor forma de responder a las necesidades del usuario y el cliente era una propuesta *crossmedia* de carácter análogo y digital, tomando el recurso audiovisual, complementando el producto con recursos infográficos y cartillas informativas. En cuanto a los canales de difusión de dichos productos, aprovechando la alianza que se puede establecer con la

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se contempla hacer uso de canales de comunicación de los cuales ya dispone la institución, siendo redes sociales, correos electrónicos, sitio web y puntos estratégicos dentro de la planta física de la universidad, como lugares donde se presenta mayor flujo de estudiantes y espacios dedicados a la publicación y difusión de información.

3.3 Desarrollo y análisis Etapa definición del problema

Con el desarrollo de la etapa Definición del problema se pretendió encontrar una oportunidad de diseño tomando como problemática el consumo de SPA, además de desglosar y comprender los elementos que la conforman en el contexto colombiano. Como se puede observar en la *Figura 3*, se hizo uso del mapa de actores (ver *Anexo 3*) que permitió comprender personas y entidades que se ven relacionados con la problemática, y de esta manera se pasó a hacer uso de fuente primarias, fuentes secundarias y árbol de problemas.

A partir de esto, se logró determinar detalles acerca del usuario pertinente para abordar además de las peculiaridades del entorno que lo rodea.

3.3.1 Entrevista cualitativa

Para la aplicación de la herramienta, se realizó una entrevista cualitativa a estudiantes de pregrado de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (Ver *Anexo 4*), con la intención corroborar la existencia de la problemática planteada y medir los preconceptos que

Sin consumirte

poseían acerca de dicha práctica abarcando aspectos como lo son riesgos, daños y efectos del consumo de SPA.



Figura 20. Entrevista cualitativa

Fuente: Elaboración propia

Con esto, se logró evidenciar la falta de conocimiento por parte de los estudiantes debido a que, aunque algunos de los participantes de la entrevista ya poseían algún concepto previo, este se encontraba incompleto o no era verídica. Además de esto, también se pudo observar que, independientemente de la posición que el entrevistado tuviese frente al consumo de SPA, todos reconocieron la importancia del conocimiento acerca de las implicaciones que conlleva dicha práctica y su difusión por parte de la universidad.

3.4 Desarrollo y análisis Etapa análisis del problema

Para el desarrollo de la segunda etapa, Análisis del problema, se aplicaron herramientas que permitieran la recolección, medición y posterior análisis de datos puntuales acerca de la problemática. De esta manera se logró comprender peculiaridades del consumo de SPA en cuanto al contexto colombiano y las medidas tomadas para tratar esta problemática, además de obtener datos en cuanto al usuario en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

El uso de las herramientas mapa de empatías (Ver *Anexo 5*) y matriz segmento de mercado (Ver *Figura 18*) permitió conocer en detalle al estudiante potencial consumidor de SPA, y así mismo determinar para la iniciativa “Sin consumirte” quien podría llegar a ser considerado de esta manera.

En cuanto al *buzz reports* y el estado del arte, permitieron conocer qué se había hecho en la problemática, los resultados que se han obtenido y, por la naturaleza del proyecto, estar constantemente actualizados en aspectos como lo es la normatividad del consumo de SPA, para siempre mantener la iniciativa “Sin consumirte” dentro del marco legal.

Finalmente, la encuesta y la entrevista cualitativa con lo que se logró obtener y analizar datos y cifras de consumo de SPA, preconceptos de los usuarios, percepción de riesgos, importancia del tema, entre otros (Ver apartado *3.7.1 Primer testeo*).

3.5 Desarrollo y análisis Etapa prototipado

Partiendo de los datos recopilados de las etapas anteriores, se procedió a plantear una propuesta de producto acorde a las necesidades del usuario y del entorno que lo rodea. Teniendo en cuenta que se determinó que la propuesta *crossmedia* era la solución más adecuada, se comprenden las etapas de preproducción, producción y postproducción; de esta manera se procede la elaboración del recurso audiovisual partiendo del diseño de guion y diseño de personajes, para finalmente realizar el primer esquema básico y posterior prototipo de media fidelidad.

3.5.1 Brief

Como se puede ver en la *Figura 21*, en el *brief* se plasman algunos de referentes sobre los cuales se basó el estilo visual del producto (Ver *Anexo 6*). Se toma como principal referente visual al animador J. G. Quintel, quien trabajó en la serie animada *Las maravillosas aventuras FlapJack* y posteriormente creó *Un show más*. Además, se toma como referente el corto animado *2 in the Am Pm* el cual aborda el tema de consumo de SPA.



Figura 21. Brief

Fuente: Elaboración propia

3.5.1 Esquema básico

Para el *storyboard* (Ver Anexo 7) se decidió hilar la narrativa

Sin consumirte

previamente establecida en el guion, en la cual se presentan dos personajes representando a un consumidor y su amigo. El personaje consumidor cumple la función de ejemplo para el usuario, exponiéndose a consumir marihuana sin previo conocimiento sobre los riesgos a los que se expone o sus posibles efectos en el organismo, y su amigo que cumple la función de exponer los riesgos y efectos del consumo de dicha sustancia. Cabe destacar que con cada riesgo y efecto mencionado aparecerá un enunciado emergente para informar de donde se ha obtenido la información.

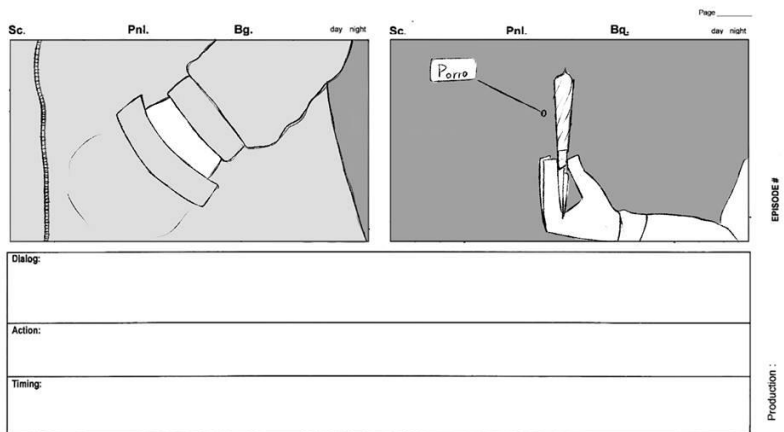


Figura 22. Esquema básico

Fuente: Elaboración propia

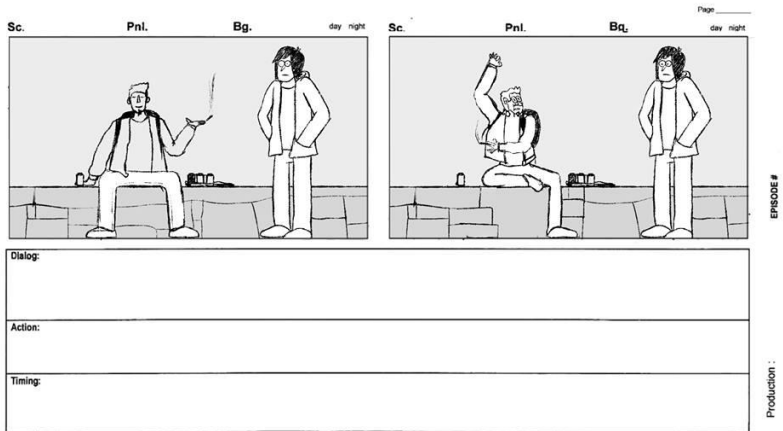


Figura 23. Esquema básico

Fuente: Elaboración propia

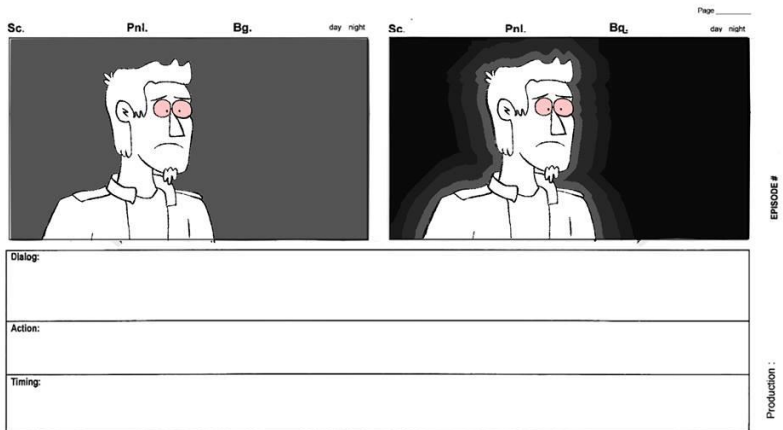


Figura 24. Esquema básico

Fuente: Elaboración propia



Figura 25. Esquema básico

Fuente: Elaboración propia

3.6 Desarrollo y análisis Etapa evaluación del prototipo

Para el desarrollo de la última etapa de la investigación, como se puede observar en la *Figura 3*, se utilizó la herramienta prototipo de media fidelidad para así crear un *animatic* que fue testeado antes, durante y después de su interacción con el usuario. Durante los testeos de producto, se evaluaron los distintos objetivos propuestos en cada uno haciendo uso del *Journey Map*, que permitió medir la efectividad de la herramienta en la contribución de reducción de riesgos y daños generados por el consumo de SPA

Una vez implementadas las respectivas correcciones se procedió a elaborar un prototipo funcional, el cual fue nuevamente testeado aplicando las herramientas de investigación ya

mencionadas.

3.6.1 Prototipo de media fidelidad

El prototipo de media fidelidad desarrollado, el *animatic* del audiovisual (Ver Anexo 8), nos permitió generar una idea más clara con respecto al ritmo y tiempo del producto final, además de generar una guía de las posiciones clave de la animación final, como lo son los ciclos de caminado o los cambios de posición durante una conversación.

Este prototipo de media fidelidad permitió realizar testeos con usuarios y con experto en el tema, lo cual evidenció fallos y la debida manera de implementar las correcciones, para que la historia fuese clara y al mismo tiempo eficiente en transmitir el mensaje deseado.



Figura 26. Prototipo de media fidelidad

Fuente: Elaboración propia

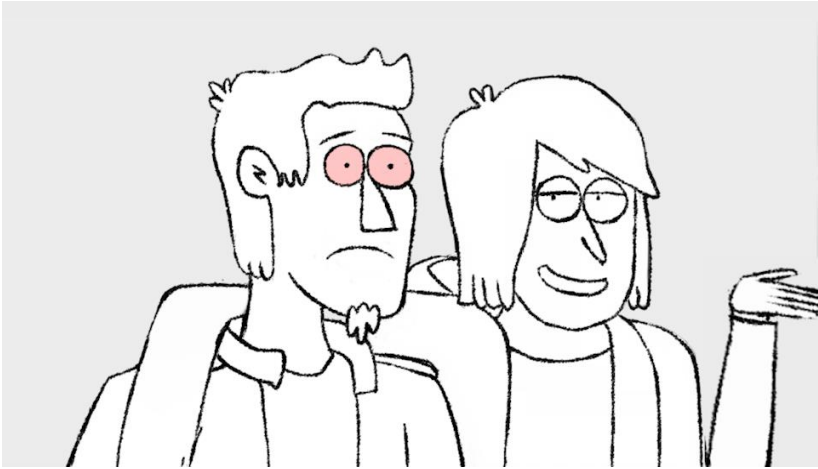


Figura 27. Prototipo de media fidelidad

Fuente: Elaboración propia

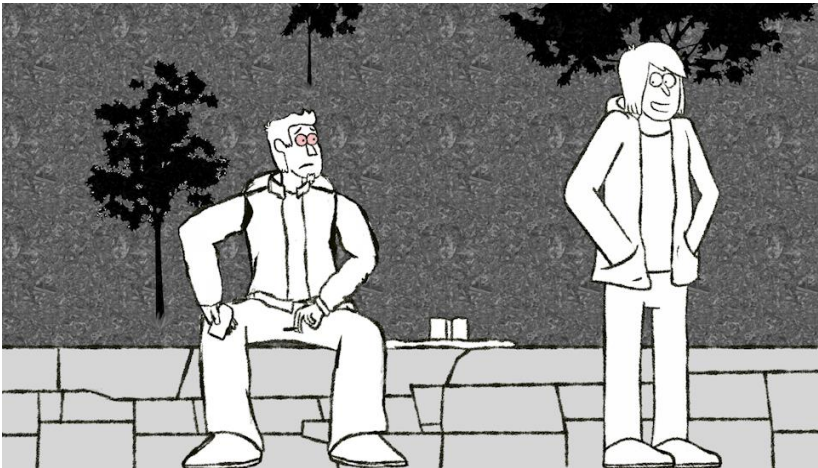


Figura 28. Prototipo de media fidelidad

Fuente: Elaboración propia

3.7 Resultados de los testeos

En los siguientes apartados se expondrán y analizarán los resultados obtenidos a partir de los testeos realizados durante el desarrollo del producto.

3.7.1 Primer testeo

3.7.1.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)

Para el primer testeo se utilizó una encuesta en la plataforma virtual *Google Forms*, con el objetivo de obtener información de los estudiantes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca que permitiera determinar factores como el porcentaje de potenciales consumidores de SPA, Interés en el tema de consumo de dichas sustancias, percepción del riesgo acerca de esta práctica y finalmente la proximidad a la problemática.

Bajo estos parámetros, la encuesta contó con una sección que determina si el entrevistado entra en el rango del usuario establecido en el apartado *2.4 Caracterización de usuario* y tres secciones principales divididas en:

1. Interés.
2. Percepción.
3. Proximidad.

Sin consumirte

Cada sección se conformó por tres a cinco preguntas de categoría selección múltiple, respuesta Sí o No, escala lineal de uno a cinco y de casilla de verificación. A continuación, se presentan los resultados.

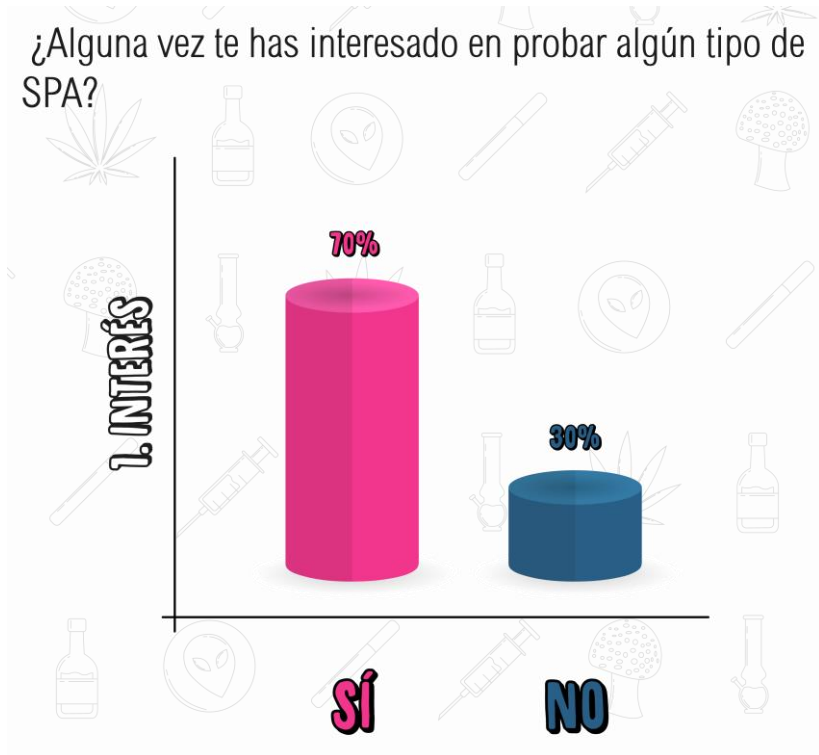


Figura 29. Primer testeo

Fuente: Elaboración propia

¿Consideras que el consumir 2 o más SPA al mismo tiempo aumenta el riesgo significativamente?

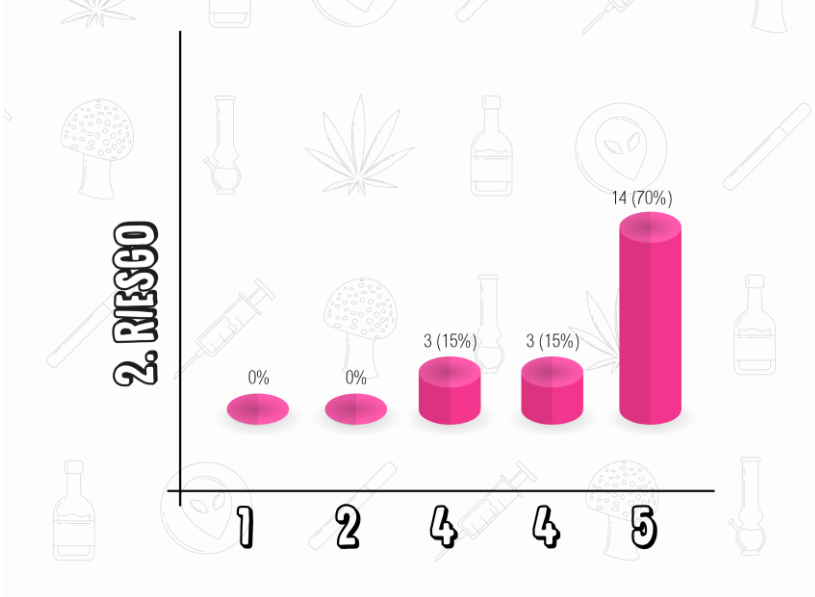


Figura 30. Primer testeo

Fuente: Elaboración propia

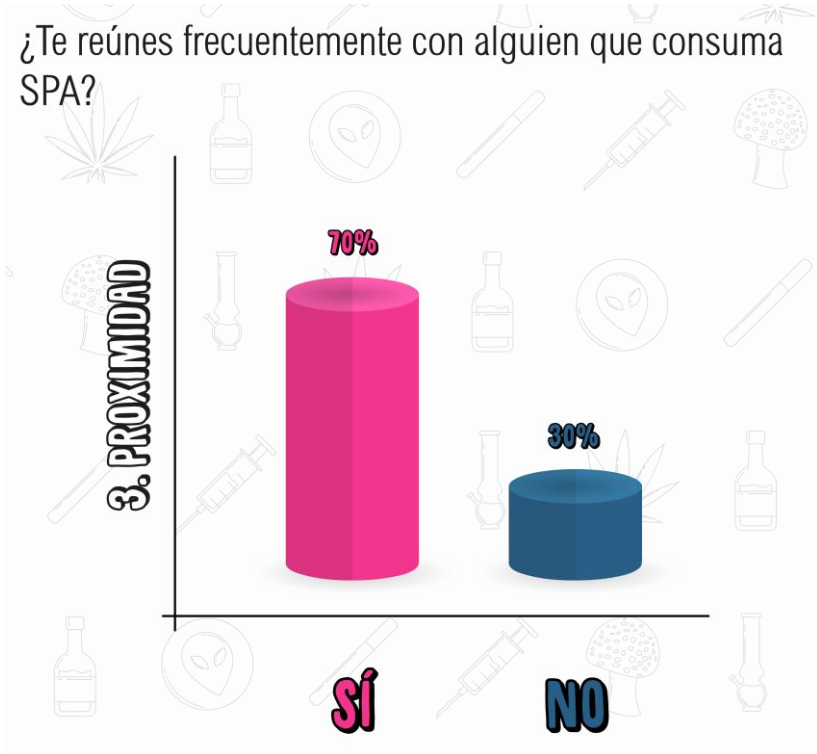


Figura 31. Primer testeo

Fuente: Elaboración propia

3.7.1.2 Evidencias (Percepción del usuario)

Tras la realización del testeo, se logró identificar y determinar algunos de los preconceptos acerca del consumo de SPA con los cuales cuentan estudiantes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, además del interés y la proximidad que tiene la comunidad universitaria con la problemática. Con esto, se pudo

comprender el contexto en el que se encuentran los estudiantes potenciales consumidores de SPA de esta institución, además de identificar factores, como la falta de información, que conducen a realizar un consumo problemático de dichas sustancias.

La aplicación de esta herramienta de investigación también permitió determinar que, de los 20 estudiantes encuestados, el 60% ya ha consumido algún tipo de SPA; además de esto, el 90% afirmó que la sustancia con la que han tenido un mayor contacto ha sido la marihuana. Partiendo de este resultado y los mencionados en el apartado *1.2 Justificación*, se decidió tomar como caso de estudio el consumo de marihuana en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

3.7.2 Segundo testeo

3.7.2.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)

El segundo testeo se realizó con el objetivo de probar la eficiencia del audiovisual en cuanto la claridad de la información que se transmite además de la comprensión del lenguaje utilizado, además de esto, verificar el interés que genera el audiovisual en los estudiantes potenciales consumidores de SPA. Para la evaluación de dichos objetivos, se planteó un test de usuario utilizando el *Journey Map* (Ver *Anexo 9*) en el cual se registró el antes, durante y después de la interacción con el prototipo, con base en preguntas establecidas que respondieran a los objetivos de testeo.

Sin consumirte

De esta manera, bajo los objetivos mencionados, el segundo testeo se realizó de forma aleatoria en las sedes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, con el fin de poder obtener resultados desde las distintas carreras de pregrado y tener perspectivas diferentes de los estudiantes potenciales consumidores de SPA. Las herramientas con las cuales se contó fueron un dispositivo móvil para la visualización del prototipo de media fidelidad, un parlante con conexión *bluetooth* para amplificar el sonido del audiovisual de ser necesario y un dispositivo móvil para realizar grabaciones de audio y video del testeo.



Figura 32. Segundo testeo

Fuente: Elaboración propia

Debido a la controversia del tema, no todos los usuarios aceptaron realizar un registro fotográfico o de video, sin embargo, todos los testeos realizados cuentan con registro de audio con la

Sin consumirte

autorización de los usuarios (Ver Anexo 10). Dicho registro de audio también permitió realizar un mejor análisis de los resultados obtenidos.



Figura 33. Segundo testeo

Fuente: Elaboración propia

3.7.2.2 Evidencias (Percepción del usuario)

Durante la aplicación del testeo, todos los estudiantes que participaron fueron reconocidos como potenciales consumidores de SPA por su proximidad con la problemática, principalmente debido a que todos ellos reconocieron que en los círculos sociales que frecuentan hay personas que consumen marihuana de forma frecuente.

Con las preguntas realizadas antes de la aplicación de la herramienta se logró encontrar que, aunque la mayoría de los

estudiantes testeados conocían algún riesgo de consumir marihuana, desconocían totalmente los riesgos a los que se exponen al ser potenciales consumidores. Además de esto, solo dos de los estudiantes conocía alguna iniciativa que tratara la problemática del consumo de SPA y ninguno de ellos estaba informado sobre las estrategias que implementa la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Cabe resaltar que, como se puede observar en la *Figura 32* y la *Figura 33*, durante la interacción con el audiovisual se hizo evidente que los estudiantes testeados se divirtieron con el audiovisual, riendo o en algunos casos realizando algún tipo de comentario a manera de chiste.

Con las preguntas realizadas luego de la interacción con el audiovisual se logró determinar que la información presentada fue totalmente clara; sin embargo, algunos de los estudiantes interpretaron mensajes erróneos que la iniciativa “Sin consumirte” no pretende transmitir. Con esto se hizo evidente que se debían realizar correcciones en el audiovisual para aplicar posteriormente un segundo testeo de producto y así evitar malas interpretaciones en el lenguaje usado.

Además de esto, también reconocieron ser más receptivos a iniciativas que tratan la problemática del consumo de SPA cuando se presenta información sin sesgos, contemplando riesgos, daños y efectos que puedan tener estas sustancias. También, aunque no se preguntó algo al respecto, algunos estudiantes resaltaron que volverían a ver el audiovisual en redes sociales.

Finalmente, todos los estudiantes aceptaron que volverían a hacer uso del audiovisual si también se utilizara para presentar información de otras SPA, además de esto, los estudiantes de Trabajo Social afirmaron que volverían a hacer uso de esta herramienta debido a la pertinencia del tema con sus estudios.

3.7.3 Tercer testeo

3.7.3.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)

Luego de la implementación de las correcciones obtenidas con el 3.7.2 *Segundo testeo*, el prototipo de media fidelidad fue testeado con un experto con el fin de revisar aspectos como la claridad del lenguaje, el enfoque del audiovisual, limitaciones del mismo y corroborar si el contenido que se expone en el producto incita o no al consumo. Además de esto, también se pretendió revisar aspectos de los próximos testeos con usuarios, como los factores de medición.

El experto testeado fue José A. Posada Villa, médico Especialista en Psiquiatría de la Pontificia Universidad Javeriana y Especialista en Gerencia Social, jefe de Salud Mental y Comportamiento Humano del Ministerio de Salud, investigador principal de los Estudios Nacionales de Salud Mental de 1993 y 2003, miembro del Consorcio Internacional de Epidemiología Psiquiátrica (OMS - Universidad de Harvard, Universidad de Michigan), de la Federación Mundial de Salud Mental, de la Academia Colombiana de Salud Pública y Seguridad Social, de la Asociación Colombiana de

Sin consumirte

Psiquiatría y del Comité de Salud Mental de la Academia Nacional de Medicina, consultor en Salud Mental del Ministerio de Salud y Protección Social, asesor del Fondo Nacional de Estupefacientes y docente de planta y director de la Especialización en Promoción de la Salud y Desarrollo Humano de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.



Figura 34. Tercer testeo

Fuente: Elaboración propia

Para este testeo se contó nuevamente con un dispositivo móvil para la visualización del prototipo de media fidelidad, un parlante con conexión *bluetooth* para amplificar el sonido del audiovisual de ser necesario y un dispositivo móvil para realizar grabaciones de audio y video del testeo. Además de esto, igual que el 3.7.2 *Segundo testeo*, también se realizó registro de audio (Ver *Anexo 11*), el cual permitió realizar un mejor análisis de los resultados

obtenidos.

3.7.3.2 Evidencias (Percepción del usuario)

El testeó dio inicio luego de una breve presentación del proyecto explicando su enfoque y el objetivo bajo el cual se rige “Sin consumirte”, a lo cual el experto temático (J. Posada, comunicación personal, 11 de junio de 2019) afirmó que desde la mirada del sector salud, al hablar de contribución en la reducción de riesgos y daños del consumo de SPA se está manejando un enfoque de prevención.

Seguido de esto, como se evidencia en el análisis realizado en el apartado *2.1.1.1 Prohibición y penalización de SPA*, se destaca que la prohibición de las SPA no ha funcionado a lo largo de la historia, siendo que dichas sustancias “llegaron para quedarse” (J. Posada, comunicación personal, 11 de junio de 2019). De esta manera, se entiende que al no ser posible evitar su consumo, es necesario generar prácticas que contribuyan a disminuir los riesgos y daños generados por el consumo de las sustancias ya mencionadas.

Además de esto, según la perspectiva del experto temático (J. Posada, comunicación personal, 11 de junio de 2019) la adicción y el consumo problemático de SPA debe ser visto como una enfermedad o trastorno mental, que puede llegar a presentar recaídas que deben ser manejadas, y evitar ver esto como un vicio o debilidad de la personalidad. Esto reafirma los conceptos y diferencias mencionados en el apartado *1.2 Justificación*.

Entrando en detalle sobre las estrategias manejadas por la

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, el experto temático afirmó no haber visto anteriormente el volante de “Vuélvete adicto a la vida” (Ver *Figura 13*). Añadido a esto, se pudo interpretar que una de las principales limitantes que se presenta en la institución es que la universidad no tiene un reglamento actualizado, no tiene los recursos humanos de términos de talento humano y la pobreza mental o desconocimiento.

Antes de la interacción con el audiovisual, también se pudo resaltar la importancia de la implementación de estrategias comunicacionales de corto, mediano y largo plazo, siempre teniendo una perspectiva multidisciplinar.

Con respecto a los comentarios realizados referentes al audiovisual, el experto temático (J. Posada, comunicación personal, 11 de junio de 2019) afirmó que la información transmitida no debe limitarse a enlistar textualmente los riesgos, daños y efectos; en cambio de esto, se debe hacer mayor uso del recurso visual utilizando imágenes para representar lo allí mencionado. Además de esto, el lenguaje allí mencionado debe ser menos técnico, llegando a representar una situación cotidiana que cualquier estudiante potencial consumidor de SPA podría vivir. Sin embargo, el experto temático reconoció sentir gusto por el audiovisual debido a sus personajes ambiente, estilo, entre otros aspectos.

Finalmente, el experto temático (J. Posada, comunicación personal, 11 de junio de 2019) afirmó que el audiovisual no incentiva o estimula a consumir SPA. También resaltó que el audiovisual debe dar ejemplo y/o generar un refuerzo positivo en el usuario, siendo

Sin consumirte

estos dos aspectos indicadores importantes para la medición de la contribución a la reducción de riesgos y daños. Este testeo fue cerrado por una invitación a ser arriesgados e innovadores desde nuestra carrera, para así evitar llegar a hacer más de lo mismo.

3.7.4 Cuarto testeo

3.7.4.1 Evidencias (Prototipo, testeo y proceso de iteración)

Luego de la implementación de las correcciones obtenidas con el 3.7.3 *Tercer testeo*, el prototipo de media fidelidad fue testado nuevamente con estudiantes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca con el objetivo de comprobar que el audiovisual no incentivara a realizar consumo de SPA y la eficiencia de la herramienta en la contribución en la reducción de riesgos y daños de dicha práctica, además de esto, verificar si el logo propuesto para la iniciativa (Ver *Figura 35*) era relacionado o no con consumo de SPA.



Figura 35. Logo “Sin consumirte”

Fuente: Elaboración propia

De esta manera, bajo los objetivos mencionados, el cuarto testeó se realizó de forma aleatoria en las sedes de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, con el fin de poder obtener resultados desde las distintas carreras de pregrado y tener perspectivas diferentes de los estudiantes potenciales consumidores de SPA. Las herramientas con las cuales se contó fueron un dispositivo móvil para la visualización del prototipo de media fidelidad y un dispositivo móvil para realizar grabaciones de audio y video del testeó.



Figura 36. Cuarto testeo

Fuente: Elaboración propia



Figura 37. Cuarto testeo

Fuente: Elaboración propia



Figura 38. Cuarto testeo

Fuente: Elaboración propia

Nuevamente, debido a la controversia del tema, no todos los usuarios aceptaron realizar un registro fotográfico o de video, sin embargo, todos los testeos realizados cuentan con registro de audio con la autorización de los usuarios (Ver Anexo 12). Dicho registro de audio también permitió realizar un mejor análisis de los resultados obtenidos.

3.7.4.2 Evidencias (Percepción del usuario)

Durante la aplicación de este cuarto testeo, todos los estudiantes que hicieron parte del mismo afirmaron que relacionaban el logo propuesto por “Sin consumirte” con el consumo de SPA. Además de

esto, como se puede contemplar en el *Anexo 12*, también se pudo comprobar que el audiovisual propuesto no incentiva a realizar consumo de dichas sustancias, debido a que todos los estudiantes que fueron testeados negaron llegar a sentirse motivados a consumir marihuana luego de interactuar con el prototipo de media fidelidad.

Luego de la interacción con el audiovisual, todos los estudiantes testeados reconocieron el producto como una herramienta útil y divertida para continuar abordando el consumo de SPA, brindando información de más sustancias.

Finalmente, los estudiantes respondieron que volverían a utilizar esta herramienta para informar sobre los riesgos, daños y efectos, a amigos u otras personas cercanas que estén interesados en consumir alguna SPA o que ya hayan decidido hacerlo. Además de esto, afirmaron que también les transmitirían a estas personas la información expuesta en el audiovisual; de esta manera se logra comprobar que, al utilizar al consumidor a manera de ejemplo en el producto, se logra transmitir de forma clara los riesgos, daños y efectos del consumo de SPA.

3.8 Prestaciones del producto

Para la presentación del producto se hará uso de la planta física del potencial aliado, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, dado que, al ser una *crossmedia* que combina medios audiovisuales con recursos infográficos y cartillas informativas, los espacios destinados para distribuir información en la universidad (televisores

Sin consumirte

plasma, tableros de información), son adecuados para la transmisión del contenido a los usuarios, ya que estos espacios suelen encontrarse en lugares donde el flujo de estudiantes es más alto.

3.8.1 Aspectos morfológicos

Los siguientes son los aspectos morfológicos que delinean los rasgos principales del producto, desde su duración y resolución, hasta los materiales de preproducción y producción del producto.

Tabla 4. Aspectos morfológicos

Recursos y parámetros	Descripción del parámetro
Duración	1 - 3 minutos
Resolución	HD 1080p (16:9)
Idioma	Español con subtítulos en inglés y español, para personas que posean alguna discapacidad auditiva.
Materiales del prototipo	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de Personajes.• <i>Storyboard</i>.• <i>Animatic</i>.
Recursos infográficos	Impresión en banner brillante o mate. Tamaño: Tabloide (Doble Carta): 43,18 cm x 27,94 cm.
Cartilla informativa	Impresión en papel bond de 216 gramos. Tamaño: abierto 14,8cm x 21cm, cerrado

	14,8cm x 7cm
--	--------------

Fuente: Elaboración propia

3.8.2 Aspectos técnico-funcionales

Los siguientes son los aspectos técnico-funcionales que delinear los rasgos principales del producto:

Tabla 5. Aspectos técnicos, funcionales y estéticos

Entorno visual	Con el uso de canales de comunicación de los cuales ya dispone la institución, siendo redes sociales, correos electrónicos, sitio web y puntos estratégicos dentro de la planta física de la universidad, como lugares donde se presenta mayor flujo de estudiantes y espacios dedicados a la publicación y difusión de información, se podrán distribuir constantemente los productos que componen la <i>crossmedia</i> (audiovisual, recursos infográficos), los cuales deberán ser completamente visibles según el recurso y el sitio en el cual se disponga.
-----------------------	--

	<p>En cuanto al audiovisual, al ser una herramienta creada para poder ser visualizada en distintas pantallas, debe representar de forma clara los riesgos, daños y efectos del consumo de marihuana evitando malas interpretaciones de la información transmitida. Además de esto, al contar con subtítulos en caso de discapacidad auditiva, hará uso de la tipografía <i>sering</i> debido a la fácil lectura que puede generar.</p> <p>En cuanto a los recursos infográficos y cartillas informativas, al igual que en el audiovisual, se hará uso de la tipografía <i>Sering</i> para los textos y <i>Sugarpunch</i> en cuanto a los títulos. Además, se profundizará la información presentada en el audiovisual.</p>
Multimedia	<p>Para la presentación del audiovisual, el uso de sonido es útil más no indispensable, teniendo en cuenta que el audiovisual contará con subtítulos en español e inglés. Sin embargo, al ser una herramienta que se dispone para ser visualizada en dispositivos digitales, se contempla hacer uso del</p>

	sistema de audio que estos mismos traen incorporados.
Navegación e interacción	La narrativa general del corto debe estar hilada de manera coherente y asertiva para que el usuario pueda comprender la información que se le brinda y a la vez no se sienta desinteresado o abrumado con la historia y propósito del audiovisual en general.

Fuente: Elaboración propia

3.8.3 Aspectos de usabilidad

Los siguientes son los aspectos de usabilidad que el producto deberá satisfacer, para así, lograr cumplir con los diferentes parámetros de uso del producto, y de esta manera alcanzar los aspectos propuestos en el árbol de objetivos (ver *Figura 19*):

- Visualización: la información presente en el corto audiovisual debe ser en todo momento clara y precisa, sin llegar a convertirse en algo tedioso o aburrido, para así optimizar el alcance que pueda tener en la recordación del usuario.
- Ayuda: La alianza entre la universidad y “Sin consumirte”, permitirá a los estudiantes interesados en ampliar su experiencia de uso al solicitar la información

Sin consumirte

expuesta en el audiovisual y los recursos infográficos.

- Recursos infográficos y cartilla informativa: Estos cumplen la función de servir al audiovisual como complementos informativos y precisos, los cuales contarán con datos que vinculen al usuario a acceder a la *crossmedia* completa.

Sin consumirte

Capítulo 4. Conclusiones

En los siguientes apartados se expondrán y analizarán las diferentes conclusiones y proyecciones que se lograron obtener con el desarrollo de la iniciativa.

4.1 Conclusiones

Como se evidencia en el análisis realizado en el apartado *2.1.1.1 Prohibición y penalización de SPA* en paralelo con el *3.7.3 Tercer testeo*, se destaca que la prohibición de las SPA no ha funcionado a lo largo de la historia, dado que, como señala el Dr. José Posada, dichas sustancias “llegaron para quedarse” (J. Posada, comunicación personal, 11 de junio de 2019). De esta manera, se entiende que al no ser posible evitar el consumo de estas sustancias, es necesario generar prácticas que contribuyan a disminuir los riesgos y daños generados por el consumo de las sustancias ya mencionadas, pues como lo plantean Souza y Machado (2010) el uso de estrategias de gestión de consumo puede ser importante para potenciar los resultados en programas de reducción de daños.

Con la aplicación de los dos primeros testeos (numerales 3.7.1 y 3.7.2) se logró comprobar que, aunque algunos estudiantes potenciales consumidores conocen algunos de los riesgos, daños o efectos del consumo de marihuana, la información disponible al respecto no se les transmite de forma pertinente y existe falta de pregnancia en las fuentes disponibles.

Teniendo esto en cuenta se pudo corroborar que, como se

evidenció con el 3.7.2 *Segundo testeo* y el 3.7.4 *Cuarto testeo*, al aproximarse a los estudiantes potenciales consumidores de SPA con un producto audiovisual, se logró captar fácilmente su atención respecto al tema. Además de esto, se evidenció la necesidad de informar a los estudiantes de forma neutral y sin sesgos, contemplando riesgos, daños y efectos del consumo de SPA, debido a que fueron más receptivos al conocimiento presentado de esta manera. A pesar de esto, aunque los estudiantes testeados se vieron interesados en el producto, el hecho de que el tema de consumo de SPA aun sea visto como un tabú, constriñe los alcances que la iniciativa pretende lograr.

Con ayuda del 3.7.3 *Tercer testeo*, se logró concluir que la información transmitida por “Sin consumirte” no debe limitarse a enlistar textualmente los riesgos, daños y efectos; en cambio de esto, se debe hacer mayor uso del recurso visual utilizando imágenes para representar lo mencionado. También, se pudo concluir la importancia del desarrollo de este tipo de propuestas con una mirada multidisciplinar, para así lograr responder de forma adecuada a los determinantes y requerimientos de la problemática. Cabe destacar que el psiquiatra, quien se ha especializado en el tema de consumo y abuso de SPA, encontró el enfoque del proyecto bien encaminado.

Finalmente se pudo concluir que, al utilizar al consumidor a manera de ejemplo en el producto, se logra transmitir de forma clara los riesgos, daños y efectos del consumo de SPA, debido a que los estudiantes que interactuaron con el producto en el 3.7.4 *Cuarto testeo*, afirmaron que les transmitirían la información que allí se

presenta a amigos u otras personas cercanas que estén interesados en consumir alguna SPA o que ya hayan decidido hacerlo. A pesar de esto, mientras la herramienta muestra resultados favorables respecto al objetivo general, es necesario mencionar que el éxito de la iniciativa depende en una considerable medida de la disposición de las instituciones académicas en adoptar este enfoque alternativo a la problemática del consumo.

4.2 Estrategia de mercado

En los siguientes apartados se expondrán y analizarán los apartados que componen el modelo de negocio desarrollado a partir del modelo *Canvas* (Ver *Anexo 13*).

Desde “Sin consumirte” se diferencia el cliente del usuario, siendo el cliente la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca u otras entidades y el usuario los estudiantes potenciales consumidores de SPA, aclarando que estos últimos logran acceder a la *crossmedia* gracias a la difusión que esta tenga en los canales de los que dispone la universidad planteados en el apartado *4.2.3 Canales*. Sin embargo, ambos son planteados en la estrategia de mercado abordando por separado algunos de los apartados que componen el modelo *Canvas*.

4.2.1 Segmento de usuario

En cuanto al cliente, se toma a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, siendo una de las universidades públicas que hasta el primer periodo académico del año 2019 no cuenta con un programa

dirigidos a tratar el consumo de SPA dentro de la comunidad universitaria, a parte de los talleres y charlas mencionadas en el apartado *2.1.4 Marco institucional*.

Cabe destacar que, debido a la escalabilidad de la iniciativa “Sin consumirte”, también se contemplan como clientes potenciales otras instituciones de educación superior que cuenten o no con programas destinados a tratar la problemática del consumo de SPA, teniendo la posibilidad de funcionar sin estos recursos o potenciar sus resultados.

En cuanto al usuario, se toma a estudiantes potenciales consumidores de SPA de entre el rango de edad de 18 y 25 años, los cuales se encuentran en situación de vulnerabilidad ante la falta de información sobre las implicaciones que conlleva dicha práctica.

4.2.2 Propuesta de valor

Al ser una iniciativa de carácter análogo y digital, la propuesta de valor con respecto al usuario se centra en dos principales aspectos que son la accesibilidad y la capacidad de acercamiento a este sin necesidad que se sienta obligado a relevar su identidad, y en cuanto a la propuesta de valor referente al cliente, esta se centra en el alcance que le brinda la propuesta dando la posibilidad de utilizar un mayor número de canales de comunicación con el estudiante.

La accesibilidad de la herramienta permite que el usuario pueda visibilizar información verídica y confiable de forma clara, sencilla y divertida, desde cualquier dispositivo digital con acceso a

internet, al mismo tiempo, incentivando a que él o ella decida recurrir a los medios análogos que propone la iniciativa con los cuales puede obtener mayor información sobre el tema. Esto nos lleva al acercamiento al usuario sin necesidad de que éste revele su identidad. Los medios digitales permiten que cualquiera pueda acceder a dicha información sin sentir que se expone a ser juzgado de alguna manera.

El alcance de la herramienta y su fácil manejo para el cliente se logra gracias a la implementación de una propuesta análoga y digital, con la cual se puede llegar a toda la comunidad universitaria con mayor facilidad a través de distintos canales de comunicación de los que ya dispone y sin que ningún estudiante se sienta expuesto a ser juzgado. Con esto garantiza a toda la comunidad universitaria el acceso a información verídica y confiable, contribuyendo a la reducción de riesgos y daños que conlleva el consumo de SPA.

4.2.3 Canales

En cuanto a los canales de comunicación empleados con el usuario, debido al carácter análogo y digital de la iniciativa, se plantea principalmente el uso de medios digitales de los que ya dispone la universidad como lo son redes sociales, correos electrónicos y el sitio web. Además de esto, se contempla el uso de puntos estratégicos dentro de la planta física de la universidad, siendo aquellos sitios donde se presenta mayor flujo de estudiantes y espacios dedicados a la publicación y difusión de información.

En cuanto a los canales de comunicación con los cuales se pretende llegar al cliente, se plantea hacer uso de publicidad principalmente en medios virtuales, participación en conferencias y eventos relacionados con temas de la salud o consumo de SPA, uso de redes sociales propias de “Sin consumirte” y por supuesto el “voz a voz”.

4.2.4 Relación con clientes

Contemplando que se plantea como propuesta valor la capacidad de acercamiento al usuario sin necesidad de que este se vea obligado a relevar su identidad, la relación con el usuario se basa en la confianza, confidencialidad y privacidad que este desarrolle con la herramienta digital, incentivando a que recurra al uso de los medios análogos que se plantean desde la iniciativa “Sin consumirte” y, de este modo, logre obtener una información más completa.

La relación con el cliente se fundamenta en la asistencia personal exclusiva. Esto se debe a que la población de estudiantes de cada universidad puede presentar características distintas, desde sustancias con las que se tiene mayor proximidad o preconceptos que posean acerca del consumo de SPA hasta los canales de comunicación de los que dispone cada universidad, lo cual exige a “Sin consumirte” desarrollar estrategias acordes al contexto.

4.2.5 Fuentes de ingreso

Teniendo en cuenta que “Sin consumirte” es una iniciativa que, en

primera instancia, trabaja de la mano y plantea una alianza con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, la principal fuente de ingresos provendría de esta misma entidad. Cabe destacar que la herramienta se plantea contemplando la escalabilidad de la misma, llegando a ser implementada en otras universidades que tampoco cuenten con programas destinados a tratar el consumo de SPA, además de también poder ser implementada como una herramienta que complete y potencie los servicios que ya ofrecen universidades que cuentan con dichos programas.

4.2.6 Recursos clave

Partiendo del carácter análogo y digital de la iniciativa, entre los recursos clave se contempla el personal capacitado en tareas como son creación de piezas gráficas, elaboración de storyboard, animación, entre otras tareas necesarias en la preproducción, producción y postproducción de la *crossmedia*. Además de esto, es necesaria la disposición de equipos tecnológicos como computadores e implementos de dibujo análogo y digital.

4.2.7 Actividades clave

En primera instancia se requiere la realización de la producción general de la *crossmedia*, comprendiendo tres etapas que son preproducción, producción y postproducción. Luego de esto, es necesaria la gestión de alianzas con distintas entidades que puedan contribuir en el fortalecimiento de la propuesta planteada por “Sin

consumirte”. En primera instancia se plantea una alianza con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca para exponer el funcionamiento de la herramienta en su totalidad, y así generar vínculos de trabajo en la que la iniciativa “Sin consumirte” la produzca mientras que la entidad la expone de forma masiva a la comunidad universitaria, a través del uso de los canales mencionados en el apartado *4.2.3 Canales*.

4.2.8 Socios clave

Como primer y principal socio clave de la iniciativa, se contempla a la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, siendo quien aporta los canales de difusión mencionados en el apartado *4.2.3 canales*. Además, como se puede ver en el apartado *4.2.5 Fuentes de ingreso*, también se contempla que se puedan vincular otras universidades que cuenten o no con programas dirigidos al consumo de SPA.

También se plantea la posibilidad de generar alianzas claves con otras iniciativas que trabajen en pro de la reducción de riesgos y daños generados en el consumo de SPA como lo son aquellas que se encargan conocimiento de carácter científico acerca de dichas sustancias, generando un fortalecimiento mutuo y llegando a aumentar el alcance tanto de “Sin consumirte” como de las iniciativas aliadas; así mismo como otras entidades privadas que también compartan el enfoque de “Sin consumirte”. Finalmente, a largo plazo también se podría llegar a generar vínculos con entidades como la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. y el Ministerio de Salud y Protección

Social, dependiendo de la normativa que se maneje para ese momento.

4.2.9 Estructura de costos

Para el óptimo desarrollo de la herramienta planteada por la iniciativa, contemplando el carácter análogo y digital, el costo inicial estimado es de \$13.000.000. Dentro de este valor se contempla el salario inicial de al menos 4 profesionales que conforman el personal capacitado en tareas necesarias en la preproducción, producción y postproducción de la *crossmedia*, además de implementos necesarios para dibujo análogo y digital, y las impresiones de los recursos infográficos y cartillas informativas. El valor estimado no contempla planta física para el proceso de creación de la *crossmedia*, debido a que la naturaleza del proyecto permite que el personal capacitado trabaje desde su casa.

A largo plazo, teniendo en cuenta la escalabilidad de la iniciativa, este costo puede llegar a aumentar según se requiera la contratación de más personal capacitado y la adquisición de mayores cantidades de implementos de dibujo.

4.3 Consideraciones

Como fue mencionado en el apartado *1.7 Alcances y limitaciones*, para el desarrollo de una segunda fase de “Sin consumirte” se contempla como posible usuario a los estudiantes de pregrado que ya se identifican como consumidores de SPA, siendo una población que

no se debe dejar de lado dentro de la comunidad universitaria, y en la cual se puede impactar con la reducción de riesgos y daños que genera al realizar esta práctica. Añadiendo a esto, a partir de los resultados obtenidos por el 3.7.3 *Tercer testeo*, también se puede abordar como posibles usuarios a profesores, personal administrativo y de servicios generales debido a su participación en la comunidad universitaria.

Cabe destacar que la iniciativa “Sin consumirte”, debido a la escalabilidad del proyecto, puede llegar a ser implementado en otras universidades que cuenten o no con programas dirigidos a abordar la problemática del consumo de SPA.

Para futuros proyectos de grado desde el Diseño Digital y Multimedia que deseen abordar la problemática del consumo de SPA, se sugiere realizar una búsqueda exhaustiva acerca de estrategias referentes a la prohibición y penalización sobre el consumo de SPA, además de otras alternativas que han sido abordadas en otros contextos y lugares. Desde “Sin consumirte” se realiza una invitación a analizar y comparar los resultados obtenidos por dichas alternativas para así proponer productos que realmente satisfagan las necesidades de los usuarios.

Referencias bibliográficas

Anslinger, H., y Oursler, W. (1961) *The murderers, the story of the narcotic gangs*, Schaffer Library of Drug, Recuperado de http://druglibrary.org/schaffer/history/murd3.htm?fbclid=IwAR1PvDSkqfSeX_WiANJmoTaY6_5eIMdTB6K3f4WI13QLe3gQZZnomZZ1xUY

Armenta, A., y Jelsma, M. (2015). Las convenciones de drogas de la ONU. Transnational Institute. Recuperado de <https://www.tni.org/es/publicacion/las-convenciones-de-drogas-de-la-onu>

Ausubel, D. (1983). Teoría del aprendizaje significativo. *Fascículos de CEIF*, 1, 1-10.

Braulio, L., y Bueno, F. (2013). Efectos del cannabis sobre la memoria y el aprendizaje. Concejalía de Sanidad y Consumo-Ayuntamiento de Valencia. Recuperado de <http://www.cendocbogani.org/Archivos/TemasActualidad/Tema%205%20%20Efectos%20del%20cannabis%20sobre%20la%20memoria%20y%20el%20aprendizaje.pdf?fbclid=IwAR2QiUcJ60M6ICe5KvCh2OTv5Sq1JIBUb0Ps853fpGH3ECWXVq06raLdoo>

Bugarin, I. (1 de julio de 2010). Holanda, a 34 años de tolerancia con las drogas. BBC News. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/cultura_sociedad/2010/07/100701_holanda_aniversario_marihuana_jrg

Congreso de la República. (1986). Ley 30 de 1986. Bogotá D.C.. Recuperado de <https://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Colombia/Colombia%20-%20Campaign%20to%20Prevent%20Tobacco%20Consumption%20>

[-%20national.pdf](#)

Congreso de la República. (2016). Ley 1787 de 2016. Recuperado de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1787_2016.html

Davidson, D. (2018). Cross-Media Communications: an Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences (Version 1). figshare. <https://doi.org/10.1184/R1/6686735.v1>

Doniger, W. (1999). Reducción. *Merriam-Webster's encyclopedia of world religions*. Estados Unidos. Merriam-Webster's.

Échele cabeza. (2018a). Info sustancias: Marihuana. Bogotá D.C. Recuperado de http://www.echelecabeza.com/marihuana-2/?fbclid=IwAR3DirL_8G6XjPyTrfWf0sQUJa4CZlycM37bJnXFKvnQ3-Wf7MekYS_LQFM

Échele cabeza. (2018b). ¿Quiénes somos?. Bogotá D.C.. Recuperado de <http://www.echelecabeza.com/que-es-echele-cabeza>

Échele cabeza. (2019a). Festival de Cortos. Bogotá D.C.. Recuperado de <https://www.echelecabeza.com/festivaldecortos/festival-de-cortos-psicoactivos-echele-cabeza-2019/>

Échele cabeza. (2019b). Informe segundo semestre de 2018. Bogotá D.C.. Recuperado de <http://www.echelecabeza.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe-EC-segundo-semestre-2018-reducido-.pdf>

Enciclopedia jurídica. (2014). Daño. Recuperado de <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/da%C3%B1o/da%C3%B1o.htm>

García, M. P. P., Sanmartín, E. R., Pérez, F. L., y Fernández, J. M. B. (1999). Marcas paraguas: una aproximación conceptual. In *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés, Logroño (La Rioja), 16, 17 y 18 de junio, 1999* (pp. 167-174).

Universidad de La Rioja.

Guerrero-Pico, M., y Scolari, C., (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: El caso de los crossovers. *Cuadernos.info*, (38), 183-200. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.38.760>

Infoactivismo. (s.f.) Lugo y las drogas. México. Recuperado de <https://infoactivismo.org/lugo-y-las-drogas/>

Lynam, D. R., Milich, R., Zimmerman, R., Novak, S.P., Logan, T. K., Martin, C., Leukefeld, C., Clayton, R. (1999). Project DARE: No Effects at 10- Year Follow-up. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 67(4), 590-593. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1037/0022-006X.67.4.590>

Ministerio de Defensa Nacional. (2018). Decreto 1844 de 2018. Recuperado de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201844%20DEL%2001%20DE%20OCTUBRE%20DE%202018.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2017). Decreto no. 613 de 2017. Bogotá D.C.. Recuperado de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%20613%20de%202017.pdf

Missouri Botanical Garden. (s.f.). VASCULAR PLANT FAMILIES and GENERA: List of Genera in CANNABACEAE. Recuperado de http://www.mobot.org/mobot/research/apweb/genera/cannabaceae/en.html?fbclid=IwAR2CvCmuxQqYhDy5gsBHGFau51r7dv-j892T7Cf95oZJ1-enw6mj_DXW6-c

Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Editorial Gustavo Gili. Recuperado de https://ggili.com/media/catalog/product/9/7/9788425228650_inside.pdf

Organización Mundial de la Salud. (1994). Glosario de términos de alcohol y drogas. Recuperado de

<https://apps.who.int/iris/handle/10665/44000>

UNODC. (2015). Informe Mundial de Drogas 2015: resumen ejecutivo. Recuperado de https://www.unodc.org/documents/wdr2015/WDR15_ExSum_S.pdf

UNODC. (2016). Estudio de sustancias psicoactivas. Recuperado de <http://www.odc.gov.co/PUBLICACIONES/ArtMID/4214/ArticleID/5802/Estudio-de-consumo-de-sustancias-psicoactivas-en-Bogot225-DC-2016>

UNODC. (2017). Tercer Estudio Epidemiológico Andino sobre Consumo de drogas en la Población Universitaria de Colombia 2016. Recuperado de <http://www.odc.gov.co/PUBLICACIONES/ArtMID/4214/ArticleID/5697/III-Estudio-Epidemiol243gico-Andino-sobre-Consumo-de-Drogas-en-la-Poblaci243n-Universitaria-de-Colombia-2016>

UNODC. (2018). Informe Mundial de Drogas 2018: crisis de opioides, abuso de medicamentos y niveles récord de opio y cocaína. Recuperado de https://www.unodc.org/doc/wdr2018/WDR_2018_Press_Release_ES.P.PDF

Oficinas de las Naciones Unidas para la reducción de Riesgos y Desastres. (2004) ¿Qué es el riesgo?. Recuperado de <https://www.unisdr.org/2004/campaign/booklet-spa/page9-spa.pdf?fbclid=IwAR2Pz3y2iNeq8Q8k2Ylg51b9ioIhf7FJM8labLpX-SWpxqn1CMoKlypi9DY>

Onaivi, E., Sugiura, T., y Di Marzo, V. (Ed.). (2005). *Endocannabinoids: The Brain and Body's Marijuana and Beyond*. CRC Press. p. 58.

Pérez, J., y Gardey, A. (2014) Cliente potencial. Recuperado de <https://definicion.de/cliente-potencial/>

Pettitt-Schiever, B. (2012). El “Amanecer Verde”: La legalización de la Marihuana en Uruguay en el Contexto del Movimiento Regional Contra la Prohibición. SIT Digital Collections, 8-9. Recuperado de

https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2427&context=isp_collection

Piñeiro, T., y Costa, C. (2013). De series españolas de éxito a producciones audiovisuales transmediáticas. Análisis de "Águila Roja", "El Barco" y "Amar en tiempos revueltos";. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19, 925-934.
https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42175

Redacción Judicial. (6 de junio de 2019). Marihuana recreativa, el punto de partida de una alianza en el Congreso. *El Espectador*. Recuperado de https://www.elespectador.com/noticias/judicial/si-se-puede-consumir-dosis-minima-en-espacio-publico-corte-constitucional-articulo-864570?fbclid=IwAR04WO2MWL6z9hI_9XIHM1sjQjz46ffeK58ipJx4I-PqCPOwjVsLeaFTLBQ

Redacción Política. (22 de mayo de 2019). Marihuana recreativa, el punto de partida de una alianza en el Congreso. *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/politica/marihuana-recreativa-el-punto-de-partida-de-una-alianza-en-el-congreso-articulo-862130>

Souza, O., y Machado, C. (2010). Consumo «não problemático » de drogas ilegais. *Toxicodependências*, 16(2), 39-47. Recuperado de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0874-48902010000200005&lng=pt&tlng=es.

Thoumi, F. (2009). La normatividad internacional sobre drogas como camisa de fuerza. *Nueva Sociedad*, 222, 42-59.
nuso.org/media/articles/downloads/3620_1.pdf

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (s.f.). Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca: ¿Quiénes somos?. Bogotá D.C., Recuperado de <http://www.unicolmayor.edu.co/portal/index.php?idcategoria=3846>

Universidad del Rosario. (s.f.). Consumo Cuidado. Recuperado de <http://www.urosario.edu.co/consumo-cuidado/sustancias->

Sin consumirte

[psicoactivas/](#)

van Swaaningen, R., y Zaitch, D. (1999). La política de "tolerancia" como control social. Recuperado de revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/download/15819/16251

Anexos

Anexo 1. CV_Camilo Gómez

Archivo adjunto en el CD. Para más información consultar el siguiente enlace <https://www.behance.net/cagomez>

Anexo 2. CV_Juan Bonilla

Archivo adjunto en el CD. Para más información consultar el siguiente enlace <https://www.behance.net/thedavedesigner>

Anexo 3. Mapa de actores

Archivo adjunto en el CD.

Anexo 4. Entrevista cualitativa

Carpeta adjunta en el CD.

Anexo 5. Mapa de empatías

Archivo adjunto en el CD.

Anexo 6. *Model sheet*

Carpeta adjunta en el CD.

Anexo 7. Esquema básico

Carpeta adjunta en el CD, los archivos van nombrados en orden numérico.

Anexo 8. Prototipo de media fidelidad

Archivo adjunto en el CD.

Anexo 9. Segundo testeo_Journey map

Archivo adjunto en el CD en la carpeta Segundo testeo.

Anexo 10. Segundo testeo_Audios

Carpeta adjunta en el CD, contiene los audios de antes y después de cada interacción con el producto.

Anexo 11. Tercer testeo_Audios

Carpeta adjunta en el CD, contiene los audios de antes y después de la interacción con el producto.

Anexo 12. Cuarto testeo_Audios

Carpeta adjunta en el CD, contiene los audios de antes y después de cada interacción con el producto.

Anexo 13. Estrategia de mercado

Archivo adjunto en el CD y en el bolsillo del libro.