

no/a.

AUTOR

AÑO



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA GRÁFICA ACERCA DE LOS BENEFICIOS SOCIALES DE LA
LEGALIZACIÓN DEL CANNABIS EN EL ECUADOR

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciado en Multimedia y Producción Audiovisual,
Mención en Animación.

Profesor Guía:
Carolina Cecilia Loor Iturralde

Autor:
Carlos Vicente Benítez Cedeño

Año:
2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo CAMPAÑA GRÁFICA ACERCA DE LOS BENEFICIOS SOCIALES DE LA LEGALIZACIÓN DEL CANNABIS EN EL ECUADOR, a través de reuniones periódicas con el estudiante Carlos Vicente Benítez Cedeño, en el semestre 2019-10, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Ms. Carolina Cecilia Loor Iturralde

CI: 1714832571

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, CAMPAÑA GRÁFICA ACERCA DE LOS BENEFICIOS SOCIALES DE LA LEGALIZACIÓN DEL CANNABIS EN EL ECUADOR, Carlos Vicente Benítez Cedeño, en el semestre 2019-10, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Ms. Eliana Margarita Barrios Rhor

CI: 1803396942

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Carlos Vicente Benítez Cedeño

CI: 1722519202

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por su apoyo constante, y a los profesores que me ayudaron a lo largo de mi carrera.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a los idealistas de este país y de todo el mundo.

RESUMEN

La legalización del cannabis es un tema que ha generado debate a nivel nacional e internacional, debido a su relevancia en el negocio ilegal de las drogas y su incidencia en la sociedad. En la actualidad está prohibido en casi todo el mundo, sin embargo, algunos países ya han legalizado su uso para fines terapéuticos, notándose los cambios que ha habido en varios aspectos al poco tiempo de la entrada en vigor de sus respectivas leyes. La prohibición del cannabis tiene una incidencia directa e indirecta en la sociedad donde es aplicada y crea prejuicios en torno a una planta que tiene el potencial de tener múltiples usos, es por ello que se ha decidido informar al público objetivo a través de una campaña gráfica sobre los beneficios sociales que el cannabis traería a la sociedad ecuatoriana en caso de ser legalizado.

ABSTRACT

The legalization of cannabis is an issue that has generated a debate in a national and international levels, due to its relevance in the illegal drug business and its impact on society. Currently it is banned in almost all the world, however, some countries have already legalized its use for therapeutic purposes, noting the changes that have occurred in several aspects shortly after the entry of their respective laws. The prohibition of cannabis has a direct and indirect impact on society where it is applied and creates prejudices around a plant that has the potential to have multiple uses, that is why it has been decided to inform the target audience through a graphic campaign about the social benefits that cannabis would bring to Ecuadorian society if it is legalized.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes	2
1.3. Justificación	4
CAPÍTULO II	6
ESTADO DE LA CUESTIÓN	6
2.1. La legalización del cannabis en el Ecuador	6
2.1.1. Breve historia y reseña del cannabis a nivel mundial.....	6
2.1.2. Los efectos del cannabis y cannabinoides sobre la salud.....	16
2.1.3. Beneficios sociales de la legalización del cannabis	26
2.1.4. La marihuana en el Ecuador: aspectos socioculturales	36
2.1.5. La legalización del cannabis en otros países	38
2.1.6. La industria y el cannabis: contexto actual y futuro	42
2.2. Realización de una campaña gráfica	44
2.2.1. Campaña: concepto y tipos.....	44
2.2.2. Anatomía de una campaña gráfica.....	46
2.2.3. Campañas internacionales para una causa social	50
2.2.4. Campañas de éxito en el Ecuador	51
CAPÍTULO III	52
DISEÑO DEL ESTUDIO	52
3.1. Planteamiento del problema.....	52
3.2. Preguntas.....	53
3.2.1. Pregunta general.....	53
3.2.2. Preguntas específicas	53
3.3. Objetivos	53
3.3.1. Objetivo general	53
3.3.2. Objetivos específicos	54
3.4. Metodología.....	54
3.4.1. Contexto y población.....	54
3.4.2. Tipo de estudio.....	54

3.4.3. Herramientas a utilizar	55
3.4.4. Tipo de análisis	55
CAPÍTULO IV	58
DESARROLLO DE LA CAMPAÑA GRÁFICA.....	58
4.1. Propuesta conceptual.....	58
4.1.1. Productos de la campaña gráfica.....	59
4.1.2. Breve análisis de productos similares	60
4.2. Resultados del grupo focal	63
4.3. Proceso creativo	64
4.3.1. <i>Brainstorming</i> , arte conceptual, y bocetos	65
4.3.2. Imagen, cromática y tipografía	68
4.4. Realización del producto	69
4.4.1. Diseño de elementos gráficos	69
4.4.2. Diseño de afiches.....	72
4.4.3. Grabación de voz en <i>off</i> y recopilación de sonidos	76
4.4.4. Producción de la infografía animada	77
4.4.5. Animación.....	78
4.4.6. Diseño del sitio web	82
CAPÍTULO V	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1. Conclusiones	84
5.2. Recomendaciones	84
REFERENCIAS	85
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cannabis timeline	12
Tabla 2. Eficacia del cannabis para reducir convulsiones.	18
Tabla 3. Prevalencia de síntomas en la ingesta en 188 pacientes.....	20
Tabla 4. Efectividad del cannabis sobre algunas enfermedades.....	21
Tabla 5. Medicamentos derivados del cannabis.....	24
Tabla 6. El cannabis en el mundo	38
Tabla 7. El cannabis en Estados Unidos	39
Tabla 8. Herramientas a utilizar.....	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Referencia gráfica	61
Figura 2. Referencia gráfica	61
Figura 3. Referencia gráfica	62
Figura 4. Referencia gráfica	63
Figura 5. Brainstorming	65
Figura 6. Brainstorming	66
Figura 7. Brainstorming	66
Figura 8. Brainstorming	67
Figura 9. Brainstorming	67
Figura 10. Parte del storyboard para la infografía animada.....	68
Figura 11. Imagetipo de la campaña	70
Figura 12. Ilustraciones de culturas.....	71
Figura 13. Ilustraciones varias para la infografía	71
Figura 14. Afiche 1	73
Figura 15. Paleta de colores del afiche 1	74
Figura 16. Afiche 2	74
Figura 17. Paleta de colores del afiche 2	75
Figura 18. Afiche 3	75
Figura 19. Paleta de colores del afiche 3	76
Figura 20. Creación y edición de audio en Adobe Audition	77
Figura 21. Procedimiento de construcción de la infografía 1.....	78
Figura 22. Procedimiento de construcción de la infografía 2.....	79
Figura 23. Procedimiento de construcción de la infografía 3.....	80
Figura 24. Procedimiento de construcción de la infografía 4.....	80
Figura 25. Extracto de la infografía animada 1.....	81
Figura 26. Extracto de la infografía animada 2.....	81
Figura 27. Extracto de la infografía animada 3.....	82
Figura 28. Extracto de la página web en Wix	83

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

El eje de este presente trabajo de titulación es informar a la población ecuatoriana en general acerca de los beneficios sociales que conllevaría en el Ecuador la legalización del cannabis, un tema que concierne mucho a la sociedad contemporánea y además un tema con un amplio debate en la actualidad mundial y nacional.

A través de este planteamiento, se propone desestigmatizar, desmitificar y hacer que los prejuicios que se tienen acerca del tema del Cannabis en el país vayan desapareciendo, informando con bases científicas el por qué es viable y beneficiosa la legalización, usando como producto una campaña gráfica, una de las maneras más rápidas y fáciles para llegar a un grupo o población.

Con esta campaña gráfica, la población podrá tener acceso directo a la información de una manera fácil, directa, y digerida, motivo por el cual se eligió este tipo de producto, por ser uno de los que más rápidamente se puede producir y difundir.

La investigación se divide en cinco capítulos. El primer capítulo contiene la introducción, los antecedentes y la justificación. El segundo capítulo aborda el estado de la cuestión, mismo que estudia y analiza entre todas sus subdivisiones la historia del cannabis, sus usos en la antigüedad, la legalización y el prohibicionismo, el cannabis en el Ecuador, los efectos del cannabis sobre la salud, y también su incidencia sobre la economía, la política, y la sociedad. El tercer capítulo contiene el diseño de estudio, donde incorpora el problema, las preguntas, objetivos y metodología. El cuarto capítulo contiene el desarrollo del proyecto, explicando los recursos utilizados y su por qué. Para finalizar, en el quinto capítulo se plantearán las conclusiones y recomendaciones.

1.2. Antecedentes

El cannabis es una planta que se ha usado desde hace 6000 años a.C. Los chinos la utilizaban para comida, fibra y textiles. Los hindúes la consideran como una “hierba sagrada” y tenía usos medicinales y religiosos. En la Edad Media y el Renacimiento, en Roma, se usaba con fines medicinales. Incluso en el siglo XIX se encontraban disponibles medicinas a base de cannabis en Estados Unidos (Atance y Ruiz, 2000). No fue sino hasta finales de ese siglo y principios del siglo veinte que el cannabis se comenzó a prohibir en varios países del mundo hasta llegar a ser ilegal prácticamente en su totalidad, con excepción de algunos países en los cuales es legal actualmente, y no hace mucho. A lo largo del siglo XX comenzaron a crearse organismos de control de drogas, tales como el *Federal Bureau of Narcotics* y la *Drug Enforcement Administration*(DEA) (Uribe-Holguín, y Jaller, 2013).

Los problemas generados a partir de la ilegalización de las drogas por parte del Estado, a nivel nacional e internacional, provienen de la política del prohibicionismo y su ineficiencia. También tienen su origen en la conveniencia económica y política que conlleva mantener el sistema prohibicionista en lugar de legalizar lo que es básicamente una planta. Siendo la marihuana la droga más consumida a nivel mundial, con más de 180 millones de consumidores en todo el mundo (UNODC, 2016), es concerniente poner especial enfoque en esta droga de entre todas las demás.

Prohibir el cannabis y su libre comercio y distribución no evita que la gente siga accediendo a él, solo lo dificulta muy levemente y beneficia al mercado clandestino e ilegal ayudando a su funcionamiento. Se tiene un gran ejemplo con del caso que ocurrió con EEUU, en los años veinte e inicios de los treinta, cuando el alcohol estaba prohibido. Sin embargo, esto no hizo que la gente dejase de consumir alcohol, al contrario, el prohibicionismo solo generó la creación de mafias y crimen organizado, lo cual evidentemente incrementó la violencia, la

corrupción política y policial, además de que los precios del alcohol se disparasen. Evidentemente esto genera un gran gasto estatal en su intento de detener a los que manejan el mercado clandestino, sin resultados óptimos. Se puede observar que casi todo país alrededor del mundo tiene una rama en sus fuerzas de seguridad que se enfoca específicamente en la lucha contra las drogas (Uribe-Holguín, y Jaller, 2013).

México y Colombia son los dos países más cercanos a Ecuador a los que se puede poner como ejemplo de fracaso con su política anti drogas. Dos países con varias de las mafias y cárteles más organizadas y peligrosas del mundo, dos países donde la violencia relacionada con el narcotráfico se ha cobrado ya demasiadas vidas humanas (Freeman, 2006).

De igual manera, un país un poco más alejado del Ecuador, Filipinas, en donde la administración del presidente actual, Rodrigo Duterte, ha sido la de cero tolerancia a las drogas y toda la gente relacionada a ellas. El país ya cuenta con miles de muertos debido a esto desde el inicio de la administración de Duterte el año pasado (Berehulak, 2016).

Aunque, por otro lado, se tiene otro ejemplo de un país muy cercano al Ecuador, en donde el cannabis ya fue legalizado, Uruguay, bajo la administración del presidente Mujica (Capelli, 2013).

Algunos países alrededor del mundo ya han legalizado el cannabis, y otros están en proceso de regularizarlo o legalizarlo, y es interesante explorar las razones por las cuales estos países decidieron darle paso a este tema.

Una de las principales razones para la legalización del cannabis, muy aparte de los beneficios que conllevaría su legalización, son sus efectos positivos para el tratamiento de algunas enfermedades en el ser humano. El cannabis en muchos países (incluso en los que es ilegal), ya se ha estado usando con fines medicinales (Velázquez, Friman, y González, 2017).

Se lo encuentra como aceite de cannabis, en pastillas, e incluso fumándola, aunque claro, esto es un tema que ha generado debate en la actualidad. Sin embargo, cada vez se da menos cabida a la intolerancia frente a este tema debido a la gran cantidad de investigaciones científicas que demuestran que el cannabis en su uso medicinal es muy beneficioso.

Estos son los antecedentes principales en términos generales que el cannabis tiene en el mundo, es por eso que se considera importante avanzar con la investigación con respecto al tema explorándolo en el contexto social actual en el Ecuador.

1.3. Justificación

El cannabis y las drogas, en general, es uno de los temas que más concierne a la sociedad en el ámbito nacional e internacional. Es un tema de tabú todavía, pero de mucha importancia en la vida de los ecuatorianos pues incide directa e indirectamente en la política, en el Estado, y en la población ecuatoriana.

La marihuana, es de entre todas las drogas, la de más fácil acceso en la juventud y en la población en general en el país. Además, en los informativos ecuatorianos siempre salen con frecuencia noticias relacionadas con capturas de micro traficantes y narcotraficantes de gran peligrosidad, capturas de cargamentos llenos de droga, principalmente marihuana y cocaína. Esto demuestra la gran incidencia y relevancia que está causando esta problemática en el país, es por ello que se considera importante estudiar el tema de la legalización y los beneficios sociales que conllevaría en la actualidad ecuatoriana.

Es por esta razón que el investigador considera de gran importancia hacer un estudio del caso con el objetivo de informar a la población ecuatoriana el por qué debería darse este gran paso en la legislación nacional. El producto generado a

partir de este tema espera ser de gran beneficio para quien lo lea, y busca principalmente informar y quitar los prejuicios que se tienen en torno al cannabis.

Se espera también que el proyecto generado quede como base y referencia para futuras investigaciones en torno al tema, y que pueda llegar a todo el público en general de manera rápida y fácil, es por eso que se eligió dicho producto, la campaña gráfica, al ser una de las principales herramientas publicitarias usadas a nivel privado y estatal para promocionar productos, temas, etc.

El proyecto tiene previsto recopilar toda la teoría en el plazo de aproximadamente cuatro meses, y el desarrollo, producción y publicación del producto en aproximadamente tres meses, por lo que el tiempo en el que estará finalizado el trabajo de titulación y desde donde se verán reflejados los beneficios es de siete meses.

CAPÍTULO II

ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. La legalización del cannabis en el Ecuador

Día a día se puede observar que la visión de la sociedad ecuatoriana en torno al tema de la legalización de la marihuana no tiene una postura muy positiva, debido a la gran cantidad de desinformación y prejuicios que existen en torno a esta planta. No se toma en cuenta que, el cannabis como tal, ha sido utilizado por algunas civilizaciones a lo largo de la historia y que tiene una gran variedad de usos en muchos ámbitos como la medicina, la alimentación, y los textiles. Hace falta analizar y comprobar que las consecuencias de una legalización serían positivas en el ámbito social y que es un tema que, aunque actualmente pueda generar gran controversia a nivel político y/o social; debe estar en la lista de prioridades de la agenda política gubernamental ecuatoriana, y así, dar un gran paso en avance social. En los siguientes capítulos de esta investigación se explorarán todos los temas en torno a esto de una manera detallada.

2.1.1. Breve historia y reseña del cannabis a nivel mundial

El cannabis

El Cannabis es una planta del género *Cannabis* que pertenece a la familia *Cannabaceae* del orden de las urticales. El género *Cannabis* tiene como única especie al cáñamo, que es el Cannabis Sativa, una planta recta, fuerte y aromática que se originó en Asia Central y que actualmente está presente en prácticamente todo el mundo. La planta femenina del Cannabis contiene de manera abundante el principal compuesto activo de la marihuana: El Tetrahidrocannabinol (THC). Varios científicos añaden que el género contiene dos especies más, que son el C. Indica y el C. Ruderalis (Cannabis, 2017).

Compuestos principales del Cannabis

Existen tres tipos de cannabinoides:

Los fito cannabinoides, que se encuentran en las plantas; los cannabinoides sintéticos que se obtienen con procesos químicos, y los endo cannabinoides, presentes en el cuerpo humano y los animales, cada uno con un sistema capaz de sintetizarlos (México Unido Contra la Delincuencia, 2015). En la planta de Cannabis se encuentran presentes más de 104 cannabinoides, sin embargo, los principales se explicarán a continuación:

Tetrahidrocannabinol (THC):

El tetrahidrocannabinol es el compuesto del cannabis más estudiado y conocido de entre todos, y es el responsable de la mayoría de efectos psicoactivos y físicos que la planta produce, es por ello que se encuentra en casi todas las variedades que se comercializan en el mercado, ya que es éste el componente que produce en el consumidor la sensación de estar *high*, por así decirlo (Cervantes,2007).

Cannabidiol (CBD):

Este compuesto está presente en casi todas las variedades del Cannabis. La cantidad de CBD puede variar en gran manera, y puede constituir hasta más del 95% de cannabinoides existentes en la planta. Postpone el comienzo del efecto *high*, sin embargo, puede hacer que se doble el tiempo del efecto (Cervantes,2007).

Cannabinol (CBN):

Este compuesto se produce cuando el THC se oxida o se degrada. Cuando la marihuana contiene altos niveles de CBN hace que el fumador se sienta desorientado y con sueño. Este químico sólo tiene el 10% de la poder psicoactivo del THC (Cervantes, 2007).

Tetrahidrocannabinol (THCV):

Se asocia este compuesto al aroma que tiene la planta del Cannabis. La marihuana que huele más intensamente contiene altas cantidades de THCV. Este compuesto suele provocar que la subida comience rápido, pero asimismo, que termine antes (Cervantes,2007).

Cannabicromeno (CBC):

Este compuesto suele llegar a constituir el 20% de los Cannabinoides presentes en la planta del Cannabis. Se cree que puede dar más intensidad a la estimulación interactuando con el THC (Cervantes, 2007).

Especies de Cannabis

Según la página web Cannabis Consciente (2016) y la Encyclopædia Britannica (2017), existen tres especies de Cannabis:

Cannabis Sativa Sativa:

También conocida como cáñamo (*hemp* en inglés), se originó en Asia. Se caracteriza por su alta estatura (pueden llegar a medir hasta seis metros), poco follaje, tallos huecos y suaves, sus hojas son más largas, y su período de floración es superior a las demás variedades. En esta variedad el THC predomina sobre el CBD. Se cultiva para la producción de fibra, aceite, y para la producción de sustancias psicoactivas.

Cannabis Sativa Indica:

Proviene del sur de Asia y del subcontinente indio. Al contrario de la variedad Sativa, esta se caracteriza por tener mucho follaje, tallo suave, baja estatura (menos de tres metros), y un corto período de floración. Se cultiva especialmente para producir sustancias psicoactivas, sin embargo también suele ser usada para la producción de aceite y fibra.

Cannabis Sativa Ruderalis:

Es una subespecie originaria de Rusia y se caracteriza por tener altos contenidos de CBD. Son pequeñas (miden hasta medio metro) y su período de floración es inferior al de las dos variedades mencionadas anteriormente. Esta variedad, si bien no se usa para fines recreativos, si se usa para fines industriales y medicinales.

Aparte de estas tres especies, existen varios híbridos de los cuales se obtienen cualidades según los gustos del consumidor, tales como mayor producción de THC, sabor a frutas diversas, etc. Algunos investigadores también añaden una cuarta especie, llamada Cannabis afghanica (comúnmente se suele confundir con la C. Indica), que suele medir menos de un metro y medio y se usa específicamente para producir sustancias psicoactivas (Hachís), usando la resina de la planta (Fassio, Rodríguez y Ceretta, 2013).

El Cannabis y sus usos en la antigüedad

Hay muchas fuentes que hablan sobre la historia del Cannabis. Se difiere levemente en fechas, pero en casi en todas se concuerda que su uso data de alrededor del 6000-3000 a.C. y que se originó en China. Se usaba para la obtención de fibra y el aceite de sus semillas. Hay varios libros de la época donde se muestra la relación que tuvo el Cannabis con la medicina china. Huang Ti (2.600 a.C), un emperador chino, escribió un libro llamado *Nei Ching*, del cual se han extraído algunas recetas que aún en la actualidad se aplican, además, es la primera documentación que se tiene sobre el uso del Cannabis en la medicina (Ramos y Fernández, 2000).

Hay otro emperador chino que existió poco tiempo después, llamado Sheng Nung, el cual escribió un libro en el que se recomendaba el uso del Cannabis para la malaria y enfermedades de ese tipo, y también para molestias como las alteraciones menstruales (Ramos y Fernández, 2000).

El cannabis y la religión

Varias civilizaciones del mundo antiguo utilizaban el cannabis con fines religiosos. Los asirios usaban el cáñamo índico (una variedad del cannabis sativa) como incienso en las ceremonias religiosas. El *Avesta*, libro sagrado de los persas, habla sobre los efectos que tiene sobre el sistema nervioso el incienso obtenido del cáñamo. *Shen Nung*, un emperador de la antigua China, decía que el cáñamo consumido en exceso hacía mirar monstruos, pero que si se prolongaba su uso podía aligerar el cuerpo y comunicar con los espíritus. Según el *Atharva Veda*, un texto sagrado del hinduismo, la planta se originó cuando las gotas de ambrosía cayeron del cielo (Alchimia, 2015).

Se describe al dios Shiva como el señor del *bhang*, una bebida tradicional hecha con marihuana, leche, azúcar y especias. Su uso religioso es específicamente en los actos sexuales durante la práctica del yoga tántrico, antes de realizarlo, se consume el *bhang* recitando un mantra para la diosa Kali con el objetivo de incrementar la experiencia. Además, aparte de este uso religioso, esta bebida se convirtió en tradicional, equivaliendo a beber alcohol en occidente, y se suele ofrecer en las casas como muestra de hospitalidad a los invitados. Se dice que el *bhang* limpia los pecados del cuerpo y ayuda a evitar los peligros del más allá a quien lo beba y es consumido a menudo en los festivales hindúes *Holi* y *Maha Shivaratri*. El *charas* también es otra preparación realizada manualmente el cual se basa en un concentrado de resina de cannabis, y tiene la misma importancia que el vino en el cristianismo que en el brahmanismo, se dice que agiliza la mente, potencia el deseo sexual y alarga la vida (Alchimia, 2015).

Los escitas y los egipcios también tenían un incienso ceremonial el cual fabricaban usando la resina del cáñamo. El sintoísmo en Japón lo usaba para ahuyentar espíritus malignos y unir parejas. Los sufís en el islam usaban la marihuana por su creencia de tener la capacidad de unir al creyente con la divinidad (Alchimia, 2015).

Hoy en día, hay religiones que todavía usan el cannabis con fines religiosos, los indígenas mexicanos conocen a la planta como Santa Rosa o Rosa María y la consideran como un medio para comunicarse con la virgen y también como una parte del corazón de Dios y consideran a la planta como una divinidad viva en la Tierra. Los curanderos otopíes y tepehuas (tribus indígenas mexicanas) de las montañas de Puebla en México consumen la planta en infusión en un ritual religioso (Alchimia, 2015).

La religión Rastafari adoptó a la planta para sus rituales religiosos y la consideran la hierba sagrada que eleva el alma, la marihuana se usa como sacramento religioso y consideran que les permite acercarse a Jah (Dios). En muchas religiones la quema de incienso es común en los templos, sin embargo, los rastafaris consideran el cuerpo como un templo y el consumo de la marihuana inhalada vendría a ser el reemplazo de la quema de incienso en el templo real (Alchimia, 2015).

Uso del cannabis en diferentes partes del mundo

En varios países asiáticos se puede encontrar una gran variedad de preparaciones tanto en comidas como en bebidas. Se puede usar al cannabis como condimento y incluso para sazonar pasteles. Sin embargo, los que buscan aprovechar sus efectos psicotrópicos al máximo, prefieren consumir al cannabis fumándolo en lugar de ingerirlo. Dependiendo el país, se llega a usar la resina, las flores o las hojas para las distintas preparaciones (Molina, 2008).

En el Tíbet por ejemplo, los *dugpas* beben una mezcla compuesta de grasa humana y resina de marihuana llamada *momea*, dentro de unas copas hechas de cráneos humanos. En Medio Oriente se toma una mezcla de hachís, opio, nuez vómica y datura, conocida como *madjoun*. También se consume una mermelada que entre sus compuestos contiene hachís, llamada *dawamesk* (Molina, 2008).

En Egipto existe el *chastri*, una bebida compuesta de hachís, azúcar,

aguardiente y hierbas aromáticas. En Marruecos se solía comercializar legalmente el *kif*, una mezcla de hachís con tabaco. Estos son tan sólo algunos ejemplos de la gran variedad de preparaciones que el cannabis ha tenido en distintas culturas alrededor del mundo y a lo largo de la historia. Se puede observar que su uso con fines recreativos, al menos en Asia, ha sido popular desde hace siglos y que incluso su consumo no era un tabú en la sociedad (Molina, 2008).

El cannabis a través del tiempo

El cannabis a lo largo de la historia ha tenido múltiples usos, se ha usado con fines textiles, alimenticios y medicinales. Muchas culturas han hecho uso de esta planta milenaria que desde la antigüedad ha demostrado ser útil para la vida cotidiana (ver tabla 1).

Tabla 1

Cannabis timeline

6.000 a.C	Se usaban semillas de Cannabis como alimento en China.
4.000 a.C	Se usa el cáñamo con fines textiles en China.
2.727 a.C	Primera documentación del uso del cannabis como medicina en China.
1500 a.C	El cannabis es cultivado por los escitas y usado para tejer fina tela de cáñamo. También es cultivado en China para la obtención de fibra y comida.
1200-800 a.C	Se menciona al cannabis como hierba sagrada y una de las cinco plantas sagradas de la India en un texto hindú sagrado llamado <i>Atharva Veda</i> , y ritualmente se usa como ofrenda a Shiva.
700-300 a.C	Tribus escitas usan semillas de cannabis como ofrenda para dejarlas en las tumbas.
500 a.C	El cáñamo llega al norte de Europa gracias a los escitas. Una urna que contiene hojas y semillas del cannabis es encontrada cerca de Berlín y data de esta época.

500-100 a.C	El cáñamo se esparce por todo el norte de Europa.
430 a.C	Heródoto, un historiador griego, informa sobre los usos que los Escitas le daban al cannabis.
70 d.C	Dioscórides, un médico de la antigua Grecia, habla del uso del cannabis como medicamento en Roma.
170 d.C	Galeno, médico griego, habla de los efectos psicoactivos de las semillas del cannabis.
500-600 d.C	El talmud judío menciona al cannabis y sus propiedades eufóricas.
900-1000 d.C	Los estudiosos debaten sobre lo positivo y negativo de comer Hachís mientras su uso se esparce por toda Arabia.
Inicios del XII	Fumar Hachís se vuelve popular en todo Medio Oriente.
Siglo XIII	Los comerciantes árabes traen el Cannabis a la costa de Mozambique en África.
1231	El hachís es introducido en Iraq en el reinado del Califa Al-Mustansir.
1378	Un Emir otomano llamado Soudoun Scheikhouni emite un edicto contra el consumo de Hachís.
1549	Esclavos angoleños traen consigo el cannabis a las plantaciones del noroeste de Brasil. Se les permite sembrarlo entre las cañas y fumarlo durante la cosecha.
1563	<i>Colóquios dos simples e drogas da India</i> es publicado por García de Orta, un médico portugués, libro en el cual se analiza el cannabis y el opio de entre más de 50 plantas y sustancias medicinales.
Siglo XVII	El uso del alcohol, el opio y el hachís se esparce entre los habitantes de la ocupada Constantinopla.
1606-1632	En las colonias de Port Royal, Virgina y Plymouth, los franceses y los británicos cultivan cannabis para el cáñamo.
1798	Napoleón se da cuenta que en Egipto una gran parte de la clase

	baja utiliza frecuentemente el hachís, entonces declara una total prohibición. Sus soldados al volver a Francia llevan consigo la tradición.
1840	En Estados Unidos se pueden encontrar preparaciones medicinales con base de cannabis. En las farmacias persas se puede encontrar hachís.
1856	En India se cobran impuestos sobre el comercio del cannabis y sus derivados.
1890	En Grecia y en Turquía el hachís se vuelve ilegal.
1893-1894	Cada año entre 70.000 y 80.000 Kg de hachís son importados legalmente a India desde Asia Central.
1915-1927	En algunos lugares de Estados Unidos el cannabis para su uso no medicinal comienza a prohibirse.
1928	En Gran Bretaña se prohíbe el uso recreativo del cannabis.
1937	Es aprobada la ley que pone impuesto sobre la Marihuana. Comprar, vender, intercambiar o regalar es ilegal si es que no se paga el impuesto. Es la primera ley en Estados Unidos que regula al cannabis.
1945	El consumo de hachís en India sigue siendo legal
1950	El gobierno marroquí permite que se cultive Kif en las montañas Rif.
1962	El primer hachís hecho en Marruecos.
1965	Primeros reportes del uso de cannabis afgánica para producir hachís en el norte de Afganistán.
1966	El gobierno marroquí intenta purgar las plantaciones de Kif en las montañas Rif.
1973	El gobierno afgano declara ilegal la venta y producción de hachís.
1980	Marruecos se convierte en uno de los países (si no es el principal) que más hachís produce y exporta.
1986	El Dronabinol (THC) es puesto en la lista II por la DEA
1993	Los esfuerzos para erradicar el cannabis en Marruecos se

	reanudan.
1995	Se introduce equipamiento para producir hachís y en los <i>coffee shops</i> de Amsterdam se comercializa hachís producido localmente.
1996	El Estado de California aprueba la “Proposición 215”, una ley que aprueba el uso médico del cannabis bajo receta médica.
2004	En el Estado de Virginia se lleva a cabo la tercera conferencia nacional clínica acerca del cannabis terapéutico.
2008	La Aduana de Estados Unidos encuentra productos sintéticos basados en cannabinoides bajo nombre de marcas como “Spice”.

Nota. Usos del cannabis a través del tiempo. Adaptado de *Cannabis Timeline* (2016) por Erowid.

Si bien se omitieron algunos acontecimientos, en esta línea de tiempo se relatan los sucesos más importantes y/o relevantes que tuvieron lugar con el cannabis desde el inicio de la humanidad hasta la pasada década. Cabe recalcar que en esta segunda década del siglo XXI han ocurrido otros acontecimientos importantes, por ejemplo, la legalización de la marihuana en Uruguay a finales del 2013 bajo el mando del presidente Mujica (Capelli, 2013).

El cannabis y la medicina

Como ya se vio anteriormente en los apartados que hablaban de la historia del cannabis, se puede analizar que esta planta no es nada nueva en el mundo de la medicina. Se pudo observar que tanto los chinos, griegos como romanos la conocían y la usaban para preparaciones médicas que trataban diversas dolencias. También se pudo ver que en Estados Unidos se encontraban preparaciones hechas en base al cannabis desde el siglo XIX y que incluso hoy en día, después de haber pasado por algunas políticas regulatorias y prohibicionistas, el cannabis se sigue usando con fines médicos en ciertos estados de EEUU. Se ha comprobado científicamente los beneficios que tienen los cannabinoides sobre la salud, para tratar enfermedades como el cáncer o la epilepsia, y muchas otras más, sin embargo, también se ha comprobado los

efectos negativos que puede tener en el aspecto cognitivo en ciertas edades de la vida humana y consumiéndolo de forma diferente. De esto se hablará y profundizará en el siguiente apartado que tiene que ver con todo lo relacionado a la salud y el cannabis.

2.1.2. Los efectos del cannabis y cannabinoides sobre la salud

Usos múltiples del cannabis como tratamiento para enfermedades

Como ya se vio brevemente en los apartados anteriores, el cannabis ha sido usado para tratar enfermedades y diversas dolencias desde hace miles de años, sin embargo, es necesario hablar de cómo se lo usa en la actualidad en el área de la medicina. Los principales cannabinoides usados para la medicina son el THC y el CBD. Si bien es cierto que el THC es psicoactivo, se usa el CBD para contrarrestar su psicoactividad, sin afectar sus beneficios médicos. Existe un sistema en el organismo llamado Sistema Cannabinoide Endógeno (SCE), también conocido como Sistema Endo cannabinoide, que se encarga de emitir y recibir señales químicas con el objetivo de regular la homeostasis en el cuerpo humano. Existen dos principales receptores en este sistema que forman parte de este proceso de regulación, denominados receptores para cannabinoides (RCB) (también se los denomina como endo cannabinoides), llamados CB1 y CB2 (Comisión Nacional contra las Adicciones, 2014).

Estos endocannabinoides actúan en el cuerpo humano de múltiples formas. En el cerebro son un tipo de neurotransmisores que actúan de manera inversa al resto de neurotransmisores, y de manera que actúan de neuromodulador, denominándose su proceso como sinapsis retrógrada, siendo capaces de regular o evitar la liberación de otros neurotransmisores tales como la dopamina, serotonina y glutamato que en cantidades grandes pueden ser perjudiciales para el cuerpo humano (Comisión Nacional contra las Adicciones, 2014; México Unido Contra la Delincuencia, 2015).

Los cannabinoides obtenidos del cannabis ayudan a estimular los endocannabinoides del cuerpo humano siendo usados para tratar las siguientes enfermedades y trastornos. Aunque los efectos del cannabis sobre estas enfermedades no se han estudiado a fondo, parecen tener un futuro prometedor, solamente limitado por las leyes estatales (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2017).

Efecto antiemético y estimulante del apetito:

En los pacientes del cáncer, los efectos secundarios de la quimioterapia son náuseas y vómitos. Estos se pueden tratar con algunos tipos de fármacos o placebos. Los cannabinoides son igual de efectivos que la mayoría de estos tratamientos. Después de varios estudios en pacientes, y a pesar de causar en algunas reacciones adversas, tales como sedación, euforia, disforia, mareos y sensación *high*, existe una leve evidencia de que se prefiere a los cannabinoides sobre los placebos, y una evidencia más fuerte de que los pacientes los prefieren sobre otros antieméticos (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2017).

A pesar de ello, aunque hay abundancia de anécdotas y reportes sobre los beneficios del cannabis inhalado o consumido oralmente, se concluyó que no habían reportes de buena calidad y posteriormente no había evidencia para apoyar el uso de los cannabinoides como primera opción en el tratamiento antiemético, debido a las limitaciones que existen para las investigaciones sobre los beneficios del cannabis en este tipo de enfermedades, por las leyes existentes en los países donde se quiere investigar. Al final, se concluye que existe evidencia suficiente para afirmar que el uso de cannabinoides es efectivo en el tratamiento de las náuseas y el vómito provocados por la quimioterapia (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2017).

Pérdida de peso y apetito en pacientes con VIH / SIDA:

Existe evidencia limitada que demuestra que los cannabinoides orales son efectivos aumentando el apetito y disminuyendo la pérdida de peso causada por

el VIH/SIDA (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2017).

Por otro lado, hay estudios muy recientes hechos *in vitro*, que indican que los cannabinoides pueden inhibir la expansión del VIH en las células humanas primarias T, y también se ha demostrado que los cannabinoides pueden disminuir la capacidad de adhesión de los leucocitos para expandirse en los sitios de inflamación (Costiniuk *et al.*, 2019).

Epilepsia:

el 1% de la población mundial sufre de epilepsia y alrededor del 30% no se la trata con medicamentos adecuados. El cannabidiol (CBD) tiene un gran poder anticonvulsivante y una neurotoxicidad mínima. Múltiples reportes sugieren que el cannabis tiene propiedades anticonvulsivantes y que podría servir para el tratamiento de la epilepsia, sin embargo, no cuentan con la calidad suficiente para demostrar su eficacia (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2017).

A pesar de esto, el uso de los cannabinoides en el tratamiento contra la epilepsia podría tener un futuro prometedor, pues han surgido nuevos reportes (ver tabla 2) el último año donde hacen análisis y observación en estudios clínicos en donde se administraba CBD diariamente a 670 pacientes en un período de entre tres y doce meses, y se reportó una mejora en la frecuencia de convulsiones en dos tercios de ellos (Pamplona, da Silva, & Coan, 2019).

Tabla 2

Eficacia del cannabis para reducir convulsiones.

Referencias	Pacientes	Mejora reportada	>50%	>70%	Dosis media diaria
Reportes totales	670	399/622	216/553	83/311	(2-50 mg/kg)
Promedio	100%	64%	39%	27%	15,0 mg/kg

CBD puro (6)	137	37%	37%	22%	22,9 mg/kg
CBD puro (7)	7	86%	71%	57%	22 mg/kg
CBD puro (8)	13	85%	70%	46%	24,6 mg/kg
CBD puro (9)	18	72%	50%	22%	37,7 mg/kg
CBD puro (10)	48	NR	42%	NR	28,2 mg/kg
Extracto rico en CBD (11)	19	84%	74%	42%	7,0 mg/kg
Extracto rico en CBD (12)	117	85%	NR	NR	4,3 mg/kg
Extracto rico en CBD (28)	75	57%	33%	NR	NR
Extracto rico en CBD (13)	74	89%	34%	18%	22,9 mg/kg
Extracto rico en CBD (14)	43	83%	67%	42%	<10 mg/kg
Extracto rico en CBD (15)	119	49%	24%	NR	NR

Nota. Reporte clínico de la eficacia del cannabis en el tratamiento para reducir las convulsiones. *Corrigendum: Potential Clinical Benefits of CBD-Rich Cannabis Extracts Over Purified CBD in Treatment-Resistant Epilepsy: Observational Data Meta-analysis.* (2019) por Pamplona *et al.*

Glioma:

El glioma es un tumor cerebral que crece en el cerebro y la médula espinal y que parte de las células gliales. Hay varios estudios que demuestran que los cannabinoides son efectivos contra el glioma y las células cancerígenas que ayudan a su crecimiento. En los estudios se demostró que los cannabinoides son capaces de seleccionar las células cancerígenas y matarlas (Rocha, Júnior, Stefano, & Silveira, 2013).

Autismo:

Entre el 2015 y el 2017 se realizó un programa de tratamiento a 188 pacientes con autismo, utilizando aceite de cannabis que contenía 30% de CBD y 1,5% de THC. De todos los pacientes, la mayoría informó haber tenido mejorías significativas (30,1%), moderadas (53,7%) y leves (6,4%), mientras que una pequeña parte (8,6%) no tuvo cambios en su condición. Por lo tanto, el cannabis

parece ser una buena opción para tratar los síntomas relacionados al autismo (Bar-Lev, Mechoulam, Saban, Meiri, & Novack, 2019).

A pesar de los múltiples ensayos sobre los efectos que los cannabinoídes tienen sobre algunas enfermedades, se puede notar que en algunos hace falta más estudios y evidencia, pues en varios estudios se reporta que el cannabis suele ser efectivo, pero en determinados grupos (National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine, 2017).

Tabla 3

Prevalencia de síntomas en la ingesta en 188 pacientes.

	Prevalencia de ingesta total (188)	Cambio a los seis meses		
		Síntoma desaparecido	Mejoras	Ningún cambio ni deterioro
Inquietud, No. (%)	170 (90.4)	1 (1.2)	71 (89.8)	7 (8.8)
Ataques de rabia, No. (%)	150 (79.8)	1 (1.3)	65 (89.0)	7 (9.5)
Agitación, No. (%)	148 (78.7)	1 (1.4)	57 (83.8)	10 (14.7)
Problemas para dormir, No. (%)	113 (60.1)	9 (19.5)	27 (58.6)	10 (21.7)
Discapacidad del habla, No. (%)	113 (60.1)	—	15 (30)	35 (70)
Deterioro cognitivo, No. (%)	91 (48.4)	—	15 (27.2)	40 (72.7)
Ansiedad, No. (%)	69 (36.7)	—	24 (88.8)	3 (11.1)
Incontinencia, No. (%)	51 (27.1)	2 (9.0)	7 (31.8)	13 (59.0)
Convulsiones, No. (%)	23 (12.2)	2 (15.3)	11 (84.6)	—

Movilidad limitada, No. (%)	17 (9.0)	2 (18.1)	—	9 (81.8)
Estreñimiento, No. (%)	15 (8.0)	1 (12.5)	6 (62.5)	2 (25)
Tics, No. (%)	15 (8.0)	1 (20.0)	4 (80.0)	—
Problemas digestivos, No. (%)	14 (7.4)	1 (12.5)	5 (62.5)	2 (25.0)
Apetito incrementado, No. (%)	14 (7.4)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)
Falta de apetito, No. (%)	14 (7.4)	2 (40.0)	1 (20.0)	2 (40.0)
Depresión, No. (%)	10 (5.3)	—	5 (100.0)	—

Nota. Prevalencia de síntomas en la ingesta en 188 pacientes. *Real life Experience of Medical Cannabis Treatment in Autism: Analysis of Safety and Efficacy.* (2019) por Bar-Lev et al.

La siguiente tabla (ver tabla 4) se ha adaptado de la publicación de *National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine* para el presente proyecto, se puede visualizar el resumen de las enfermedades en las cuales se ha demostrado que el cannabis tiene eficacia con evidencia concluyente, evidencia moderada, y evidencia limitada para su respectivo tratamiento.

Tabla 4

Efectividad del cannabis sobre algunas enfermedades

Efectividad del cannabis	Evidencia concluyente	Evidencia moderada	Evidencia limitada
- Tratamiento del dolor crónico en adultos. - Antiemético en el tratamiento de las náuseas y vómitos inducidas por la quimioterapia. -Para mejorar los síntomas de espasticidad de esclerosis múltiple.			

Mejora en el sueño de individuos con trastornos del sueño asociados con AOS, bromialgia, dolor crónico y esclerosis múltiple.			
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento del apetito y disminución de la pérdida de peso asociada con el VIH / SIDA. - Mejora de los síntomas de espasticidad de la esclerosis múltiple. - Mejora de los síntomas del síndrome de Tourette. - Mejora los síntomas de ansiedad. - Mejora de los síntomas del trastorno de estrés postraumático. 			

Nota. Efectividad del cannabis sobre algunas enfermedades. Adaptado de *The Health effects of cannabis and cannabinoids* (2017) por National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine.

El cannabis y sus efectos psicoactivos en el cuerpo humano

Los efectos más comúnmente reportados del consumo de marihuana son la sensación de bienestar y euforia, risa excesiva y generalmente los que lo consumen tienden a hablar bastante y a parecer más sociables. La sensación de estar *high* tiene como efecto la distorsión del sentido del tiempo asociada a la pérdida de la memoria a corto plazo y déficit en el aprendizaje (Beverido, 2010).

La marihuana, tal y como la consumen los usuarios regulares, perjudica a la coordinación motora, teniendo efecto sobre la estabilidad de las manos, la exactitud de los movimientos y la pérdida de la estabilidad corporal. De igual manera, se presenta dificultad para mantener una conversación entendible, por la incapacidad de recordar lo que se dijo algunas palabras atrás. Los efectos

psicotrópicos asociados al cannabis no tienen un valor terapéutico, sin embargo, la reducción de la ansiedad, el mejoramiento del carácter y el efecto sedante podrían ser cualidades valoradas en los medicamentos. Aunque la euforia sea el efecto más común de fumar marihuana, pueden ocurrir reacciones adversas en el humor, reportándose ansiedad, paranoia, pánico, y depresión (Beverido, 2010).

El cannabis afecta al funcionamiento cognitivo en el aprendizaje, la memoria y la atención. Su consumo en la adolescencia se asocia con deficiencias en el rendimiento académico, búsqueda de empleo y en las relaciones sociales. (Beverido, 2010).

Medicamentos derivados del cannabis que actualmente son comercializados

El primer fármaco cannabinoide en el mercado farmacéutico fue la nabilona, autorizada en 1981 y aprobada por la FDA en 1985 como tratamiento antiemético en los pacientes de cáncer en Estados Unidos. Fue comercializada bajo el nombre de Cesamet®, que era básicamente THC sintético. Posteriormente en 1985, en EU y Canadá se aprobó el propio THC bajo el nombre de Marinol®, que servía igualmente como antiemético y que se utilizó también para tratar la anorexia y para tratar la pérdida de peso en las víctimas del SIDA (Callado, 2012).

Recientemente, en el 2005, fue aprobado en Canadá un medicamento en forma de spray bucal basado en THC y CBD (el último compuesto, como se explicó anteriormente, inhibe las propiedades psicoactivas del THC) bajo el nombre de Sativex®, usado para el tratamiento de los espasmos musculares que causa la esclerosis múltiple y actualmente autorizado para prescribirse para el dolor provocado por el cáncer y dolores neuropáticos. Desde el 2006, en Europa se encontraba disponible el Rimonabant, que bloqueaba el receptor endocannabinoide CB1, inhibiendo el apetito, por lo cual se utilizaba como tratamiento para pacientes con obesidad, pero aproximadamente dos años

después fue retirado del mercado en gran parte del mundo debido a que se asociaba su uso con reacciones psiquiátricas negativas (Callado, 2012).

En la tabla 5, se explica un poco más detallado cuáles son los medicamentos actualmente existentes que son derivados del cannabis:

Tabla 5

Medicamentos derivados del cannabis

Producto	Tipo	Vía de administración	Descripción
Cannabidiol (CBD)	Derivado natural	Cápsula oral Espray bucal	Cannabinoides no psicoactivo extraído de la planta de cannabis.
Cannabis	Derivado natural	Múltiple	Se encuentran presentes múltiples cannabinoides.
Cannador	Derivado natural	Cápsula oral	THC y CBD extraídos del cannabis.
Epidiolex®	Derivado natural	Aceite	CBD concentrado extraído del cannabis.
Nabiximol (Sativex®)	Derivado natural	Espray bucal	THC y CBD extraídos de

			dos variedades de plantas de cannabis.
Tetrahydrocannabinol (THC)	Derivado natural	Cápsula oral Inhalado(fumándolo) Espray bucal	Principal cannabinoide psicoactivo presente en el cannabis.
THC/CBD	Derivado natural	Cápsula oral	Mezcla de dos cannabinoide s, siendo el THC psicoactivo y el CBD no.
Ácido ajulémico (Aja)	Derivado sintético	Cápsula oral	Cannabinoide sintético no psicoactivo.
Dronabinol (Marinol®; Syndros®)	Derivado sintético	Cápsula oral	THC sintético.
Nabilone (Cesamet®)	Derivado sintético	Cápsula oral	Cannabinoide sintético análogo del THC.

Nota. Fármacos basados en el cannabis. Adaptado de *The Health effects of cannabis and cannabinoids* (2017) por National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine.

Cabe recalcar que algunos de estos medicamentos, principalmente el THC, han tenido efectos secundarios casi siempre en una minoría de pacientes de varios

estudios médicos, algunos de estos efectos secundarios son: euforia, somnolencia, y sedación (Ben Amar, 2006).

2.1.3. Beneficios sociales de la legalización del cannabis

Aunque en el anterior apartado ya se explicó profundamente los beneficios que el cannabis tiene sobre la salud y todos sus usos y fármacos basados en esta planta que sirven para tratar varias enfermedades, es de suma importancia hablar sobre los beneficios que conllevaría su legalización, analizando el cómo afecta a la sociedad ecuatoriana y mundial en general el hecho de que esta planta esté prohibida. El cómo incide en el día a día la guerra contra las drogas en el bienestar social, el crimen organizado y la proliferación de la corrupción en prácticamente todas las áreas del sistema. Este apartado quiere analizar y explicar el por qué la política prohibicionista con respecto al cannabis y otras sustancias psicotrópicas es ineficiente y obsoleta.

¿Por qué el cannabis fue prohibido?

El uso del cannabis comenzó a hacerse ilegal en varios países desde inicios del siglo XX. Comenzando desde pequeñas regulaciones e impuestos, estas leyes prohibicionistas fueron creciendo con intereses económicos y religiosos. En 1910 apareció la primera ley prohibicionista en Estados Unidos, en ese entonces, el uso del cannabis era muy habitual en los locales de jazz de Nueva Orleans y también en México (Gazmuri, 2014).

La iglesia católica comenzó a presionar para que promulguen leyes que prohíban su uso debido a sus efectos psicoactivos. Un empresario norteamericano llamado Randolph Hearst se había lucrado grandemente gracias a la producción de papel que daba la industria maderera y su negocio se veía afectado debido a la competencia que daba el papel de cáñamo mexicano, que resultaba ser un sustituto muy barato de la pasta de papel normal (Gazmuri, 2014).

Hearst, teniendo como ventaja su cadena de periódicos, empezó a desprestigiar al cannabis y a difundir teorías xenófobas y racistas en contra de la comunidad afroamericana y los mexicanos, diciendo que la marihuana los convertía prácticamente en criminales (Gazmuri, 2014).

Como era de esperar, esto no tardó en hacer eco sobre los mandatarios de los distintos estados y poco a poco el uso del cannabis se fue estigmatizando. A esto se le sumó el apoyo de Harry J. Anslinger, en ese entonces encargado de la Oficina Federal de Narcóticos, quien apoyaba con teorías racistas a Hearst. No tardó en sumarse a esta confabulación la industria petroquímica Du Pont, que veía como competencia a los tejidos de cáñamo frente a su patentado Nylon. La industria farmacéutica tampoco podía faltar en esta alianza, debido a que el cannabis era una fuerte competencia a sus medicinas convencionales y que incluso se podía cultivar de manera casera, lo cual era una amenaza directa para su negocio, de hecho, desde la mitad del siglo XIX hasta un poco antes la mitad del siglo XX, los medicamentos con base de cannabis eran los más recetados en Estados Unidos (Gazmuri, 2014).

De manera que en el año 1937 apareció el *Marihuana Tax Act*, la ley que promulgaba la prohibición del cannabis, y la opinión pública estaba convencida de que se trataba de una droga dura y peligrosa pese a que no exista hasta el día de hoy evidencia sobre ello. Desde entonces, el proceso de prohibición del cannabis fue extendiéndose por todo el mundo occidental hasta llegar a ser ilegal actualmente en la gran mayoría de países en el mundo (Gazmuri, 2014).

La prohibición del cannabis trajo a la sociedad consecuencias negativas, se creó un mercado negro principalmente liderado por las mafias narcotraficantes, aumentaron las muertes en el mundo criminal, se comenzó a estigmatizar incluso a los consumidores medicinales del cannabis y como producto de todo esto se produjo el hacinamiento en varias cárceles, sobre todo en Estados Unidos (Gazmuri, 2014).

Esto provoca un gran despilfarro de los recursos públicos de cada país que destina muchísimo dinero a la guerra contra las drogas y genera un problema de salud pública, ya que, debido a su ilegalidad, no existe un control de calidad sobre los derivados del cannabis comercializados clandestinamente, de este modo, las drogas peligrosas son las que son prohibidas, la prohibición determina la farmacología de la sustancia y no al contrario. De la misma manera, el prohibicionismo ralentiza y limita en gran manera las pocas investigaciones que se llevan a cabo sobre el cannabis y su aplicación en la medicina, debido a la falta de apoyo social y estatal (Gazmuri, 2014).

La marihuana, una de las drogas que más ingresos genera en los narcotraficantes

Siendo la marihuana la droga más consumida a nivel mundial, según el World Drug Report (2016), con 182.4 millones de consumidores, es de vital importancia poner un especial enfoque en esta droga, que si es que fuese legalizada reduciría alrededor del 26% de los ingresos de los narcotraficantes que anualmente genera una ganancia entre 1000 y 2000 millones de dólares a los cárteles mexicanos (ya que en Estados Unidos el valor de la libra de marihuana se multiplica por diez) y sabiendo que México abastece alrededor del 30% y 50% de la marihuana que se consume en Estados Unidos (IBD, 2016).

La guerra contra las drogas en el Ecuador

El narcotráfico en el Ecuador es una amenaza para la paz, la estabilidad económica, la seguridad, la vida y la democracia (Espinosa, 2009).

La guerra contra el narcotráfico en Colombia ha tenido serias repercusiones en la frontera norte ecuatoriana. Si bien el Ecuador no es considerado uno de los principales países productores de droga, su cercanía a Colombia y su posición geográfica en la zona andina donde se encuentran países productores lo pone casi en el punto de mira dentro del debate de la política antidrogas (Espinosa, 2009).

Tanto Colombia como Estados Unidos han solicitado al gobierno ecuatoriano el incremento de fuerzas armadas en la frontera norte del país, y el gobierno de Estados Unidos ha puesto recursos para este fin. Miles de soldados durante el gobierno de Gutiérrez se movilizaron hacia la frontera y se declaró a muchas de estas zonas como “áreas de reserva” bajo intervención de la policía y el ejército por su alta conflictividad (Rivera, 2005). A pesar de ello, las drogas siguen entrando al Ecuador principalmente desde Colombia.

El año pasado se capturó a un narcotraficante ecuatoriano, Edison Prado Álava, alias “Gerald”. Él construyó su propia organización criminal hasta llegar a ser el homólogo del cártel de Sinaloa en la región andina, y además tenía base en Colombia y Ecuador. El narcotraficante transportaba la droga desde Tumaco, el sur de Colombia, hasta Santo Domingo, para de ahí pasarla a Manabí, donde el mar era el aliado de esta organización para poder transportar la droga a EEUU (El imperio del narcotráfico que montó ‘Gerald’, 2017).

Alias Gerald tenía algunas causas penales abiertas, como tráfico de personas, sicariato, intento de asesinato, entre otras. Colombia y Estados Unidos tuvieron que alertar al gobierno ecuatoriano sobre sus actividades para que se pueda dar paso a su captura. Dentro de la organización criminal de alias Gerald participaba un capitán de la policía nacional ecuatoriana, que proveía de protección e información al cártel de Álava (El imperio del narcotráfico que montó ‘Gerald’, 2017).

Varios lancheros en Jaramijó (pueblo costero en Manabí), que en el pasado se dedicaban a la pesca, fueron reclutados por el cártel para transportar la droga hacia alta mar a cambio de varios miles de dólares. Muchos de estos ex pescadores son capturados en aguas internacionales por la marina de algunos países, debido a ello, actualmente hay varios ecuatorianos cumpliendo condenas de varios años en países como Estados Unidos, Colombia, Guatemala, El Salvador y México (Velasco, 2016).

A pesar de que la guerra contra las drogas en el Ecuador no es tan parecida a la de otros países como Colombia, donde se han producido varios conflictos armados (Espinosa, 2009), la guerra al parecer se debería centrar en prevenir que los grupos vulnerables del país sean reclutados por estas mafias, que aprovechan la situación de pobreza que viven varios habitantes de pueblos costeros para reclutarlos y ofrecerles hasta 70000 dólares por viaje (Ortega, 2016), una oferta tentadora muy difícil de rechazar para muchos pescadores que ven que el negocio de la pesca artesanal cada día es menos rentable y que a su vez deja en evidencia la situación económica actual del país.

La guerra contra las drogas en el Ecuador a su vez se torna complicada, pues a pesar de no ser un país productor, es un país el cual los narcotraficantes utilizan mucho como tránsito de drogas, sin embargo, este tema se explorará en el siguiente punto.

Ecuador, el país del tránsito de drogas

El Ecuador no produce suficiente cocaína y otras drogas ilegales como para considerarlo una amenaza para la seguridad nacional e internacional, sin embargo, está involucrado en el problema del narcotráfico con dos aspectos. Por una parte, el país es considerado como un país de tránsito de drogas y también (aunque no esté comprobado suficientemente) como un país donde se lava dinero (Rivera, 2005).

Ecuador, al ser un país pequeño, con salida al mar y ubicado entre Colombia y Perú, se presta bastante para el tráfico y tránsito de drogas. Un estudio de la Unión Europea y la Policía de las Américas (AMERIPOL) señala que “Ecuador es considerado como un país de tránsito, centro de acopio y redistribución de estupefacientes” (Ecuador es un país de redistribución de drogas, 2014).

Según la Oficina de la ONU contra la Droga y el Delito (UNODC), el Ecuador en el 2014 incautó alrededor de 61,6 toneladas de drogas, incluyendo 50,1 toneladas de cocaína (Ecuador está libre de cultivos, 2015). El siguiente año,

2015, la cifra que el país incautó aumentó en casi veinte toneladas, para ser exactos, 79,2 toneladas, de las cuales 63 iban destinadas a mercados internacionales (Ecuador se incauta de 79,2 toneladas de drogas, 2016).

El año pasado, 2016, el Ecuador alcanzó una cifra récord en decomiso de drogas, incautando 110 toneladas, de las cuales 96,06 iban destinadas a la venta internacional, siendo la mayoría cargamento de cocaína. Por otro lado, la Policía Nacional ese mismo año, desarticuló 100 organizaciones que se dedicaban al tráfico de drogas y al lavado de activos (Ecuador decomisa récord de 110 toneladas de drogas, 2017).

Se puede notar un incremento de incautación cada vez más alto mientras van pasando los años, pero también se puede notar que en la mayoría de los casos, gran parte de la droga decomisada iba destinada al tráfico internacional, por lo que demuestra que el país no es el destino principal de los narcotraficantes, sino un lugar de tránsito de drogas.

Ecuador es un importante punto de conexión del narcotráfico hacia mercados internacionales, la frontera norte es usada para el abastecimiento de químicos destinados a la fabricación de drogas en el sur de Colombia, además de que la dolarización en el país podría ser atractivo para el lavado de dinero (Espinosa, 2009).

Ecuador transporta droga que en su mayoría ya viene procesada de Perú y Colombia, el traslado se realiza por vía terrestre, aérea y marítima. La droga es embarcada en lanchas rápidas en las costas de las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena y El Oro y en alta mar se entrega el cargamento a otras embarcaciones que continúan su ruta hacia las costas centroamericanas y mexicanas, para finalmente llegar a Estados Unidos o Europa. A pesar de que por mucho tiempo se ha considerado a Ecuador como un país de tránsito de droga, sin embargo, al haberse encontrado y desmantelado algunos laboratorios de procesamiento de droga, el país aparte de servir para el tránsito también lo está haciendo para el refinamiento y el acopio de drogas (Calderón, 2011).

Como se mencionaba en el apartado anterior, las regiones vulnerables y pobres del país, como los pueblos costeros que dependen casi exclusivamente de la pesca artesanal, se ven amenazados por el crimen organizado. Las mafias que trafican con droga reclutan a muchos pescadores para realizar viajes a alta mar con cargamento pesado de droga hacia Norteamérica, y muchos de estos pescadores no han vuelto, pues son capturados por patrullas marítimas de países centroamericanos y también por países como México y Estados Unidos (Velasco, 2016).

Violencia relacionada con drogas a nivel mundial y su comparación con el Ecuador

Los casos más cercanos al Ecuador que se pueden citar son México y Colombia. Dos países que mueven mucha droga en el mercado internacional. La violencia relacionada con las drogas en México y en los demás países en general es causada por el mercado ilegal de la droga. Esta actividad al no estar protegida ni amparada por leyes en el ámbito legal, al no poder firmar contratos ni documentos legales, maneja su sistema de otra manera: la violencia. Con ella se elimina a la competencia, se controla territorios, se intimida, se extorsiona, y se “solucionan” conflictos entre cárteles (Freeman, 2006).

De igual manera, el hecho de que en el caso de México se capturen los máximos líderes de los cárteles, puede contribuir a aumentar la violencia debido a que siempre que un cártel se queda sin líder se ve envuelto en guerras con otros cárteles que quieren tomar el poder y control de nuevas rutas y territorios al ver la organización rival debilitada (Freeman, 2006).

El Ecuador no tiene niveles de violencia relacionados con el narcotráfico tan altos como otros países, algo que podría deberse a que el país no es un productor de drogas y, por lo tanto, no hay competencia entre bandos rivales locales por controlar el mercado, como pasa en México y Colombia (Freeman, 2006).

Corrupción política y policial debido a las drogas

El tráfico de drogas se aprovecha de las condiciones en las que están los países en desarrollo, corrompiendo al Estado con sus ganancias y ayudando a que otras actividades ilícitas como el tráfico de humanos y de armas sigan existiendo. En estos casos, se llega a tener casi todo el cuerpo estatal corrompido, y casos increíbles, como por ejemplo narcotraficantes financiando campañas electorales de gente que les conviene en el poder (Haken, 2011).

Por otro lado, la corrupción policial y de agentes de aduanas no se queda atrás, y suele ser frecuente incluso en Estados Unidos. Existen muchos reportes de fuentes gubernamentales en donde se pueden encontrar los casos de corrupción por parte de la policía estadounidense, los agentes aduaneros, y las patrullas fronterizas. Algunos de sus crímenes tienen que ver con aceptar sobornos a cambio de no perseguir y arrestar a los traficantes, protegerlos, robo de dinero y drogas cuando atrapan a otros traficantes, venta de drogas robadas, proporcionan falso testimonio y crean reportes criminales falsos. De igual manera en EU se han arrestado varios empleados de la aduana y protección de frontera estadounidense, por los delitos de soborno, corrupción, entrada de cargamento ilegal dentro de EUA, entre otros (Drug War Facts, 2017).

Se puede observar que los casos de corrupción incluso en el país “más poderoso del mundo” son inevitables. La mejor opción parece ser la legalización, como dice Restrepo (2013):

La legalización como alternativa al prohibicionismo fortalece al Estado porque, de un lado, puede limitar el poder corruptor del narcotráfico al restarle ingresos y, con ello, capacidad de influencia política y social; y, de otro lado, porque el Estado al reconocer un marco de existencia legal para un ciudadano diferenciado, el cual ahora actúa de forma colectiva y organizada para reclamar lo que considera el contenido sustantivo de un derecho: el consumo de marihuana sin ser perseguido y castigado funge

efectivamente como el garante de una democracia contemporánea que da lugar a la pluralidad. (p.78)

El narcotráfico es fruto de la política prohibicionista y ha penetrado en el sistema político de muchas maneras. Las noticias sobre políticos corruptos relacionados al narcotráfico son muy frecuentes, principalmente en países como Colombia o México. El poder económico y militar que tiene el narcotráfico se fortalece gracias al prohibicionismo y a la corrupción que tienen los políticos (Restrepo, 2013).

Al involucrarse el tráfico de drogas en la política, afecta a la democracia pues el poder político funciona para beneficiar a intereses privados en lugar de velar por el bienestar social. Con la legalización se restaría bastante poder el narcotráfico y afectaría directamente en sus finanzas. Desde el ámbito de la legalidad, el consumidor va a elegir el lugar donde pueda conseguir el producto con calidad garantizada en lugar de arriesgarse a comprar en el mercado ilegal, pues este no tiene una regulación al no ser legal. Con esto, restaría ingresos al narcotráfico y consecuentemente su capacidad de corromper la política (Restrepo, 2013).

Lavado de activos relacionado con drogas

El lavado de activos trata de aparentar que el origen del dinero, bienes u otros activos, son lícitos, cuando en realidad provienen de delitos graves como el tráfico de drogas, trata de personas, corrupción, etc. Esta actividad constituye una gran amenaza para la economía y para la seguridad, debido a que con estas ganancias “legales” se siguen financiando actividades ilícitas y se crean negocios falsos donde existe una competencia desleal debido a que a los dueños de estos negocios no les interesa ganar con lo que supuestamente venden, sino con el lavado de dinero (UNODC, s.f.).

El lavado de activos es una de las partes más importantes en el narcotráfico, debido a que con esto se financia el negocio. El lavado transforma y purifica el dinero obtenido ilegalmente en algo lícito, incorporándolo dentro de la economía legal en el campo nacional e internacional (Bermeo, 2015).

Los principales riesgos que involucra el lavado de activos son:

- Sociales: se favorece indirectamente a los criminales, pues se permite que su dinero o bienes ilícitos se puedan legalizar.
- Económicos y financieros: se producen alteraciones en el sistema financiero e industrial, siendo los sectores vulnerables los más afectados, además de que daña la integridad de la economía.
- Reputacional: los organismos, entidades y personas particulares involucradas pierden prestigio y reputación (UAF, s.f.).

Formas del lavado de dinero

- Fraccionamiento: se introduce el dinero en el mercado a través de varias transacciones con la complicidad de funcionarios de algunas entidades financieras, por extorsión o por soborno.
- Licuado: el dinero ilegal es combinado con las ganancias de las empresas legales, lo cual es posteriormente presentado como rentas de la empresa.
- Contrabando de dinero: movimiento de dinero físico desde fuera del país. Transferencias electrónicas o bancarias que se hacen a través de la web moviendo dinero ilegal de una entidad financiera a otra.
- Doble facturación: falsa facturación de exportaciones e importaciones en la que se declaran cantidades ficticias,
- Garantías de préstamo: entregar garantías para luego pagar por los préstamos.
- Amnistías fiscales: disposiciones políticas tomadas por los gobiernos de algunos países (Bermeo, 2015).

Paraísos fiscales y su implicación en el lavado de activos

Los paraísos fiscales son aquellas localizaciones geográficas en donde la legislación es flexible en el ámbito tributario y financiero. Se caracterizan porque

son muy estrictos con la reserva bancaria. Es por ello que estos lugares constituyen un lugar perfecto para blanquear el dinero ilícito del crimen organizado (Beltrán, 2002).

El lavado de dinero en los paraísos fiscales comprende tres etapas:

1. Colocar el dinero ilícito en el sistema bancario del paraíso fiscal para esconder su origen.
2. Separar la fuente del dinero a través de la creación de sistemas complejos para dificultar el rastreo posteriormente, siendo de gran ayuda la legislación de los paraísos fiscales en relación al secreto bancario, por lo cual fácilmente se pueden crear empresas o sociedades ficticias.
3. Fase de la integración, en donde se coloca el dinero blanqueado dentro del sistema financiero formal, preferencialmente realizada en países que generan menor sospecha.

En el mundo existen varios países y territorios en donde la legislación tributaria y financiera es flexible o prácticamente nula, entre los cuales se pueden citar a Panamá, Mónaco, Suiza, Macao, Singapur, Andorra, Gibraltar, Islas Caimán, entre otros (Beltrán, 2002).

2.1.4. La marihuana en el Ecuador: aspectos socioculturales

Perspectiva social de los ecuatorianos en torno a la marihuana y su consumo, además de legislación reciente sobre el tema

La prohibición de las drogas en el Ecuador comenzó en el año 1934, sin embargo, esta política se adoptó debido al ambiente internacional y no porque las drogas fueran un problema para el país en aquel entonces (Jácome, 2013).

El gobierno de León Febres Cordero en el año 1985 hizo un acuerdo bilateral con Estados Unidos que implicaba la inversión de dinero y el permiso para que la DEA trabaje en el Ecuador, sin tener efectos notables en el objetivo de erradicar las drogas. Hasta el año 2005 el 33,5% de los hombres privados de

libertad estaban en las cárceles ecuatorianas por delitos relacionados a drogas, aumentando la cifra a 77% en las mujeres (Jácome, 2013).

Se puede observar la desproporción que tiene la ley en los castigos contra estos delitos relacionándolos con delitos contra personas directamente, de manera que una persona acusada de tráfico de drogas puede recibir una pena mayor a la de un homicida, además de que el sistema judicial no distingue jerarquías, pudiendo ser igual la pena contra una mula que contra el jefe de un cartel (Jácome, 2013).

La marihuana es la droga más consumida y de más fácil acceso en el Ecuador según la Secretaría Técnica de Drogas (2014). Esto demuestra que el prohibicionismo no afecta en lo absoluto. Esta droga se comercializa en bares, discotecas, colegios y universidades sin que las autoridades puedan hacer nada para detenerlo, ya que prácticamente es imposible. Sin embargo, esto ha provocado la creación de un prejuicio, mucha gente al escuchar la palabra marihuana lo asocia con aspectos negativos: drogadicción, delincuencia o holgazanería, debido a que principalmente han visto sus efectos psicotrópicos usados en la manera inhalable del cannabis, además de que se suele decir que es una droga de “entrada” a las demás.

El tráfico de drogas en el Ecuador y la legislación en su contra ha provocado consecuencias sociales, la mayoría de personas encarceladas por delitos con estupefacientes son personas con bajos recursos que tuvieron que recurrir al narcotráfico para poder sobrevivir, siendo el eslabón más bajo de los carteles: las mulas y los microtraficantes (Calderón, 2011). Hace poco, el gobierno ecuatoriano indultó a 1500 personas relacionadas con este delito y de paso descongestionó las cárceles que estaban hacinadas de personas que solo habían servido de mulas o habían sido micro traficantes. Se observó que un porcentaje muy bajo de presos eran líderes de estas organizaciones criminales, haciendo notar que los operativos antidrogas solo se dedicaban a capturar a pequeños traficantes nacionales o extranjeros, siendo la mayoría de estas mujeres en situación de vulnerabilidad socioeconómica (Calderón, 2011).

2.1.5. La legalización del cannabis en otros países

Países en donde la marihuana con fines medicinales es legal y países donde está despenalizada

Existen países donde el uso del cannabis está legalizado totalmente, en otros solo lo es con fines medicinales, hay otros países donde no es legal ni su uso terapéutico, pero con autorización del gobierno se puede hacer excepciones, hay países donde incluso el consumo es ilegal, países donde el consumo de acaba de legalizar, etc. Son tantas las regulaciones que esta planta tiene alrededor del mundo que es algo complicado tratar este apartado. Sin embargo, en la siguiente tabla se dividen los países según su legislación en torno al tema.

Tabla 6

El cannabis en el mundo

Cannabis	Países
Legal	Estados Unidos (algunos estados), Uruguay, Sudáfrica.
Medicinal	Canadá, México, Colombia, Argentina, Chile, Puerto Rico, Finlandia, Alemania, Polonia, República Checa, Macedonia, Turquía, Italia, Croacia, Israel, Australia.
Despenalizado	España, Holanda, Suiza, Austria, Eslovenia, Estonia, Ucrania, Moldavia, Georgia, India, Bangladesh, Camboya, Jamaica, Bélize, Costa Rica, Ecuador, Perú, Bolivia, Paraguay.

Nota. El cannabis en el mundo. Adaptado de *El reto de legalizar el cannabis* por Pérez, M. (2017).

En Estados Unidos, el uso del cannabis con fines medicinales es legal en veinticinco estados y en proceso de serlo en varios más, mientras que en algunos pocos estados su uso con fines recreativos es legal, entre ellos Colorado y California (Huddleston, 2016).

A continuación, una tabla sobre las regulaciones del cannabis en Estados Unidos:

Tabla 7

El cannabis en Estados Unidos

Cannabis	Estados
Ilegal	Idaho, Utah, Wyoming, Dakota del Sur, Nebraska, Kansas, Missouri, Texas, Kentucky, Tennessee, Alabama, Virginia, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Nueva York.
Legal	Washington, Oregón, California, Nevada, Alaska, Colorado, Massachussetts, Maine.
Medicinal	Arizona, Nuevo México, Montana, Oklahoma, Dakota del Norte, Minnesota, Iowa, Wisconsin, Illinois, Arkansas, Louisiana, Michigan, Ohio, Maryland, Pennsylvania, Virginia del Oeste, Vermont, New Hampshire, Connecticut, Rhode Island.
Despenalizado	Delaware

Nota. El cannabis en EEUU. Adaptado de *El reto de legalizar el cannabis* por Pérez, M. (2017).

Consecuencias positivas y negativas de la legalización en estos países

La marihuana hasta el momento casi no ha tenido impacto en los estados donde ha sido legalizado, según el reporte de la *Drug Policy Alliance* (2016), hablando específicamente de Colorado, Washington, Alaska y Oregón. El reporte encontró algunas cosas como:

El consumo de marihuana en los adolescentes no ha cambiado: en Washington y Colorado, las encuestas estatales no mostraron casi ningún cambio en el consumo de marihuana entre los adolescentes desde que la legalización fue aprobada.

Los arrestos por posesión de marihuana han disminuido: en todos los estados los arrestos por posesión, cultivo y distribución de marihuana han disminuido desde que está vigente la legalización. Esto ha ahorrado millones de dólares al estado y ha prevenido la criminalización de miles de personas (Ingraham, 2016).

La legalización casi no ha tenido impacto en las muertes por accidentes de tránsito: en Colorado y Washington, las estadísticas de accidentes de tránsito se han mantenido casi iguales desde antes de la legalización. Los detractores de la legalización señalan que, a pesar de que la tasa de accidentes de tránsito ha cambiado poco, los conductores en los accidentes ahora están más propensos a dar positivo en las pruebas de marihuana en lugares como el estado de Washington (Ingraham, 2016). Sin embargo, esa afirmación es cuestionable, pues los niveles de marihuana en la sangre no se pueden medir de la misma manera que con el alcohol, además de que los compuestos psicoactivos de la marihuana, como el THC, se absorben lentamente en el cuerpo y pueden detectarse en la sangre mucho después de que haya pasado la alteración psicoactiva.

Han aumentado los ingresos fiscales, sin embargo, no son muy significativos para el presupuesto estatal: la marihuana trajo 129 millones de impuestos en Colorado y 220 millones en Washington en los últimos años fiscales. Estos ingresos financian gastos generales del Estado, construcción de escuelas y la regulación legal de la marihuana. Sin embargo, estos números no son tan significativos, representan menos del 1% del presupuesto general del Estado (Ingraham, 2016).

En Holanda, la legalización del consumo del cannabis tuvo consecuencias positivas, reduciendo los casos de delitos de narcotráfico y fomentando a que haya más investigaciones científicas sobre la marihuana. Sin embargo, no todo ha sido color de rosas para el mercado de la marihuana en dicho país. Los vacíos legales en torno al cannabis han generado problemas. Lo único autorizado es su venta y sólo en lugares específicos, los llamados *coffeeshops*. Por lo que básicamente los locales que comercializan cannabis tienen que adquirirlo de fuentes ilícitas, sin embargo, recientemente el congreso holandés aprobó un proyecto de ley que proponía la regulación de los cultivos de cannabis, aunque aún requiere aprobación de otros organismos estatales (Ferrer, 2017).

Los *coffeeshops* de igual manera se han visto amenazados de varias maneras. El estado anteriormente les permitía tener 1500 gramos de cannabis dentro del establecimiento y en la actualidad solo se les permite tener 500 gramos, por lo que básicamente hay un límite para las ganancias y conlleva a cuestionarse la rentabilidad del negocio. También se han visto afectados por una legislación que no les permite estar cerca de establecimientos escolares, específicamente a menos de 250 metros, lo que ha llevado al cierre de varios establecimientos (Los emblemáticos ‘coffeeshops’ pierden espacio en Holanda, 2017).

Por otro lado, los *coffeeshops*, también han estado involucrados en tiroteos, que, según los dueños de los establecimientos, son una manera de boicotear el negocio por parte de los vendedores ilegales, debido a que muchos locales se han clausurado o son suspendidos por meses debido a estas acciones, que son consideradas peligrosas para la ciudadanía (Membrado, 2017).

En el caso de Uruguay, el único país de Latinoamérica donde la marihuana recreativa es legal, ha habido problemas con algunos bancos, que se niegan a manejar dinero proveniente del expendio del cannabis, por lo cual una de las escasas farmacias que lo comercializaba dejó de expendirla. Uno de estos bancos es el BROU, un banco estatal que para no ver comprometida su operación en dólares decidió anteponer la legislación estadounidense antes que la uruguaya, anunciando que cerraría las cuentas de aquellas farmacias que comercialicen marihuana (Martínez, 2017).

Algo similar está pasando en el estado de California, en donde se plantea crear un banco público exclusivamente para las ganancias del cannabis, ya que muchos bancos normales no quieren verse involucrados con el dinero generado de esta nueva industria (Ximénez, 2017).

Cambiando al ámbito ambiental, el consumo de energía por parte de los productores de cannabis ha generado un gran impacto. En el proceso del cultivo en masa, por querer emular a la luz solar se utilizan potentes focos que

consumen gran cantidad de energía eléctrica, además también se usan ventiladores que pretenden de igual manera imitar a la brisa. Por lo que, según un estudio reciente, producir un kilo de marihuana genera el mismo daño ambiental que atravesar Estados Unidos en coche siete veces (Milman, 2017), y la estimación de un científico de la Universidad de California afirmó que el cultivo interior de cannabis consumía el 1% del total de energía usada en todo EEUU (Mills, 2012).

2.1.6. La industria y el cannabis: contexto actual y futuro

Creación de una nueva industria legal a partir del cannabis

La industria legal del cannabis en Estados Unidos está creando aproximadamente 122.000 empleos, con el estado de California encabezando la lista en donde más empleos hay, con 43.000 del total (Barcott y Peake, 2017). Los investigadores afirman que el mercado legal del cannabis en EEUU generó alrededor de siete millones de dólares en el 2016 (Reuteman, 2017).

El Estado de California se convirtió a principios de este año en el mercado legal más grande de marihuana recreativa a nivel mundial. Los mayores de 21 años pueden comprar hasta una onza por persona en establecimientos autorizados (Ximénez, 2017).

No se puede fumar en público ni a menos de 300 metros de un centro educativo o un parque infantil, así como tampoco conduciendo. Se podrán cultivar hasta seis unidades y el producto no podrá salir del Estado. El impuesto es del 15% sobre la venta y cada municipio puede agregar sus propios impuestos (Ximénez, 2017).

El sitio web 420careers.com se dedica a publicar ofertas relacionadas con el mercado del cannabis en Estados Unidos, otro sitio web, Pijamasurf (2016), recopila algunos de sus puestos publicados más populares:

- Budtender: es la persona que se encarga de atender a los consumidores en los establecimientos, su función es conocer los tipos de cannabis disponibles.
- Representantes de ventas: es la persona encargada de surtir los inventarios de los establecimientos con productos relacionados al cannabis.
- Técnicos de extracción: personas que se encargan de operar maquinaria especializada en la extracción del aceite del cannabis.
- Productores de comestibles: Aquí se requieren cocineros, panaderos, pasteleros y chefs para la industria culinaria del cannabis.
- Seguridad de dispensarios: personas requeridas para guardianía de los establecimientos donde se expende cannabis.
- Desbrozadores: personas encargadas de separar las plantas y empacarlas para su posterior venta.
- Gerente de dispensario: una persona que administre el establecimiento y tenga mucho conocimiento del cannabis.

Otro sitio web llamado vangsters.com también se dedica a publicar ofertas de empleo relacionadas con el mercado del cannabis.

Pasando al caso de Holanda, la industria del cannabis no es algo nuevo. Los *coffeeshops* han existido durante décadas (Coffeshops en Amsterdam, s.f.). Son lugares donde se puede adquirir marihuana de forma legal hasta una cierta cantidad, sin embargo, los dueños de estos establecimientos se han visto afectados económicamente por medidas gubernamentales y boicoteos de gente desconocida (Membrado, 2017), como se explicaba en el apartado anterior.

A pesar de ello, el futuro de la industria del cannabis parece ser prometedor y muy diverso hablando especialmente de Estados Unidos. En el Estado de California, un grupo de señoras jubiladas empezó a hacer pequeños negocios en torno a la marihuana, tanto recreativa como medicinal, creando una gran variedad de productos complementarios al cannabis. Lo paradójico del caso es que estas personas en algún momento tuvieron prejuicios en torno a la planta,

pero dado el momento de la legalización los perdieron al poder descubrir sus beneficios, prefiriendo consumir en el ámbito medicinal productos basados en el cannabis en vez de opiáceos (Ellin, 2017).

En el apartado anterior también se mencionaban las dificultades que surgieron en California y Uruguay en lo que respecta al manejo de las ganancias de esta nueva industria. Al ser una droga blanda lo que se comercializa, estos establecimientos no pueden tomarse a la ligera la administración de este dinero, tienen que ser fuertemente regulados y aún así algunas instituciones financieras no se la juegan y deciden no involucrarse en el proceso (Martínez, 2017). Debido a ello, en California se ha planteado crear un banco público donde se puedan almacenar las utilidades producto del negocio del cannabis (Garza, 2018). Queda mucho por desarrollarse, pues existen muchos vacíos legales que deben tratarse eficientemente.

2.2. Realización de una campaña gráfica

En este apartado se explorarán las diversas maneras que existen de realizar una campaña gráfica, los productos que se pueden generar, el software que se puede utilizar, así como los medios en donde se puede publicitar o plasmar el producto final. Se explorarán los tipos de campañas que existen y se dará un breve repaso por las campañas a nivel nacional e internacional que han tenido éxito y las que el autor considera que son un punto de referencia clave para la realización de su producto. También se expondrán las partes indispensables que debe tener una campaña para la correcta comunicación de la idea.

2.2.1. Campaña: concepto y tipos

¿Qué es una campaña?

Según el Diccionario de la Lengua Española (2017), una campaña es el conjunto de actos y esfuerzos de diversa índole que se aplican para conseguir un determinado fin. Existen algunos tipos de campaña dependiendo de los objetivos

de cada persona. Sin embargo, existen otras definiciones de lo que es una campaña, pues se debe especificar qué campaña es o con que fines será usada.

¿Qué es una campaña publicitaria?

Una campaña publicitaria es el conjunto de técnicas utilizadas para dar a conocer un producto, una marca, o una empresa (Enciclopedia de Clasificaciones, 2017). También se define a la campaña publicitaria como un plan de publicidad para una serie de diversos anuncios. La campaña se diseña estratégicamente para alcanzar un conjunto de objetivos y resolver un determinado problema (Guzmán, 2003).

Tipos de campañas publicitarias según la identificación del producto:

- Comerciales: buscar generar una buena imagen en torno al producto con el que tratan de lucrar, mostrando valores de la empresa, pueden ser utilizadas con fines lucrativos, económicos, políticos o sociales (Guzmán, 2003).
- Institucional o de imagen: algunas de estas campañas pueden ser similares a las campañas de bien público o propaganda, con la diferencia que estas tienen fines comerciales. Las empresas con estas campañas buscan tener una buena reputación entre la población, lograr generar una visión positiva hacia la institución, a veces respaldando a bienes públicos o privados, patrocinándolos y auspiciándolos (Guzmán, 2003).
- No comerciales: como dice su nombre, no persiguen fines de lucro. Pueden ser para promover una idea o un tema de bienestar cívico o propaganda política, entre otros (Guzmán, 2003).
- Propaganda: cuando no existe un interés lucrativo de por medio se habla de la propaganda, el tipo de campaña que promueve ideologías, personas, etc. Las campañas electorales, las de la legalización del aborto y las que promueven la eliminación del consumo de tabaco son buenos ejemplos de este tipo de campañas (Guzmán, 2003).

Cívica o de interés público: estas son las campañas que realizan entidades sin fines de lucro, fundaciones o empresas afines. Se usa para promover temas como la cultura, el turismo o el patriotismo (Guzmán, 2003).

2.2.2. Anatomía de una campaña gráfica

Elementos indispensables en una campaña gráfica

Según Gómez (2012), las herramientas utilizadas en una campaña dependerán del medio en el cuál se vaya a publicar:

- Impreso: periódicos, revista, pancartas, folletos, volantes, catálogos, *flyers*, vallas publicitarias posters, entre otros.
- Televisión: comerciales.
- Internet: páginas web, *banners*, enlaces, spots publicitarios, videos virales redes sociales, revistas en línea, *mailing*, entre otros.
- Radio: canciones, anuncios en vivo y anuncios grabados.

La publicidad gráfica puede llegar a ser muy versátil, abarcando desde los típicos anuncios en los periódicos o revistas a vallas publicitarias, folletos, y trípticos. Es importante saber elegir que tipo de productos gráficos son adecuados para cada entorno (Marketing Directo, 2011).

En una campaña gráfica, las principales herramientas usadas serán:

- Afiches: el punto de partida que da a conocer al público una campaña son los afiches. Los afiches regularmente se usan en lugares abiertos donde son un medio masivo que atrae el interés de las personas.
- Vallas: las vallas se han vuelto algo común en el paisaje urbano, esta herramienta es muy útil en una campaña, pues con un corto mensaje se llega a una gran cantidad de público que desde sus vehículos observan la publicidad.
- *Banners*: los banners son muy útiles en una campaña gráfica pues se pueden usar cuando hay poco espacio, casi siempre son verticales.

- Paletas publicitarias: las paletas son otro medio muy utilizado en publicidad exterior.
- Souvenirs: los souvenirs son objetos que sirven como incentivo o regalo para que las personas recuerden la campaña o simplemente una marca. Entre los souvenirs más utilizados están los botones metálicos, memorias extraíbles, llaveros, esferos y cuadernos.
- Redes sociales: las redes sociales son un medio de comunicación directo en el campo digital. Son una parte importante en cualquier campaña, ya que hoy en día una gran parte de las personas poseen una cuenta en alguna red social (Paredes, 2014).

En la publicidad gráfica se han identificado trece formatos diferentes para atraer eficaz y creativamente a los consumidores (23 inspiradores ejemplos de publicidad gráfica, 2011):

- Información y datos: se mezclan imágenes impactantes con la información relacionada al tema.
- Pensamiento fresco: a veces no hace falta mostrar el producto en el anuncio, con ideas originales se puede hacer notar la ausencia del producto en el anuncio.
- Imagen: las imágenes estáticas a veces son suficientes para dar a entender un mensaje sin efectos visuales ni sonidos.
- Explotar el potencial dramático: a veces es muy eficaz mostrar el producto desde una perspectiva dramática.
- Exagerar: va relacionado al anterior, es muy necesario para explotar al máximo el potencial del producto.
- Comparación: se destacan las ventajas del producto frente a la competencia preferiblemente de manera sutil.
- Contar una historia: una buena manera de transmitir un mensaje es incluir al producto dentro de una historia.
- Aprovechar el impacto visual: se llama la atención con la composición gráfica, a veces de manera grotesca.

- Imágenes *lifestyle*: se asocia la idea con conceptos ya conocidos por el consumidor con el fin de que se asocien a la marca.
- Ideas *Media-Driven*: el *outdoor* está en auge.
- Grafismo: le añade originalidad al producto
- Parodia: se parodia a productos ya hechos como series de TV, dibujos animados, etc.
- Participación: se genera un producto en donde el consumidor tenga que participar.

Software y herramientas utilizadas para la creación de contenidos

Los programas que más suelen ser utilizados para la creación de gráficos, edición y generación de imágenes en el mundo publicitario son los siguientes:

Adobe Photoshop: se lo considera uno de los mejores programas de diseño gráfico, este programa se usa con diversos fines, que van desde el retoque fotográfico, la creación de imágenes, el diseño web, hasta incluso la edición de video (Rivera, 2016).

- *Adobe Illustrator*: otro programa de Adobe que se usa para generar gráficos, diseño web, entre otros, a diferencia de Adobe Photoshop que trabaja con píxeles, este trabaja con vectores, con lo cual tiene una ventaja que le permite ampliarse o reducirse sin que tenga que reducirse la calidad del trabajo por esta razón (¿Cuáles son los programas más utilizados en diseño gráfico?, s.f., Rivera, 2016).
- *Autodesk Maya*: es un software de animación y creación de contenido 3D que proporciona herramientas para modelado y renderizado. Su uso es recomendado para el diseño gráfico, publicidad o cine (6 programas top de animación en cine y publicidad, 2011; Olachea, 2014).
- *Autodesk 3d Max*: al igual que Maya, también es un programa de modelado 3D. Se usa normalmente para la creación de videojuegos, aunque también es usado para proyectos de animación, arquitectura, efectos especiales, etc. (6 programas top de animación en cine y publicidad, 2011; Olachea, 2014).

- *Sketchup*: es un programa de modelado 3D menos complejo que los anteriores que se usa principalmente para arquitectura (6 programas top de animación en cine y publicidad, 2011; Olachea, 2014).

Línea gráfica y estructura de una campaña

Esta parte es una de las más importantes de una campaña pues en esta se definirá la paleta de colores a usar, tipografía, estilo gráfico, etc. Se puede ver que según el *target* para el que va dirigida una campaña o cualquier producto en general, la línea gráfica cambia, o bien en los colores generalmente, o bien en la forma de los gráficos (Paredes, 2014).

- Posicionamiento y *namings*: desarrollo del concepto en torno al cual se construirá la marca. Partiendo desde el concepto se crea el nombre del producto (Rami y Lopez, 2013).
- Concepto del diseño: se desarrollan las propuestas gráficas que se tienen para el producto a partir del nombre y su posicionamiento. Se busca un modo de que el producto sea fácilmente identificable y reconocible, dando importancia aquí a elementos indispensables como la cromática y la tipografía (Paredes, 2014).
- Cromática: se desarrolla una cromática según el tipo de producto y su alcance en el mercado y población, comparándose con cromáticas de temas similares.
- Logotipo y símbolos: aquí se definirá la composición visual, la línea gráfica con la cuál se definirá el producto y sus elementos visuales (Paredes, 2014).
- Color: con ayuda de la cromática se hacen pruebas de color para observar y decidir cuál será el definitivo para la identidad corporativa del producto.
- Tipografía: se elige la tipografía que formará parte del producto final. Una tipografía legible y adaptable a las variantes que tenga el producto, con diferenciación de productos similares (Paredes, 2014).

2.2.3. Campañas internacionales para una causa social

La Campaña Internacional para Abolir las Armas Nucleares (ICAN) es una campaña global presente en 80 países fundada hace casi once años. Es apoyada por personas famosas como Dalai Lama, Yoko Ono y el ex secretario general de la ONU. Ha tenido tanto éxito que fue ganadora del Premio Nobel de la Paz el 2017. Hicieron que 56 países firmen formalmente el tratado de prohibición de armas nucleares (ICAN, s.f.).

En su página web <http://es.icanw.org> se encuentra una gran cantidad de información detallada sobre el programa nuclear de cada país, así como argumentos sólidos del por qué se deberían abolir las armas nucleares. También se encuentran disponibles recursos gráficos para apoyar a la campaña y su página en Facebook es una de las herramientas más utilizadas para difundir sus ideas.

La organización **World Wild Fund (WWF)** ha hecho campañas gráficas muy creativas a favor de la protección de los animales. Una de ellas fue #LastSelfie, que en alianza con la aplicación Snapchat logró crear una campaña muy creativa aprovechando la moda de las *selfies*, que a pesar de que parecía estar muy explotada pudo sacar una propuesta interesante y exitosa. En la campaña se muestran fotos de animales salvajes como el oso polar, el tigre de bengala y el oso panda, tomadas en modo *selfie* en donde se le comunica a la audiencia un corto mensaje: “No dejes que esta sea mi última *selfie*”. Las imágenes se compartían por Snapchat, una aplicación popular entre los jóvenes (Evia, 2014).

#YoMePongoEnSusZapatos es una campaña promovida por una ONG argentina llamada Mamá Cultiva, formada por un grupo de cultivadores, madres, y familias en general de niños que padecen de epilepsia refractaria y otras patologías, con el objetivo de promover leyes que apoyen y faciliten el uso del cannabis en forma medicinal. La campaña se dio a conocer bajo los hashtags de #YoMePongoEnSusZapatos y #AutocultivoYa, usando a algunos famosos para

difundirlo en redes sociales (#YoMePongoEnSusZapatos: la campaña a favor del cannabis medicinal con famosos, 2016).

2.2.4. Campañas de éxito en el Ecuador

All You Need Is Ecuador

All You Need Is Ecuador es una campaña lanzada por el Ministerio de Turismo que proyectó al país turísticamente a nivel internacional, iniciando en febrero del 2014 como un movimiento internacional en redes sociales, usando el *hashtag* de #AllYouNeedIs, interactuando con el público y usando después los datos recopilados para la posterior campaña. De esta forma, esta campaña ha tenido una gran difusión internacional, llegando a proyectarse en 14 países del mundo a través de las redes sociales, canales de televisión, medios impresos, vallas, buses, entre otros (Ministerio de Turismo, 2014).

Trident y su campaña en redes sociales

Trident, una marca de chicle de la empresa Kraft Food, tuvo éxito y sonó mucho en la televisión y redes sociales con su campaña publicitaria que lleva el lema de “Vamos x un millón de amigos”, teniendo éxito seguramente por la interacción que tuvo con los usuarios en las redes sociales principalmente (Korntheuer, 2011).

Panas Fútbol Club, de punto 99 y KFC

Esta campaña se llevó a cabo en las fechas del pasado mundial de fútbol, con el objetivo de incrementar los pedidos a domicilio, creando el Panas Fútbol Club, un club de personas que consumen KFC mientras ven los partidos del mundial. Se creó una aplicación en Facebook que contenía cinco minijuegos y su objetivo era motivar al jugar a llegar a tiempo al partido de fútbol, compartirlo con sus amigos y un pedido de KFC. La aplicación tuvo promoción con un pequeño sketch creado por EnchufeTV. Esta campaña tuvo como resultado el incremento de pedidos durante los meses del mundial y de la campaña (Albán, 2014).

CAPÍTULO III

DISEÑO DEL ESTUDIO

3.1. Planteamiento del problema

El problema surge de la desinformación que la población ecuatoriana tiene con respecto al cannabis, debido al estigma histórico que esta planta tiene. Sin embargo, existe una paradoja en torno a este problema, ya que la sociedad acepta y ve como normal el consumo de tabaco y alcohol, drogas estadísticamente mucho más dañinas y/o peligrosas que el cannabis como tal.

Este tema se selecciona como objeto de estudio debido a que es una de las mayores problemáticas sociales en el país y en el mundo actualmente, un tema que concierne a toda la población ecuatoriana en general, y tiene el afán de informar sobre todos los beneficios sociales que conllevaría la legalización de esta planta tan desprestigiada en la sociedad actual. Beneficios tales como la reducción de la violencia y la corrupción, la creación de una nueva industria estatal y/o privada con la creación de una gran variedad de productos derivados de la planta, el cannabis en la medicina, y los efectos negativos que conlleva una política prohibicionista en el cannabis y las demás drogas.

El producto escogido para dar a conocer el tema no ha sido usado antes en el país para fines similares, pero se ha notado su efectividad cuando se lo ha utilizado para dar a conocer otros productos o ideas. Por eso, este tema fusionado con el producto busca ser innovador y de mucha relevancia e importancia en el área social y en el área de la comunicación gráfica busca ser trascendente, didáctico y atractivo al público en general. Se busca dejar un antecedente para que en un futuro próximo se pueda usar esta investigación o este producto como base para promover iniciativas innovadoras que busquen informar y/o promocionar una idea tanto en el ámbito público como en el privado.

En el ámbito personal y profesional, el proyecto busca ser de ayuda al investigador como antecedente de una gran investigación con buenas bases científicas sobre uno de los temas que más relevancia y polémica posee actualmente, además usando los conocimientos adquiridos en la carrera, creando uno de los productos más usados para la publicidad, como lo es una campaña gráfica.

3.2. Preguntas

3.2.1. Pregunta general

¿Cómo se debe elaborar una campaña gráfica que sirva para informar sobre los beneficios sociales que conllevaría la legalización del cannabis en la sociedad ecuatoriana actual?

3.2.2. Preguntas específicas

1. ¿Qué beneficios sociales tiene la legalización del cannabis?
2. ¿Qué productos debe incorporar una campaña gráfica sobre la legalización del cannabis?
3. ¿Qué enfoque es el más apropiado para la campaña gráfica sobre la legalización del cannabis en los jóvenes ecuatorianos?
4. ¿Qué información en relación con los beneficios sociales de la legalización del cannabis deben incorporar los productos?

3.3. Objetivos

3.3.1. Objetivo general

Desarrollar una campaña gráfica en favor de la legalización del cannabis para informar sobre los beneficios sociales que tendría en el contexto de Ecuador.

3.3.2. Objetivos específicos

1. Analizar los distintos beneficios sociales que conllevaría la legalización del cannabis en la sociedad ecuatoriana.
2. Determinar los productos más adecuados para la elaboración de una campaña gráfica sobre la legalización del cannabis en Ecuador.
3. Identificar el enfoque más apropiado para la campaña gráfica en favor de la legalización del cannabis entre los jóvenes ecuatorianos de 18 a 30 años.
4. Desarrollar los distintos productos de la campaña gráfica incorporando información sobre los beneficios sociales de la legalización del cannabis.

3.4. Metodología

3.4.1. Contexto y población

El estudio se llevará a cabo en la Universidad de Las Américas ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador, como parte del proyecto de titulación de la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual. Se efectuará desde el mes de marzo de 2018 a julio de 2018. Este trabajo de titulación va dirigido a los jóvenes ecuatorianos, en el rango de 18 a 30 años, de entre los quintiles tres y cinco, que muestren interés en informarse sobre los beneficios sociales de la legalización del cannabis en el país.

3.4.2. Tipo de estudio

El tipo de estudio es cualitativo ya que se usará a un grupo focal como herramienta, cuyo objetivo será la obtención de recomendaciones e ideas basadas en las opiniones y conclusiones del ejercicio entre los participantes con el propósito de elaborar exitosamente de la campaña gráfica que muestre los beneficios de la legalización del cannabis en el país. El alcance es exploratorio por la cantidad de información recopilada para sustentar el proyecto y descriptivo

pues dicha información será trasladada a una campaña que tendrá como objetivo dar a conocer al consumidor el producto final llevado a cabo.

3.4.3. Herramientas a utilizar

Tabla 8

Herramientas a utilizar

Herramienta	Descripción	Propósito
Grupo focal	De entre a ocho a doce jóvenes ecuatorianos entre 18 y 30 años.	Obtener retroalimentación sobre los enfoques de la investigación, llegando a un consenso general para trabajar sobre ello.

3.4.4. Tipo de análisis

El análisis se llevará a cabo de acuerdo con la información recopilada en la investigación realizada por el autor, para posteriormente analizar los temas más importantes a mostrarse en el producto y determinar de qué manera se mostrarán. Esto es, elegir un límite de productos a realizar y la manera más eficaz de mostrarlos, usando para ello la herramienta que es el grupo focal, para proceder con la realización del producto. Las herramientas para la creación de los productos serán los programas de diseño aprendidos a lo largo de la carrera, además de las habilidades creativas del autor.

El presente estudio está conformado por cuatro fases: la investigación y exploración, el planteamiento de preguntas y objetivos, el método de investigación cualitativo (grupo focal), y finalmente la realización del producto. A continuación, se explica la metodología en cada una de las fases:

1. En la investigación y exploración se lleva a cabo la recopilación de la información más relevante relacionada con el tema escogido y el producto. Se trata de contextualizar la situación actual y así poder adaptarla al ámbito ecuatoriano. Se aborda los procedimientos teóricos para llevar a cabo la realización del producto con eficiencia.

2. Las preguntas y objetivos son generales y específicos, y dan la guía al presente proyecto para así poder establecer límites y trazar un camino en el cual poder basarse. A continuación, se citan:

Objetivo general

Desarrollar una campaña gráfica en favor de la legalización del cannabis para informar sobre los beneficios sociales que tendría en el contexto de Ecuador.

Objetivos específicos

- Analizar los distintos beneficios sociales que conllevaría la legalización del cannabis en la sociedad ecuatoriana.
- Determinar los productos más adecuados para la elaboración de una campaña gráfica sobre la legalización del cannabis en Ecuador.
- Identificar el enfoque más apropiado para la campaña gráfica en favor de la legalización del cannabis entre los jóvenes ecuatorianos de 18 a 30 años.
- Desarrollar los distintos productos de la campaña gráfica incorporando información sobre los beneficios sociales de la legalización del cannabis.

Pregunta general

¿Cómo se debe elaborar una campaña gráfica que sirva para informar sobre los beneficios sociales que conllevaría la legalización del cannabis en la sociedad ecuatoriana actual?

Preguntas específicas

- ¿Qué beneficios sociales tiene la legalización del cannabis?
- ¿Qué productos debe incorporar una campaña gráfica sobre la legalización del cannabis?

- ¿Qué enfoque es el más apropiado para la campaña gráfica sobre la legalización del cannabis en los jóvenes ecuatorianos?
- ¿Qué información en relación con los beneficios sociales de la legalización del cannabis deben incorporar los productos?

3. Método de investigación cualitativo: consiste en utilizar la herramienta escogida, en este caso el grupo focal, para poder obtener ideas, recomendaciones y retroalimentación desde diferentes puntos de vista, pues se convocarán a jóvenes de entre 18 y 30 años de diferentes grupos poblacionales. Con esto se puede llegar a un consenso general sobre los productos escogidos para mostrar la investigación, así como los enfoques que deberían contemplarse en los mismos.

4. La realización del producto conlleva dos fases principales:

El proceso creativo: la fase en donde se recopila y se resume detalladamente la información del proyecto en base a la investigación previa.

La producción: En esta fase se lleva a cabo el producto final, una vez ya definido correctamente el concepto se procede a construir el producto usando todas las herramientas propuestas en el documento.

La campaña gráfica contiene tres productos escogidos en base a la investigación previa y tomando en cuenta ejemplos reales en el campo nacional e internacional. La campaña está formada por una página web, una infografía animada, y una serie de afiches.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DE LA CAMPAÑA GRÁFICA

Para desarrollar la campaña gráfica se lleva a cabo un proceso que contiene tres etapas principales. Primero, la propuesta conceptual. En esta fase se seleccionan los elementos y temas de la investigación previa que quieren mostrarse en el producto final. Para ello se hace un análisis de la información más relevante usando como herramienta el grupo focal, para posteriormente implementarla en las piezas finales. En esta fase también se exploran brevemente las piezas de una campaña gráfica que fueron escogidas para dar a conocer el tema de la investigación.

En segundo lugar, viene el proceso creativo, del cual forma parte el *brainstorming*, el proceso en el cual se juntan las ideas que fueron recopiladas en base a la experiencia del autor y las referencias exploradas, para posteriormente dar paso a la propuesta gráfica y el arte conceptual. En esta etapa se desarrollan propuestas gráficas materializadas en bocetos y *storyboards*. Una vez desarrollados estos pasos se define el estilo gráfico, la cromática, y la tipografía que llevará todo el diseño en las piezas finales.

En tercer lugar y como fase final, se lleva a cabo la realización del producto con los lineamientos gráficos y la información definida previamente, el diseño de los posters, y la recopilación de efectos de sonido que se vayan a implementar en la infografía animada, la cual es una de las piezas de la campaña gráfica. Después de estos procesos viene la creación de un sitio web donde se pueda mostrar el producto y que sea accesible para el público objetivo.

4.1. Propuesta conceptual

La campaña gráfica busca dar a conocer la investigación acerca de los beneficios de la legalización del cannabis a través de tres ejes principales: El campo medicinal, el campo social, y el campo económico. Para ello el autor procederá a analizar y escoger los datos más resaltables de la investigación para ser implementados en el producto de una manera creativa y atractiva

visualmente.

4.1.1. Productos de la campaña gráfica

Infografía animada

El término infografía viene del inglés *informational graphics*, y es básicamente la combinación de gráficos y texto para explicar un tema en particular. La infografía es muy apropiada para mostrar información que es difícil de entender a través del uso del exclusivo del texto (Leturia, 1998).

La infografía animada va a contener información de los tres temas de la investigación, en ilustraciones y datos que muestren lo más relevante de cada campo y así tener un producto final para implementarlo en la página web como página de presentación de la campaña. Este producto será realizado con los *softwares Adobe Illustrator y Adobe After Effects*, que sirven para ilustrar gráficos y animarlos.

Afiches/Posters

El afiche es una composición de texto e imagen a través de la cual se promueven productos, servicios, o la participación e involucramiento en varios ámbitos. Los afiches son importantes para la parte porque informan sobre un determinado tema a través del correcto uso de los colores, tipografía, imagen y texto, teniendo aceptación en el público juvenil (Llico, 2015).

Este producto tiene como objetivo captar la atención del público, ya que un afiche puede implementarse en varios lugares con gran concurrencia de gente. En el caso de este producto, lo más ideal sería situarlos en las salidas de las universidades y otros lugares relacionados. En los afiches se mostrarán composiciones gráficas con *claims* que inciten al espectador a buscar más información en la página web. Para realizar los afiches se usa el *software Adobe Illustrator*.

Página web

En la página web el público tendrá la oportunidad de ver todo el material gráfico e información con respecto a la campaña. La página podrá ir creciendo y cambiando a medida que sus visitas e interacciones con el público vayan aumentando. Se implementarán pestañas en donde se pueda leer información sobre la investigación y el contacto con el autor para posibles proyectos futuros.

4.1.2. Breve análisis de productos similares

Si bien no existen específicamente campañas gráficas relacionadas al cannabis, existen varias piezas gráficas / animadas que se han desarrollado con motivos artísticos o de promoción de alguna idea positiva o negativa. Se puede tomar como referencia algunas piezas que han funcionado visualmente y que tienen una interesante combinación de los gráficos con los datos, lo que junto con otras herramientas, puede funcionar correctamente como una campaña gráfica. Una de las herramientas más comunes son los posters/afiches, que se usan en calidad de publicidad con todo tipo de fines.

En la siguiente imagen (ver figura 1) se observa un ejemplo de un póster que trata sobre el cannabis. Su composición es interesante pues se usa la micrografía, una técnica que consiste en diseñar figuras y formas a partir de una gran cantidad de letras de pequeño tamaño, dando así lugar a la forma de una hoja de marihuana. La cromática es sencilla, usando solamente tres colores: verde, negro, y blanco, una perfecta combinación para un buen contraste en las partes que se ha usado para esta composición: el fondo, la figura, el texto, y el logo.

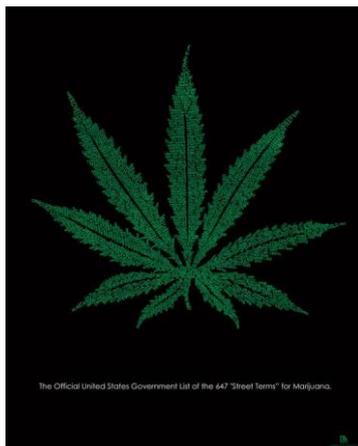


Figura 1. Referencia gráfica. Tomado de *Marijuana Leaf*, por *The Gawno Magazine*, 2009.

Otro estilo que se observa es el uso de íconos junto con texto y números, haciendo una comparación de datos, usando ligeramente la estadística. La cromática en este caso se compone de dos colores, el verde y el blanco, haciendo un contraste entre las figuras y el fondo. Se puede ver que el blanco es tan eficaz como el negro para su uso en fondos y contraste con las figuras y el texto. (ver figura 2).

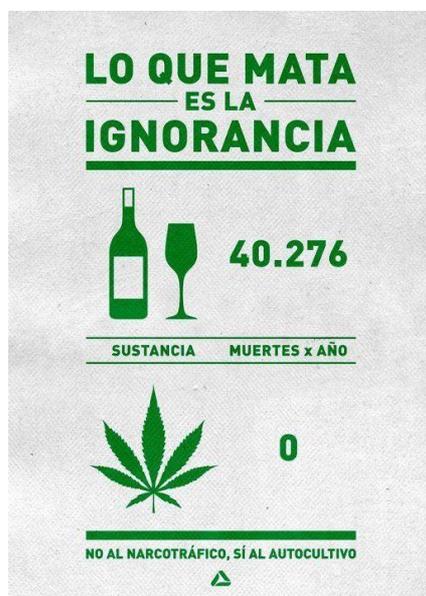


Figura 2. Referencia gráfica. Tomado de *Lo que mata es la ignorancia*, por Santos, 2018.

Otro estilo para mostrar figuras y datos en armonía es contando una historia a través del uso de personajes y viñetas de texto, sin que necesariamente sea un cómic. El siguiente ejemplo funciona como una infografía un estilo de infografía estática que también podría funcionar en animación. (ver figura 3).



Figura 3. Referencia gráfica. Tomado de *High Five! Uruguay es el primer país latinoamericano en vender marihuana oficialmente ¿Cuánto? ¿De a cómo?* por Pictoline, 2017.

Hay infografías que se atreven a mezclar íconos con ilustraciones sencillas que logran combinar una paleta de colores atractiva visualmente al público. En la siguiente imagen se puede observar que el diseñador que creó esta pieza hizo que una hoja de cannabis y un camión sean los íconos, mientras que la persona fumando y la mano sosteniendo una bolsa son ilustraciones. También se observa que usa los colores en función a lo que está diciendo en el texto, logrando generar una emoción con la combinación de una idea con un color. Lo que más destaca de la imagen es que para mostrar lo prohibido usa el rojo en los íconos y letras (ver figura 4).



Figura 4. Referencia gráfica. Tomado de *Porque aún hay mucha confusión al respecto: diferencias entre despenalizar, legalizar y regular la marihuana*, por Pictoline, 2016.

4.2. Resultados del grupo focal

El grupo focal se llevó a cabo con ocho personas en la Universidad de las Américas (Comunicación personal, 16 de mayo de 2018). Los participantes fueron personas adultas de sexo masculino y femenino. Al comienzo de la actividad se explicó el contenido y la dinámica que se realizaría. El objetivo del grupo focal era el de obtener opiniones y percepciones de los jóvenes ecuatorianos para así poder enfocar mejor el producto en base a sus respuestas.

Antes de comenzar la actividad se explicó el tema de la investigación y el producto que se usaría para mostrar sus resultados. Posteriormente se entregó una hoja y un esfero a cada participante para que puedan escribir sus ideas, que surgían a partir de las preguntas que el moderador les iba diciendo, para después socializarlas con el grupo, generar un pequeño debate y llegar a un consenso en general.

Los resultados más relevantes del grupo focal parten desde la primera pregunta, la cual consistía en saber qué percepción tenía el grupo sobre el cannabis, y con

qué palabras lo relacionaban. Algunas de las palabras utilizadas fueron: medicinal, barrio, vicio, drogas, ilegal, delincuencia, diversión, alucinación, negocios. También se observó que la mayoría del grupo piensa que el cannabis es ilegal únicamente por sus efectos psicoactivos, sin tener una noción histórica sobre su prohibición. En otra parte también se les preguntó su opinión sobre cómo creen que afectaría (positiva y negativamente) la legalización del cannabis en el Ecuador, con puntos en común que tuvieron la mayoría de participantes, los cuales eran: incremento de la delincuencia, consumo masivo (alegando a que la legalidad incentivaría su uso) e inflación de precios por el control estatal, alegando a que la marihuana es económicamente accesible para todos a pesar de que su prohibición aumente su precio.

Se pudo notar que a nivel general el grupo ignoraba gran parte de las implicaciones que tiene el cannabis en la sociedad, enfatizando mayoritariamente en la negatividad de sus efectos psicoactivos en la población y vagamente en el campo medicinal, aunque algunos participantes tenían conocimiento de que en algunos países se ha usado el cannabis con fines terapéuticos. Posteriormente se les explicó un poco sobre el contexto que tiene el cannabis en el mundo y su implicación en algunos problemas sociales y económicos, hablando brevemente sobre los beneficios económicos, medicinales y sociales que ha tenido en los países donde se ha legalizado. Los participantes aconsejaron dar un enfoque equitativo a cada uno de los campos en los que se explora el cannabis en la investigación, haciendo un pequeño énfasis en el campo social, del cual no tenían mucho conocimiento. Por lo tanto el autor pudo seguir desarrollando el producto en base a sus recomendaciones.

4.3. Proceso creativo

Durante el proceso creativo se realizan bocetos y borradores de los gráficos que se utilizarán en los productos de la campaña, y también mapas conceptuales donde se resume la investigación completa en datos cortos y precisos. Para poder proceder con esto hace falta la retroalimentación obtenida durante el grupo focal y así poder realizar los productos de la manera más adecuada.

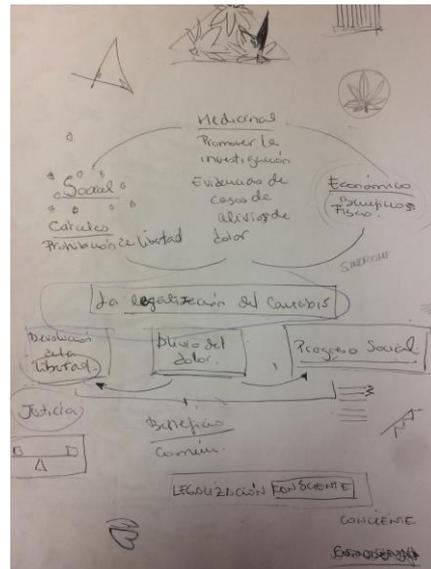


Figura 6. Brainstorming

CROMÁTICA	
CONCEPTOS	COLORES
• Naturaleza	Verde, Marrón
• Medicina	Verde, Azul, Blanca.
• Dolor	Rojos
• Dinero	Amarillo
• Industria	Amarillo, rojo, gris.
• Narcotráfico	Negro
• Historia	
• Política	Negro
• Planeta - Países	Verde, azul, blanco.

GRÁFICOS	
ICÓNICOS	ILUSTRACIONES
MEDICINAL	• PLANTA Y HOJA DE CANNABIS
	• ENTREVISTADOS / PACIENTES / MÉDICOS
	• COMPUESTOS QUÍMICOS
SOCIAL	• PLANETA / PAÍSES (ECUADOR / EEUU)
	• POLÍTICOS
	• POLICÍA / DELINCUENTES
	• NARCOTRÁFICO / PERSONAS / EDIFICACIONES
	• ESTUDIANTES / ESCUELAS / COLEGIOS / UNIVERSIDADES
	• POBLACIÓN ECUATORIANA
	• TRUQUES / MARIJUANA / COCAÍNA / TESTIGAS / HERÓINA
ECONÓMICO	• INGRESOS FISCALES
	• INDUSTRIA (PLANTACIONES, GRANJAS, ETC)
	• DINERO

Figura 7. Brainstorming

Se realizaron varios bocetos (ver figura 8 y 9) para establecer el estilo gráfico de la campaña, combinando temas e incluyendo el uso de figuras retóricas de forma creativa. Tomando como base la hoja de la planta del cannabis se dibujaban objetos que denotan problemáticas relacionadas a la legalización, y que a su vez daban la forma a la hoja, haciendo un correcto uso de la abstracción y el diseño.

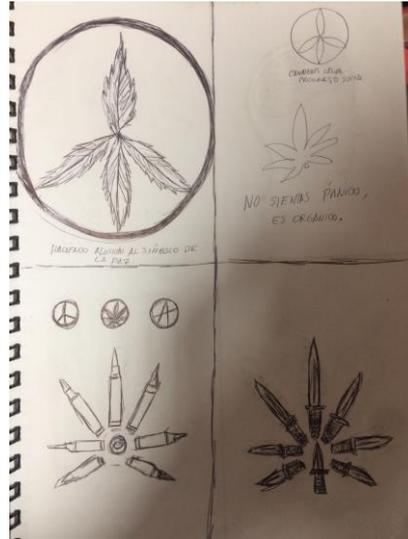


Figura 8. Brainstorming

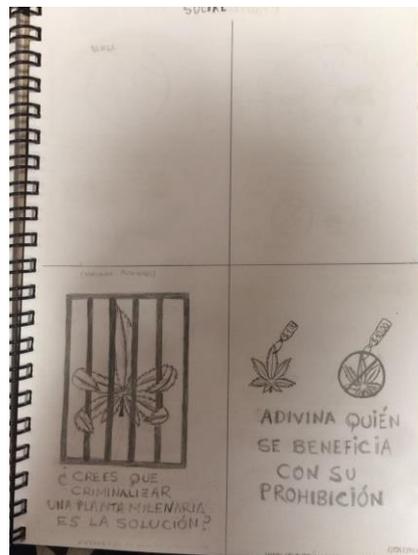


Figura 9. Brainstorming

Entre todos los bocetos también se hizo un storyboard (figura 10) para saber cómo quedaría la animación de la infografía. Sobre esto se hicieron modificaciones para corregir la manera en cómo se contaba la historia, tratando de no ser redundante evocando a trabajos previos con el estilo narrativo y gráfico. Por lo cual se estableció que el guión no empezaría contando la historia de manera gradual y en orden cronológico solamente, sino con una pregunta gancho (ver anexo 1) que haga denotar primeramente el propósito del producto y la problemática.

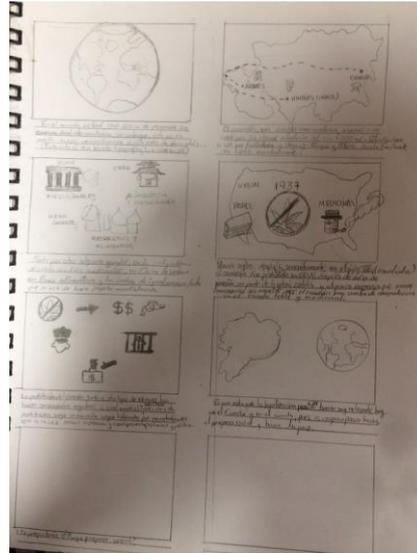


Figura 10. Parte del storyboard para la infografía animada.

Establecido esto, se pasa a definir cómo será exactamente la gráfica, el color, y la manera de transmitir la información a través de todas las piezas de la campaña gráfica, lo que se verá en el siguiente apartado.

4.3.2. Imagen, cromática y tipografía

El estilo gráfico de los productos de la campaña gráfica se basa en la creación de iconos, formas, y figuras en 2D con estilo minimalista y partiendo de formas geométricas. De aquí parten los gráficos para los posters y las animaciones de la infografía.

La cromática principal parte desde el color verde claro, que es el color del cannabis. El color verde representa a la naturaleza y a la medicina. Otro color que se escoge debido a su naturalidad, neutralidad y su forma de combinar con cualquier tono de color es el gris.

En la tipografía por un lado se escogen fuentes que sean gruesas y sin serifa para que sean legibles fácilmente por el público. Las tipografías son las siguientes:

Phosphate SOLID

Esta tipografía se escogió porque funciona perfectamente en mayúsculas, es gruesa, sin serifa y fácilmente legible, además no pasa desapercibida, generando un impacto en el lector debido a su composición.

HELVETICA

Esta tipografía es usada ampliamente en muchos diseños a nivel mundial y se escogió porque es neutral, sobria, y combina con todo tipo de diseños.

Estos lineamientos gráficos buscan darle un sentido de orden, sobriedad y nitidez a la campaña, queriendo dar sensación de seriedad y apertura.

4.4. Realización del producto

4.4.1. Diseño de elementos gráficos

Imagotipo y eslogan

El imagotipo es la combinación del isotipo (símbolo), y el logotipo (palabra). La composición del isotipo parte del diseño de una hoja de cannabis, utilizando la rotación y repetición de este elemento hasta llegar a una composición formada por cuatro hojas apuntando hacia los puntos cardinales, formando así una especie de flor abierta. Las palabras del logotipo surgen del proceso previo de brainstorming considerando la principal palabra clave de la investigación (legalización), sumado a la otra palabra (consciente) que se relaciona con el objetivo del proyecto.



Figura 11. Imagotipo de la campaña.

En el proceso de creación del eslogan se tomaron en cuenta algunas palabras clave partiendo desde el concepto de la naturaleza del cannabis y el enfoque que tiene la investigación. Las palabras claves fueron: legalización, enfoque social, conciencia, consciente, cannabis, naturaleza, formando al final la frase: “Cannabis legal, progreso social”.

Iconos y figuras

Para la creación de los iconos para la infografía animada se utiliza el software *Adobe Illustrator*. Los diseños tienen un estilo minimalista, con estructura geométrica y con un bajo contraste, con la intención de darle un leve volumen al diseño para que no quede muy plano. Se utiliza una gran variedad de colores que se justifican debido a lo que representan.

En la siguiente imagen por ejemplo (ver figura 12), se muestran ilustraciones representando a varias culturas antiguas y actuales del mundo. Los colores utilizados son en base a sus vestimentas típicas culturales.

4.4.2 Diseño de afiches

Estructura

La estructura de un afiche por lo general tiene las siguientes partes (Llico, 2015):
Gráfica: los afiches necesitan imágenes (ya sean estas ilustraciones, dibujos, fotografías, entre otras) para perfeccionar y reforzar el propósito del afiche.

Texto: por medio del texto se entrega al público el mensaje que se quiere transmitir, cumpliendo así con el propósito del afiche.

Datos del producto: se incluye información del producto que se está promocionando. En este caso puntual, se incluye en la parte inferior un link que conduce a un sitio web donde se puede obtener más información sobre la campaña gráfica.

Composición

La composición sigue los lineamientos gráficos al estar limpia y nítida en lo que se refiere al diseño. Hay una ilustración central que se combina con un claim debajo para su correcta lectura por parte del espectador. En la parte de abajo se incluye el logo de la campaña junto con la dirección web donde se puede encontrar más información. En uno de los casos se incluye un disclaimer en la parte inferior de la composición para colocar la fuente que sustente a lo que se afirma en el claim.

Uso de *claims* y figuras retóricas

El uso de *claims* se complementa con la ilustración y la refuerza. Para la creación de los *claims* y las ilustraciones se utilizaron figuras retóricas que pueden funcionar correctamente para la composición final, pues su uso suele tener mucho éxito en el campo publicitario. A continuación se explica brevemente algunas de ellas (Maram, 2013):

Prosopopeya: Significa dar comportamientos humanos a objetos, animales, o seres abstractos.

Humorismo: Se trata de recalcar el lado cómico o ridiculizar las cosas que pasan en la realidad.

Metáfora: Se muestra una imagen en sustitución de otra, Se traslada el sentido de una imagen a otra, dando a entender un significado sin mostrarlo explícitamente.

Metonimia: Se transfiere el sentido de un objeto a otro asociado al tema.

Afiche 1: Ilustración representando a una hoja de cannabis encarcelada.

Claim: La droga de más fácil acceso en Ecuador. ¿Funciona su prohibición?

Figuras retóricas utilizadas: prosopopeya, humorismo.



Figura 14. Afiche 1.

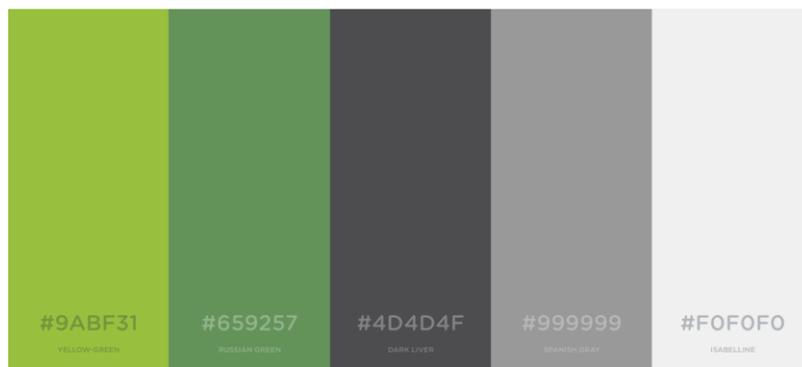


Figura 15. Paleta de colores del afiche 1.

Afiche 2: Ilustración de una hoja de cannabis con una tira adhesiva sanitaria, o mejor conocida como curita.

Claim: Tratamiento comprobado.

Figuras retóricas utilizadas: Prosopopeya, humorismo.



Figura 16. Afiche 2.

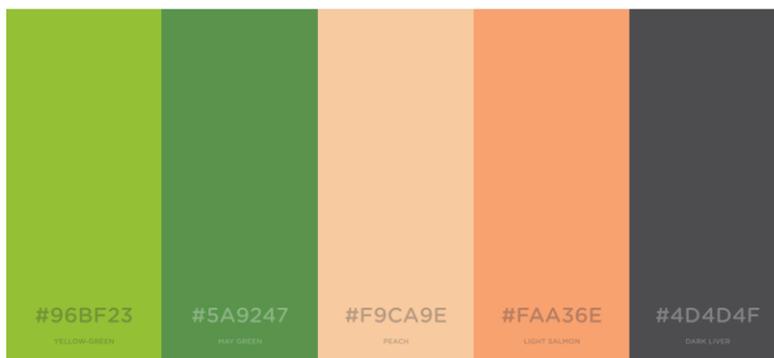


Figura 17. Paleta de colores del afiche 2.

Afiche 3: Ilustración de varios proyectiles en diferentes ángulos y posiciones formando en conjunto una hoja de cannabis.

Claim: El efecto de la prohibición.

Figuras retóricas: metáfora, metonimia.



Figura 18. Afiche 3.

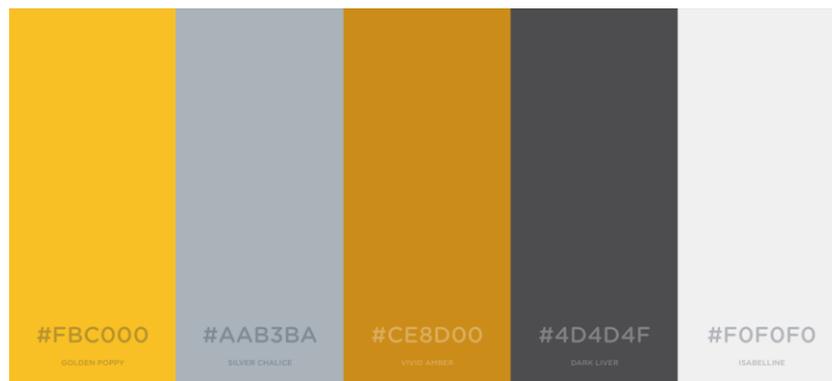


Figura 19. Paleta de colores del afiche 3.

4.4.3 Grabación de voz en *off* y recopilación de sonidos

Contenido de la voz en *off* y grabación

El contenido de la narración (ver anexo 1) fue escrito en base al grupo focal que se realizó para determinar desde qué enfoque se abordaban los distintos campos de la investigación. La narración tiene una duración aproximada de tres minutos, y consta de tres fases: introducción, desarrollo y final. En la parte de la introducción se comienza con preguntas retóricas al espectador, alegando a su conocimiento en base al cannabis y los enfoques desde los cuales los percibe.

En el desarrollo se habla sobre la historia del uso del cannabis y su prohibición, y en la parte final se habla sobre el contexto del cannabis en la actualidad nacional e internacional invitando a explorar más en el sitio web que forma parte del producto final.

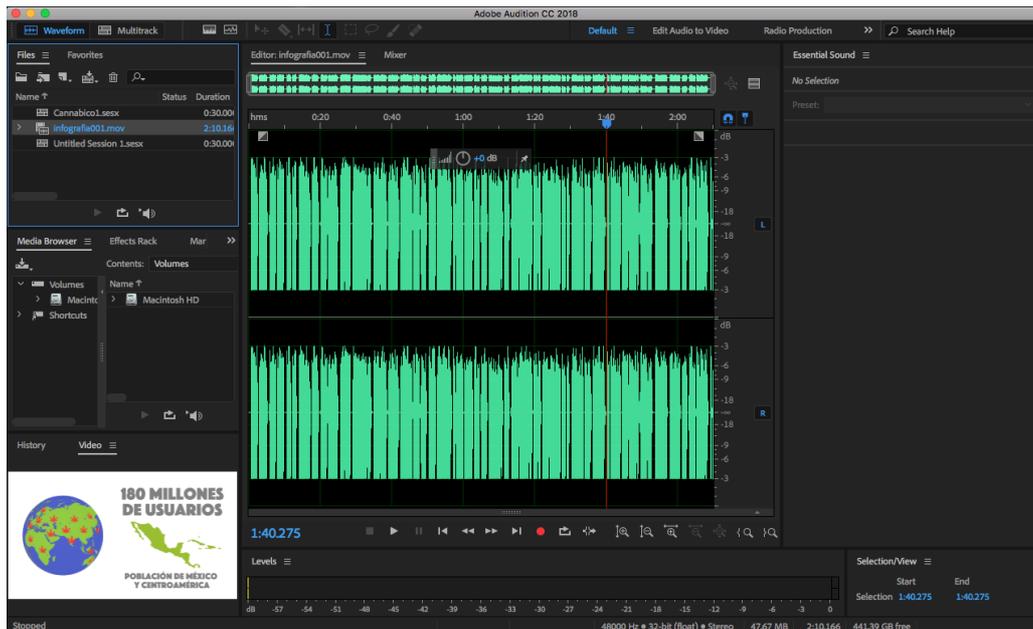


Figura 20. Creación y edición de audio en Adobe Audition.

Para la grabación de la voz en *off* se utiliza el *software* de sonido Adobe Audition, el cual permite grabar y editar posteriormente el audio, pudiendo añadir efectos para modular correctamente la voz en ciertos casos, así como igualar los decibeles para que la pieza final sea apta para ser escuchada sin que existan altibajos de tono. Posteriormente la animación se trabaja sobre el audio para así hacer uso correcto del *timing* y poder sincronizar la animación con la narración, de manera que el producto se pueda entender de una manera óptima y coherente.

Uso de *foleys*

Los sonidos que se utilizan únicamente son *foleys* para apoyar la animación de movimiento de los elementos gráficos de la infografía animada. Estos pueden ser de elaboración propia (con su correcta grabación y edición en el *software* de sonido) o descargadas de librerías existentes en la web como *Freesound* y *SoundBible*, donde se puede encontrar sonidos libres de derechos.

4.4.4 Producción de la infografía animada

La animación de los gráficos de la infografía se realiza en *After Effects*.

Se usan técnicas básicas de animación sin adentrarse en procedimientos demasiado complejos, debido a los parámetros del proyecto establecidos previamente.

4.4.5 Animación

Para proceder a animar la infografía primero se exportan todos los iconos y figuras diseñadas previamente en Adobe Illustrator en formato .png como ya se mencionó anteriormente. Posteriormente se crea una composición en After Effects con las configuraciones correspondientes: la duración aproximada de la infografía (alrededor de 3 minutos), el formato (1280x720). Hecho esto, se procede a importar los elementos gráficos diseñados en Adobe Illustrator, arrastrándolos del panel de archivos hacia el panel de composición, donde se procede a animar.

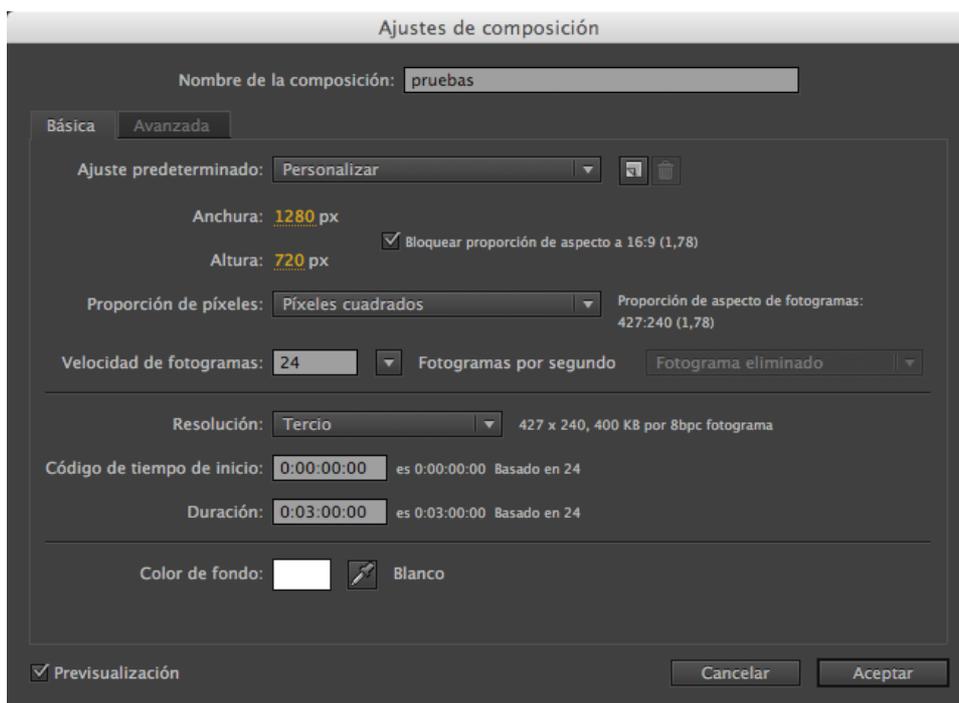


Figura 21. Procedimiento de construcción de la infografía 1.

Para animar en *After Effects* hay varias opciones que sirven para la puesta en escena de los gráficos importados en formato .png. Las opciones más básicas

son: posición, escala, rotación, y opacidad. Combinando estas técnicas se puede lograr animaciones básicas que pueden funcionar correctamente junto con el uso de expresiones. Las expresiones son códigos que se basan en el lenguaje de programación JavaScript, y facilitan la animación de los elementos, creando animaciones como *Squash and Stretch*, *Bounce*, *Wiggle*, movimientos aleatorios, y muchas opciones más, pues se puede añadir, combinar, y quitar códigos de las expresiones a conveniencia del usuario.

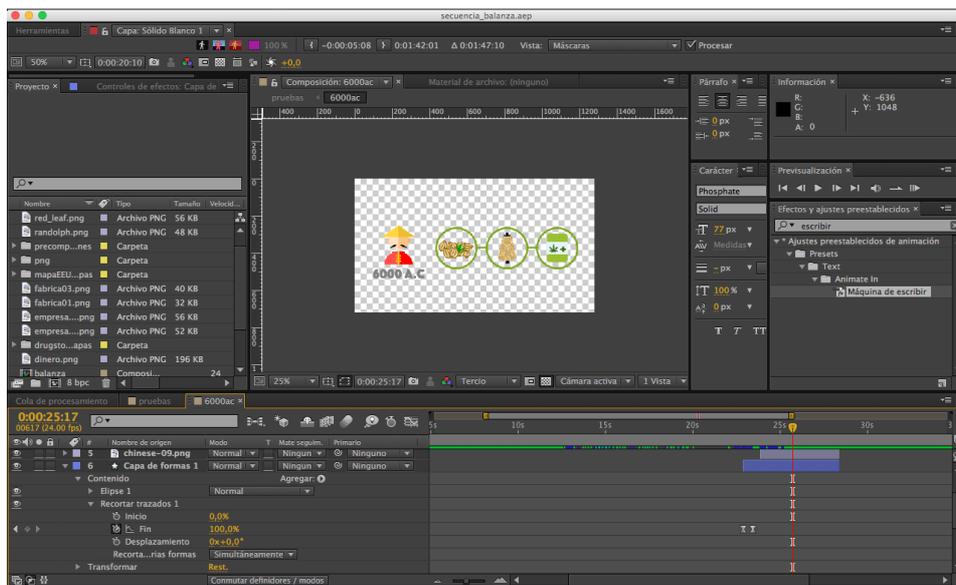


Figura 22. Procedimiento de construcción de la infografía 2.

Al ser una composición de aproximadamente tres minutos, contiene muchos archivos animados y esto puede contribuir a confusiones. Es por ello que se crean precomposiciones cuando una escena ya está animada (ver figura 23), además de que las precomposiciones facilitan la animación de una escena completa en ciertos casos.

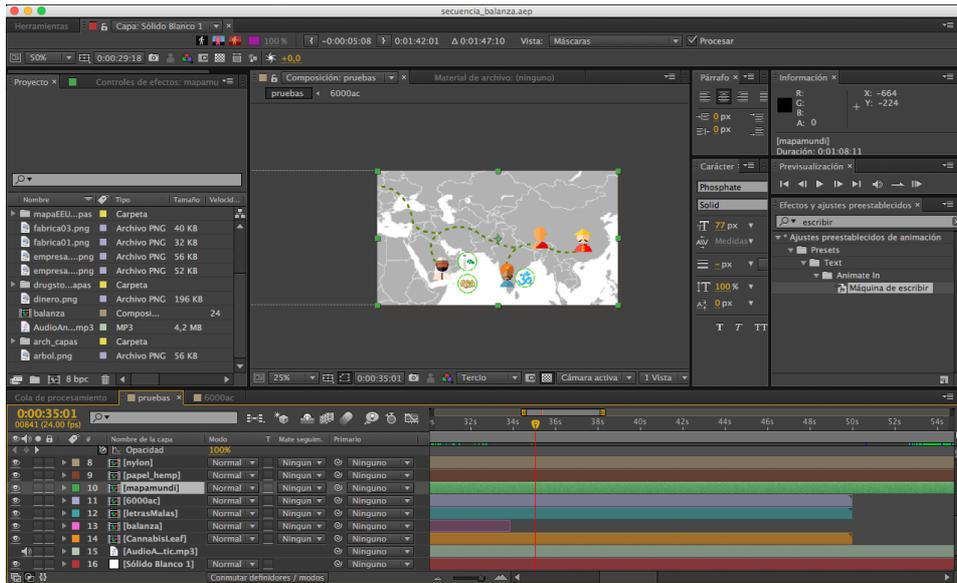


Figura 23. Procedimiento de construcción de la infografía 3.

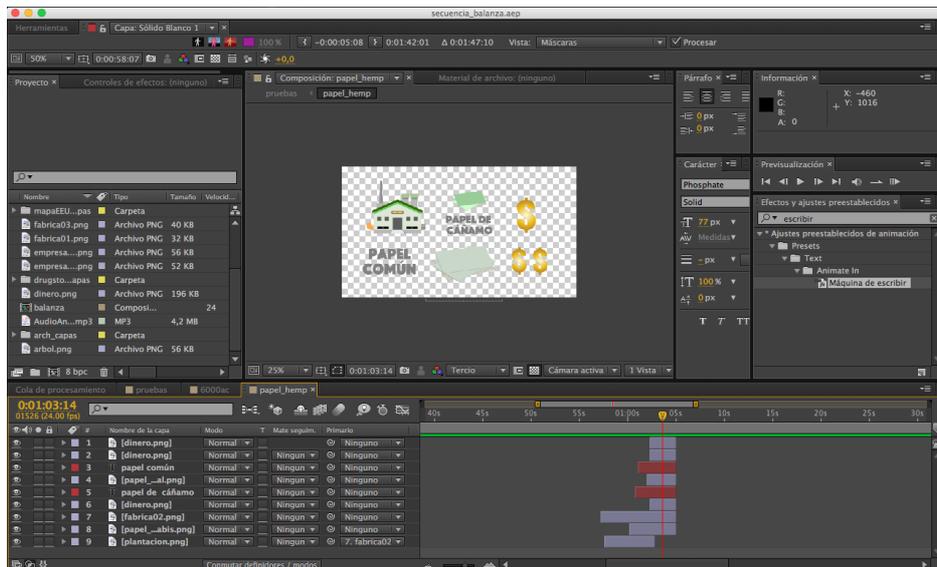


Figura 24. Procedimiento de construcción de la infografía 4.

Por ejemplo, en una de las escenas (ver figura 25), fue necesaria la creación de una precomposición exclusivamente para animar la rotación del planeta ilustrado, y para editar los elementos que iban apareciendo dentro del planeta.



Figura 25. Extracto de la infografía animada 1.

Posteriormente, se va animando por escenas y creando precomposiciones, las cuales incluso en ciertos casos pueden funcionar como una infografía estática (ver figura 26 y 27). Unos de los retos aquí es la puesta en escena de cada uno de los elementos, para que el encuadre logre ser armónico y en el caso de la animación, que los objetos no “choquen” entre ellos cuando están entrando, para finalmente quedar estáticos.



Figura 26. Extracto de la infografía animada 2.



Figura 27. Extracto de la infografía animada 3.

4.4.6 Diseño del sitio web

El sitio web, como se mencionaba anteriormente, tiene como finalidad el mostrar y recopilar la información sobre el proyecto así como sus producciones audiovisuales y gráficas. Para la creación del sitio web hay varias plataformas que permiten al usuario trabajar sobre plantillas que van acorde a temáticas determinadas. En el caso de esta investigación, se escoge la plataforma Wix.com.

Dentro de la página web hay opciones para añadir formas, cuadros de texto y contenido multimedia. En la página principal del sitio se colocará el video final. Mientras tanto, la página está en constante construcción y actualización debido a que el tema del proyecto así lo requiere. Hay que tener cuidado de que la gráfica de la web no se salga de los lineamientos generales de la campaña, es por eso que se toma en cuenta elementos principales como la tipografía, el color, y las formas.



Figura 28. Extracto de la página web en Wix.

La estructura principal de la página web consta del logo de la campaña como icono central y cinco pestañas que abarcan información sobre cómo involucrarse en el proyecto, historia y contexto actual del cannabis, blogs, y recursos gráficos que pueden ser utilizados libremente y sin ningún tipo de restricción.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Abordar el tema de la legalización del cannabis y hacer un producto audiovisual con respecto a ello es un tema complejo y que requiere manejarse correctamente pues hay varias partes implicadas. Sin embargo, se puede concluir que este tipo de proyectos tienen una gran posibilidad de tener éxito, pues el tema está en auge en Ecuador y la visión de la sociedad está cambiando constantemente, tendiendo a ser positiva. La investigación inicial del tema tanto como la posterior realización del producto fue óptima, cumpliendo con todos los objetivos planteados al principio de la investigación.

Cabe recalcar que el producto es realizado coincidiendo con la legalización del cannabis en Canadá y la propuesta de ley para la legalización con fines terapéuticos en el Ecuador, por lo que puede llegar a ser muy pertinente en el caso de que el autor decida proponer a las autoridades gubernamentales el uso total o parcial de su trabajo de investigación así como de su proyecto multimedia para beneficio de la sociedad y del país en general, algo que se espera de temas tan investigados y a la vez tan controversiales como lo es la legalización. Además, el tema se presta para abarcarlo desde distintos puntos de vista, cada uno con su grado de complejidad y pertinencia para la sociedad.

5.2. Recomendaciones

El tema de la legalización y su implicación con los productos multimedia tiene un gran potencial, y es aplicable a varios entornos. Depende del estudio de los investigadores proceder a realizar productos según los gustos y las necesidades de cada lugar. Sin embargo, se recomienda innovar y realizar productos interactivos que funcionen con los usuarios de todas las edades, entendiendo que no hace falta realizar un proyecto tan complejo para que el público lo aprecie

y lo entienda. El público objetivo del presente proyecto es solamente de personas jóvenes y sería interesante si se pensase en un trabajo que pueda encajar con el resto de públicos, para que sea inclusivo y no solo tema para un grupo específico.

Para futuros trabajos sobre el mismo tema o similares, se recomienda investigar profundamente para poder tratar el tema lo más profesional y académicamente posible, sin llegar a ser explícito en casos que parezca que así se requiere.

De igual manera, se recomienda limitarse a trabajar sobre un tema específico en lugar de abarcar varios temas y no investigar lo suficiente. Desde el ámbito multimedia hay múltiples maneras de comunicar una idea con una gran variedad de recursos que están ahí para ser utilizados de la manera más creativa e innovadora posible, por eso es necesario evitar caer en lo mismo de siempre, pues hay muchas posibilidades de crear productos y enfoques nuevos.

Se recomienda también utilizar este proyecto como un referente para futuros trabajos, tanto como fuente de investigación así como fuente de inspiración en el campo gráfico.

REFERENCIAS

- Albán, A. (2014). Las mejores campañas digitales de Ecuador de todos los tiempos. Hiperestrategia. Recuperado de: <http://www.hiperestrategia.com/blog-inbound-marketing-ecuador/las-mejores-campañas-digitales-de-ecuador-del-2014>
- Alchimia. (23 de octubre del 2015). Uso espiritual, religioso y tradicional de la marihuana [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.alchimiaweb.com/blog/uso-espiritual-religioso-tradicional-marihuana/>
- Atance, J. R., & Ruiz, J. F. (2000). Uso de los cannabinoides a través de la historia. *Adicciones*, 12(5), 19-30. Recuperado de <http://m.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/670/659>
- Barcott, B., Y Peake, G.(05 de enero de 2017). Part 2, How Many Jobs Depend on Legal Cannabis?. Leafly. Recuperado de <https://www.leafly.com/news/politics/many-jobs-depend-legal-cannabis-math>
- Bar-Lev Schleider, L., Mechoulam, R., Saban, N., Meiri, G., & Novack, V. (2019). Real life Experience of Medical Cannabis Treatment in Autism: Analysis of Safety and Efficacy. *Scientific reports*, 9(1), 200. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6336869/>
- Beltrán, D. (2002). PARAÍDOS FINANCIEROS Y LAVADO DE ACTIVOS: ANÁLISIS EN DERECHO COMPARADO. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Ecuador.
- Ben, M. (2006). Cannabinoids in medicine: A review of their therapeutic potential. *Journal of Ethnopharmacology*, 105(1-2), 1-25. Recuperado de http://www.antonioacasella.eu/archila/BenAmar_2006.pdf

- Berehulak, D. (7 de diciembre de 2016). They are slaughtering us like animals. The New York Times. Recuperado de https://www.nytimes.com/interactive/2016/12/07/world/asia/rodrigo-duterte-philippines-drugs-killings.html?_r=0
- Bermeo, F. (2015). Ecuador en el circuito de lavado de activos. PERFIL CRIMINOLÓGICO, (14), 4. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7173/2/BFLACSO-PC14.pdf>
- Beverido, P. (2010). Consumo de marihuana y sus efectos en la salud mental y las habilidades cognitivas necesarias para el aprendizaje. Revista médica de la universidad Veracruzana. (10). 50-53. Recuperado de https://www.uv.mx/rm/num_anteriores/revmedica_vol10_num2/articulos/ConsumoMariguana.pdf
- Calderón, M. (2011). ECUADOR Y SU POLÍTICA DE LUCHA CONTRA LAS DROGAS, UN ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS REGÍMENES INTERNACIONALES. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Callado, L. (2012). Cuestiones de interés en torno a los usos terapéuticos del cannabis. Recuperado de http://ararteko.net/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_2561_1.pdf
- Cannabis. (2017). Encyclopædia Britannica. Recuperado de <http://academic.eb.com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/levels/collegiate/article/cannabis/20000#>
- Capelli, D. (11 de diciembre de 2013). El senado uruguayo legaliza la producción y venta de marihuana. El Mundo. Recuperado de <https://www.elmundo.es/internacional/2013/12/11/52a7c23f63fd3d60578b458a.html>
- Cervantes, J. (2007). Marihuana: horticultura del cannabis. Recuperado de <http://www.lamarihuana.com/foros/threads/libros-de-cultivo-pdf.130962/>

Coffeeshops en Amsterdam (s.f.). amsterdam.info. Recuperado de <https://www.amsterdam.info/es/coffeeshops/>

Comisión Nacional Contra las Adicciones. (2014). EL USO MÉDICO DEL CANNABIS ¿TIENE SUSTENTO CIENTÍFICO?. Recuperado de http://www.conadic.salud.gob.mx/publicaciones/2015/uso_medico_cannabis.pdf

Costiniuk, CT., Saneei, Z., Routy J., et al. (2019). Oral cannabinoids in people living with HIV on effective antiretroviral therapy: CTN PT028—study protocol for a pilot randomised trial to assess safety, tolerability and effect on immune activation. Recuperado de <https://bmjopen.bmj.com/content/9/1/e024793.citation-tools>

Drug Policy Alliance. (2016). So Far, So Good: What We Know About Marijuana Legalization in Colorado, Washington, Alaska, Oregon and Washington D.C. Recuperado de http://www.drugpolicy.org/sites/default/files/Marijuana_Legalization_Statu s_Report_101316.pdf

Drug War Facts. (2017). Corruption. Recuperado de <http://drugwarfacts.org/chapter/corruption>.

Ecuador decomisa récord de 110 toneladas de drogas en 2016. (22 de marzo de 2017). El Comercio. Recuperado de www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-drogas-narcotrafico-datos-ministeriodelinterior.html

Ecuador es un país de redistribución de drogas, según estudio internacional. (4 de julio de 2014). El Comercio. Recuperado de www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-redistribucion-drogas-narcotrafico.html

Ecuador está libre de cultivos ilícitos pero es un país de tránsito de estupefacientes, dice la ONU. (22 de octubre de 2015). El Universo. Recuperado de

www.eluniverso.com/noticias/2015/10/22/nota/5198501/ecuador-esta-libre-cultivos-ilicitos-es-pais-transito

Ecuador se incauta de 79,2 toneladas de drogas en 2015. (4 de enero de 2016).

El Comercio. Recuperado de www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-incauta-droga-narcotrafico.html

El imperio del narcotráfico que montó 'Gerald'. (29 de abril de 2017). Recuperado de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/04/30/nota/6159907/imperio-narcotrafico-que-monto-gerald>

Ellin, A. (31 de mayo del 2017). Jubiladas y vendedoras de marihuana.

Recuperado de <https://www.nytimes.com/es/2017/05/31/marihuana-jubilacion-estados-unidos/>

Enciclopedia de Clasificaciones (2017). Tipos de campañas publicitarias.

Recuperado de <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/629-tipos-de-campanas-publicitarias/>

Erowid. (2016). Erowid Cannabis Vault: Timeline. Recuperado de: https://www.erowid.org/plants/cannabis/cannabis_timeline.php

Espinosa, C. (2009). Una amenaza silenciosa: el narcotráfico en Ecuador.

Polemika, (1), 136-138. Recuperado de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika001/polemika001_018_articulo014.pdf

Evia, M. (23 de abril de 2014). Campaña de WWF muestra la última "selfie" de animales en peligro. Expok. Recuperado de

<https://www.expoknews.com/campana-de-wwf-muestra-la-ultima-selfie-de-animales-en-peligro/>

Fassio, A., Rodríguez, M., y Ceretta, S.(2013). Cáñamo (Cannabis sativa L.).

Recuperado de <http://www.ainfo.inia.uy/digital/bitstream/item/3573/1/bd-103-2013.pdf>

- Ferrer, I. (21 de febrero de 2017). El Congreso holandés aprueba regular el cultivo legal del cannabis. El País. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2017/02/21/actualidad/1487699905_727058.html
- Freeman, L. (2006). State of Siege: drug-related violence and corruption in Mexico. Washington Office on Latin America Special Report. Recuperado de https://www.wola.org/sites/default/files/downloadable/Mexico/past/state_of_siege_06.06.pdf
- Garza, J. (5 de marzo de 2018). California estudia la viabilidad de un banco público de marihuana para empresas. La República. Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/california-estudia-la-viabilidad-de-un-banco-publico-de-marihuana-para-empresas>
- Gazmuri, A. (2014). Plantas maestras y Cannabis. Historia y mitos. *Psiquiatría y salud mental*, (2), 57-64. Recuperado de http://www.schilesaludmental.cl/wp/wp-content/uploads/2015/04/Plantas_maestras_y_cannabis.pdf
- Gómez, I. (2 de noviembre de 2012). Elementos de una campaña publicitaria [mensaje en un blog]. Recuperado de <http://dgm30.blogspot.com/2012/11/elementos-de-una-campana-publicitaria.html>
- Guzmán, J. (2003). Desarrollo de campaña publicitaria. (Tesis de postgrado). Universidad Autónoma de Nuevo León, Ciudad Universitaria, México.
- Haken, J. (2011). Transnational crime in the developing world. *Global financial integrity*, 22, 6. Recuperado de <https://illicittrade.com/reports/downloads/Transnational-Crime-In-The-Developing-World.pdf>
- How Legalized Marijuana Is Sweeping the U.S.—in One Map (29 de Junio del 2016). *Fortune*. Recuperado de <http://fortune.com/2016/06/29/legal-marijuana-states-map/>

ICAN. (s.f.). international campaign to abolish nuclear weapons. Recuperado de <http://es.icanw.org>

Ingraham, C. (13 de octubre de 2016). Here's how legal pot changed Colorado and Washington. Recuperado de https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/10/13/heres-how-legal-pot-changed-colorado-and-washington/?utm_term=.49d15a882b73

Instituto Belisario Domínguez. (2016). Legalización de marihuana con fines recreativos dañaría financieramente a los carteles. Recuperado de http://ibd.senado.gob.mx/sites/default/files/49_boletin.pdf

Jácome, A. (2013). Drogas en el Ecuador: ¿política prohibitiva o democracia deliberativa?. URVIO, Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana (13), 81-94. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5469/1/RFLACSO-Ur13-07-Jacome.pdf>

Korntheuer, R. (21 de octubre del 2011). Trident y su campaña en Facebook. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://seo-quito.com/trident-campana-facebook/>

Leturia, E. (1998). ¿ Qué es infografía. Revista Latina de Comunicación Social, 4(10). Recuperado de <https://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm?iframe=true&width=80%&height=80%>

Llico, I. (2015). El afiche, estructura e importancia. Recuperado de <https://creacionliteraria.net/2012/05/el-aficheestructura-e-importancia/>

Los emblemáticos 'coffeeshops' pierden espacio en Holanda. (28 de julio de 2017). El Comercio. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/tendencias/emblematicos-coffeeshops-holanda-cannabis-controles.html>

- Maram, L. (2017). 20 ejemplos de figuras retóricas en la publicidad. Recuperado de <https://www.luismaram.com/20-ejemplos-de-figuras-retoricas-en-publicidad/#Metafora>
- Martínez, M. (1 de septiembre de 2017). La venta en farmacias de la marihuana uruguaya se topa con los bancos. El País. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2017/08/30/america/1504051816_753316.html?rel=str_articulo#1516548212949
- Membrado, Z. (24 de febrero de 2017). Drogas y tiroteos, los 'coffee shops' de Ámsterdam, en peligro de extinción. El Mundo. Recuperado de <http://www.elmundo.es/f5/comparte/2017/02/24/58af022b46163f30278b4584.html>
- México Unido contra la Delincuencia A.C. (2015). ¿Marihuana como medicina? Usos médicos y terapéuticos del cannabis y los cannabinoides. Recuperado de <http://www.mucd.org.mx/recursos/Contenidos/Nuestraspublicaciones/documentos2/informeCannabisMedical-plaincover.pdf>
- Mills, E. (2012). The carbon footprint of indoor Cannabis production. Energy Policy, (46), 58-67. Recuperado de <http://evanmills.lbl.gov/pubs/pdf/cannabis-carbon-footprint.pdf>
- Milman, O. (24 de junio de 2017). La industria de la marihuana no es tan 'verde' como suponíamos. eldiario.es. Recuperado de http://www.eldiario.es/theguardian/industria-marihuana-consumidora-insaciable-combustibles_0_656884539.html
- Ministerio de Turismo (2014). Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>
- Molina, M. (2008). EL CANNABIS EN LA HISTORIA: PASADO Y PRESENTE. Cultura y Droga 13(15), 95-110.

- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. (2017). The health effects of cannabis and cannabinoids: The current state of evidence and recommendations for research. Recuperado de <http://www.nap.edu/24625>
- Olachea, O. (2017). 6 de las mejores opciones de programas para el modelado en 3D. Recuperado de <https://www.paredro.com/6-buenas-opciones-de-programas-para-el-modelado-en-3d/>
- Ortega, J. (25 de febrero de 2016). Narcos reclutan a pescadores por USD 70 000. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/narcos-reclutan-pescadores-envio-droga.html>
- Pamplona, F. A., da Silva, L. R., & Coan, A. C. (2019). Corrigendum: Potential Clinical Benefits of CBD-Rich Cannabis Extracts Over Purified CBD in Treatment-Resistant Epilepsy: Observational Data Meta-analysis. *Frontiers in neurology*, 9, 1050. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6335388/>
- Paredes, J. (2014). Campaña gráfica para concientizar a las personas sobre el aborto. (Tesis de pregrado). Universidad del Azuay, Ecuador.
- Pérez, M. (9 de julio de 2017). El reto de legalizar el cannabis. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2017/07/07/actualidad/1499438985_288197.html
- Pictoline. (2016). Porque aún hay mucha confusión al respecto: diferencias entre despenalizar, legalizar y regular la marihuana. Recuperado de <http://pictoline.com/2589-porque-aun-hay-mucha-confusion-al-respecto-diferencias-entre-despenalizar-legalizar-y-regular-la-marihuana/>
- Pictoline. (2017). High Five! Uruguay es el primer país latinoamericano en vender marihuana oficialmente ¿Cuánto? ¿De a cómo?. Recuperado de [http://pictoline.com/8247-high-five-uruguay-es-el-primer-pais-latinoamericano-en-vender-marihuana-oficialmente-cuanto-de-a-como-](http://pictoline.com/8247-high-five-uruguay-es-el-primer-pais-latinoamericano-en-vender-marihuana-oficialmente-cuanto-de-a-como/)

- PIJAMASURF. (07 de mayo de 2016). 8 EMPLEOS DE ALTA DEMANDA EN EL FLORECIENTE NEGOCIO DE LA CANNABIS MEDICINAL. Recuperado de http://pijamasurf.com/2016/07/8-empleos-de-alta-demanda-en-el-florecente-negocio-de-la-cannabis-medicinal/?fb_comment_id=918265718282274_1053619284746916#f2053bcdd95314c
- Rami, M. y López, O. (2013). Campaña gráfica para una nueva marca de vinos. (Tesis de posgrado). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ramos, J., y Fernández, J. (2000). Uso de los cannabinoides a través de la historia. *Adicciones*, 12(5), p.20. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.20882/adicciones.670>
- Restrepo, A. (Junio, 2013). Guerra contra las drogas, consumidores de marihuana y legalización. *URVIO, Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana*(13), 69-80. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5468/1/RFLACSO-Ur13-06-Restrepo.pdf>
- Reuteman, R. (04 de enero de 2017). Part 1, Why Won't the Feds Count Cannabis Jobs?. *Leafly*. Recuperado de <https://www.leafly.com/news/politics/federal-government-claims-zero-cannabis-jobs-exist-heres>
- Rivera, A. (2016). 5 programas de diseño gráfico que son tendencia. Recuperado de <https://www.paredro.com/5-programas-de-diseno-grafico-que-son-tendencia/>
- Rivera, F. (2005). *Drogas y Democracia en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Rocha, F.C., Júnior, J.G., Stefano, S.C., & Silveira, D.X. (2013). Systematic review of the literature on clinical and experimental trials on the antitumor effects of cannabinoids in gliomas. *Journal of Neuro-Oncology*, 116, 11-24. Recuperado de <https://www.sativaisticated.com/wp-content/uploads/2017/03/Systematic-review-of-the-literature-on-clinical->

and-experimental-trials-on-the-antitumor-effects-of-cannabinoids-in-gliomas-Cannabis-Research-for-Gliomas.pdf

Santos, M. (2018). Lo que mata es la ignorancia. Recuperado de

<https://twitter.com/martinsantosr/status/1037110113738399746?lang=es>

The Gawno Magazine. (2009). Marijuana Leaf. Recuperado de

<http://gawno.com/2009/05/micrography-text-art-and-typography/>

UAF (s.f.). ¿Qué es el lavado de activos?. Recuperado de <http://www.uaf.cl/lavado/>

UNODC. (s.f.). Lavado de activos. Recuperado de <https://www.unodc.org/peruandecuador/es/02AREAS/DELITO/lavado-de-activos.html>

UNODC. (2016). Informe mundial sobre las drogas. Recuperado de https://www.unodc.org/doc/wdr2016/WDR_2016_ExSum_spanish.pdf

Uribe-Holguín, J., y Jaller, J. (Septiembre-diciembre, 2013). ¿PORRO O PLOMO? LA ACTUAL POLÍTICA PROHIBICIONISTA SOBRE LA MARIHUANA COMO FUENTE DE INEFICIENCIA EN LA ACTUALIDAD NACIONAL. Univ. Estud. (10), 177-207. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/bibliotecavirtual.udla.edu.ec/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=783abf5c-6b3a-4453-b01e-e8670e0f0924%40sessionmgr4007&vid=3&hid=4107>

Velasco. B. (28 de febrero de 2016). Dura situacion familiar de pescadores presos. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/pescadores-presos-drogas-narcotrafico-manabi.html>

Velázquez, D., Friman, N., y González, M. (2017). Polémica actual a nivel internacional sobre la legalización de la marihuana. Correo Científico Médico de Holguín, (1), 269-272. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/ccm/v21n1/ccm21117.pdf>

Ximénez, P. (30 de diciembre de 2017). ¿Dónde metemos los millones de la marihuana?. El País. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2017/12/29/actualidad/1514586768_461220.html?rel=str_articulo#1516548128408

Ximénez, P. (30 de diciembre de 2017). California estrena el 1 de enero el mayor mercado de marihuana legal recreativa del mundo. El País. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2017/12/29/actualidad/1514585981_531542.html?rel=str_articulo#1516548212949

¿Cuáles son los programas más utilizados en diseño gráfico? (s.f). Fude. Recuperado de <http://www.educativo.net/articulos/cules-son-los-programas-ms-utilizados-en-diseo-grfico-643.html>

#YoMePongoEnSusZapatos: la campaña a favor del cannabis medicinal con famosos. (2016). Día a día. Recuperado de: http://diaadia.viapais.com.ar/tu-salud/yomepongoensuszapatos-la-campana-favor-del-cannabis-medicinal-con-famosos?qt-notas_tabs_multimedia=0

23 inspiradores ejemplos de publicidad gráfica. (2011). Marketing Directo. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/23-inspiradores-ejemplos-de-publicidad-grafica>

6 programas top de animación en cine y publicidad. (2011). Revista Merca2.0. Recuperado de: <https://www.merca20.com/6-programas-top-de-animacion-en-cine-y-publicidad/>

ANEXOS

ANEXO 1

GUION DE LA INFOGRAFÍA

¿Qué es lo que sabes sobre el cannabis? Algunas personas lo vinculan con varios temas, que, si bien pueden estar relacionados, solo muestran un enfoque muy parcializado.

Para entender más el tema, veamos un poco de historia: Los humanos han usado la planta de cannabis desde hace más de 8000 años. Los primeros en usarla fueron los chinos, alrededor del 6000 a.C. y lo usaban con fines alimenticios, textiles, y medicinales. Con el pasar del tiempo su uso se extendió por toda Asia: en la India la utilizaban para ceremonias religiosas y en el mundo árabe tenía fines alimenticios entre otros. En la antigua Roma también servía de alimento y su fibra se usaba para fabricar tejidos. Posteriormente, el cannabis se expandió a través de Europa y África y un tiempo después los esclavos africanos la llevaron a Brasil, donde la consumían durante las cosechas.

En Estados Unidos también fue popular. Hasta principios del siglo XX en las droguerías se podía encontrar medicinas a base de cannabis. Además, se lo usaba para fabricar papel, siendo una alternativa más económica que el papel común. También se usaba en el campo textil, llegando a competir directamente con el Nylon.

Es por ello que varios magnates vieron al cannabis como una amenaza directa para sus negocios. Entre ellos, destaca Randolph Hearst, que en la época era dueño de varios periódicos en el país, y que aprovechó su poder mediático para atacar al cannabis, criminalizando a los mexicanos y afroamericanos por su uso. A esto también se sumaron argumentos morales, lo que logró que después de un tiempo se prohiba el cannabis en Estados Unidos y posteriormente, en todo el planeta.

Actualmente, la droga ilegal más consumida mundialmente es la marihuana

(cannabis), con más de 180 millones de usuarios. Casi la misma cifra que resulta juntando la población de México y Centroamérica.

En el caso de Ecuador, la marihuana también es la droga más consumida y la de más fácil acceso, aunque su venta y cultivo estén prohibidos, y a pesar de que las cárceles estén llenas de mulas y micro traficantes. Esto evidencia que la guerra contra las drogas no ha tenido mucho éxito.

La venta ilegal de marihuana representa un buen negocio para las mafias. Su prohibición multiplica su precio y lo convierte en un negocio rentable. Tal como pasó en los años 20 con la ley seca en EE. UU. Lo cual creó mafias contrabandistas que causaron violencia y corrupción.

Ahora, imagina si la marihuana fuese legal, traficar con ella no sería muy lógico, pues su valor bajaría drásticamente y por tanto, el crimen y la corrupción se reducirían. Además, se la podría regular, controlar y estudiar, y así garantizar un producto de calidad a sus consumidores. La legalización del cannabis es un tema importante de debate global, y aunque en la actualidad esté prohibido en casi todo el mundo, varios países ya lo han legalizado, el caso más reciente es Canadá.

En Ecuador el gobierno ya está tomando cartas en el asunto para poder legalizar su uso terapéutico, algo que podrá traer beneficios sociales y económicos a la población ecuatoriana, ayudando al tratamiento de varias enfermedades y además con empresas legales que crearían miles de empleos, al igual que en Estados Unidos, donde además se redujo índice de arrestos y sus consumidores regulares no aumentaron.

¿Cómo crees que cambiaría el Ecuador con la legalización del cannabis? ¿Te gustaría saber más al respecto? Visita nuestro sitio web (www.legalizaciónconsciente.com) y entérate más.

LOGO (legalización consciente) y fin del video.

ANEXO 2

GRUPO FOCAL

Preguntas del grupo focal

Síntesis de respuestas de los participantes

Escriba todas las palabras/adjetivos con las que relacionan al cannabis, y posteriormente vamos a compartirlas y discutir las. Uno por uno, anotar en el pizarrón, cuál es el punto de vista con respecto al cannabis.

- Relajación, placer, paz, diversión, negocios, olvido.
- Droga, medicamento, delincuencia, neuronas, negativo y positivo.
- Droga, malo, beneficioso, planta, estupefaciente.
- Medicina, ilegal, economía.
- Marihuana, droga, alucinación, relajación, reggae, sota, quina, estupefaciente.

¿Por qué cree que el cannabis es ilegal?

- Por la fama que tiene y que la sociedad le ha dado, lo que lo hace parecer malo.
- Por que tal vez es algo negativo, o porque el gobierno sabría controlar el consumo.
- Porque las personas lo consumen en exceso y hace que se pierdan el control, estos prejuicios lo limitan.
- Por las consecuencias que causa ya que afecta al desarrollo de las sociedades.
- Porque afecta al cuerpo si es en exceso.
- Porque es una droga que si se lleva al exceso puede ser perjudicial.

¿En términos generales y específicos, como cree que afectaría la legalización del cannabis en el Ecuador?

- Las plantaciones se podrían controlar, habría centros fijos de distribución, habría otros tipos de negocios.
- Como impacto positivo puede beneficiar a la salud y a la economía, como negativo podría incrementarse la delincuencia y los accidentes.
- La economía subiría ya que habrían altas cantidades de consumo en el país, y esto beneficiaría a los vendedores. También se incrementaría la delincuencia.
- Afectaría en lo biológico, económico y político.
- En la seguridad, inflación de precios, impuestos.
- Incremento de la delincuencia debido al estereotipo social, beneficiaría en prácticas médicas, aumento de consumo masivo, aumento de productos derivados del cannabis.

¿Cuál es el enfoque principal que debería tener la campaña gráfica? Enfocándose en los aspectos anteriormente mencionados (social, medicinal, económico), ¿cuál de ellos consideran más relevante e importante para la realidad nacional actualmente?

- Debería enfocarse en lo social: ¿qué seguridad tengo si se legaliza?, ¿cómo se controlaría?, ¿qué aporte económico brinda al país?, ¿se bajaría el nivel de delincuencia?, ¿generaría empleo?
- Debería enfocarse desde todos los puntos, tanto social, económico y medicinal, ya que esto afectaría en todo el país y lo que hace falta es información.
- Debería enfocarse en lo social y económico e informar sobre los correctos usos y beneficios.
- Enfocarse en el ámbito con más falencias.
- Debería enfocarse en los tres aspectos con más énfasis en lo social.

