

## El enemigo es la droga su aliado, los memes

### The enemy is drugs accompanied by memes

**M.Sc. Livia Salazar Hernández.** Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona, Facultad de Educación Infantil, Departamento de Educación Primaria

[liviash@ucpejv.edu.cu](mailto:liviash@ucpejv.edu.cu)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7494-9540>

Recibido: junio 2021

Aprobado: octubre 2021

#### RESUMEN

El auge de las redes sociales, permite el acceso de todo aquel que tenga posibilidades de recibir diversa e infinita información, entre las que están en términos de las ciencias de la información la infografía, en este artículo se tratan, los memes creados con conocimiento y conciencia por personas conocedoras de la técnica con una intención bien delimitada, que son emitidos y o transformados vía internet por múltiples usuarios, en el que la imagen original se transforma o reconstruye y se hace una significación reconstruida de la idea inicial. De este contexto mencionado, se extrajo una muestra de memes publicados en el primer trimestre del 2020 sobre el consumo de drogas legales con la intención de demostrar el significado falseado su contenido. La generalidad de ellos además de expresar un típico sentido de humor ingenioso, revelan un contenido falsificado o falaz acerca del efecto consumo de las drogas legales, pudiendo influir en la conformación de una representación social incorrecta en las personas que crean en ese significado y, por lo

#### ABSTRACT

The rise of social networks, allows access to anyone who has the possibility of receiving diverse and infinite information, among which are in terms of information science infographics. This article deals with meme created with knowledge and awareness by people knowledgeable about the technique with a well-defined intention, with are broadcast and transformed via the internet by multiple users, in which the original image is transformed or reconstructed and reconstructed meaning of the initial idea they made. From this aforementioned context, a sample of meme published in the first quarter of 2020 about the consumption of legal drugs they were extracted with the intention of demonstrating the falsified meaning of their content. The generality of them, in addition to expressing a typical sense of ingenious humor, reveal a falsified or fallacious content about the effect of consumption of legal drugs. Being able to influence the formation of an incorrect social representation in the people who believe in that meaning and therefore influence your awareness

tanto, influya su consciencia y las actitudes al afrontar los efectos del consumo.

**Palabras clave:** Memes, falacias, drogas legales.

and attitudes when dealing with the effects of consumption.

**Keywords:** Memes, fallacies, legal drugs.

---

## INTRODUCCIÓN

La publicidad del tabaco y del alcohol está dirigida hacia los consumidores, con la intención de que incrementen el consumo de las mismas, o si no consumen, lo inicien. Si se consulta a los que elaboran y difunden las campañas probablemente nieguen su propósito, pero la realidad demuestra que no dejarán de hacerla por el impacto económico que tiene, además necesitan mantener a los que consumen e incorporar a otros. En ese sentido Becoña (2002) afirma que “De ahí el que tengan un gran interés en dirigirse a los jóvenes para captarlos como consumidores o reforzar su adicción” (p. 225).

Las redes sociales se convierten en un espacio propicio para que el alcohol y el tabaco sean usados directa e indirectamente, mediante infografías (memes, fotos, videos, stickers). Los memes, según (Limor Shifman s/f, citado por Flower, 2020) son “aquellos objetos que comparten características comunes de contenido formas y/o intención; que fueron creados con conocimiento y conciencia de ellos entre sí, y que fueron circulados, emitidos y o transformados vía internet por múltiples usuarios.” Calificarlos como intencionados dice del convencimiento objetivo y del impacto que producirá en los receptores, además del interés para que sean compartidos por el público a nivel global, razón que indica:

No se puede perder de vista que, entre sus características más notables (...) Tienen alta velocidad de expansión. Alcanza la marcada significación. Son transmitidos de persona a persona (...) los memes no son improvisados, reconocen que son obras de personas preparadas, implican gran esfuerzo e incluso requiere ser habilidoso en el manejo de herramientas multimedia. (...) no es una copia fiel o simple, de la imagen original; es su transformación, reconstrucción donde se hace una resignificación de la idea inicial (Flower, 2020, p.8).

Estudiarlos por aquellas profesiones que tienen en sus funciones la educación del ser humano le propicia información de interés de la vida político, social e ideológico, cultural de un país o territorio. Flower (2020) señala que “casi todo acontecimiento público importante despierta una corriente de memes” (p.8).

Durante el primer trimestre del año 2020, la autora del presente texto, realizó el seguimiento de algunos memes por Facebook, cuyo contenido son las bebidas alcohólicas o cigarro, en un número considerable de ellos, se exalta y estimulan el consumo a estas sustancias y al mismo tiempo, la percepción de la imagen de sus verdaderos efectos, puede quedar distorsionada para aquellos que posean insuficiente conocimientos o no estén convencidos de los riesgos que se provocan cuando éstas son ingeridas, ya sea de modo experimental, casual o habitual.

El presente texto tiene el propósito de: demostrar el significado falseado del contenido de algunos memes referidos al consumo de drogas legales.

## **DESARROLLO**

El tema referido al consumo de drogas legales y su publicidad, revela la contradicción entre la promoción de sustancias nocivas en mensajes colocados en las redes sociales, y por otro lado la prevención de salud, dirigidos a un mayor control sobre el consumo de las drogas legales aceptadas socialmente que se vencen de manera lícita, además de porteras porque abre la entrada al consumo de otros estupefacientes. Es posible analizar que este fenómeno, puede influir en la modificación la percepción del riesgo hacia las drogas, porque contribuye a conformar en las personas una representación social sobre las mismas, que minimiza, normaliza y por lo tanto influye en la conducta hacia el consumo.

Sánchez (2009) define. “Las representaciones sociales son pues la forma en la que un grupo o colectivo imagina o piensa los hechos sociales, convertidos en objetos que han adquirido significación para el sujeto, de ahí que los aspectos simbólicos e imaginarios sean fundamentales en la construcción de la realidad” (p.13).

Para Sánchez las representaciones sociales son esenciales ya que:

- Condicionan las creencias, normalizan los pensamientos y se orientan las valoraciones sociales que influyen en la consideración social del daño.
- Influyen en las diversas significaciones que le otorga el grupo al consumo de sustancias.
- Determinan las actitudes y conductas y hábitos de consumo.

Al adecuar la definición anteriormente citada, al consumo de drogas, Sánchez (2009) afirma:

(...) las representaciones sociales sobre las drogas y sus usuarios condicionan las actitudes hacia el consumo, distorsionando las percepciones del riesgo por parte de los consumidores, y conformando una mentalidad adaptativa en base a: la consideración social del daño de la sustancia, la permisividad con la que se regule su consumo en las disposiciones legales y el estatuto diferencial de la sustancia entre los consumidores amparado, en su raigambre sociocultural (p.13).

¿Cómo influye la publicación de memes sobre consumo de alcohol y tabaco en las representaciones sociales de los que acceden al mismo?

La respuesta requiere de una investigación profunda, no obstante se puede reflexionar que: ingerir bebidas alcohólicas y consumir tabaco no provocan riesgos para sí, ni para otros, otra idea es que las campañas de promoción son alarmista y el propósito es infundir miedo; también puede estimular una representación social más específica tal como: las mujeres son más atractivas cuando fuman y beben, el consumo evita la depresión, también son recomendados para enfermedades cardiovasculares, el colesterol, el estómago y otras enfermedades, no tienen por qué escuchar sugerencias de los otros, haz lo que tu creas que será lo mejor para ti, en fin, serían interminables los criterios según sean las valoraciones y los significados atribuidos al consumos de las distintas sustancias y representaciones sociales de la cultura.

Si se añade, que en los espacios de ocio y diversión es frecuente su empleo y que se adquieren fácilmente en los comercios (incluso con más ofertas que otros productos saludables), si es evidente la satisfacción de las personas consumidoras de estas sustancias con toda libertad, entonces son variados los factores que favorecen la

conformación de las representaciones sociales que en combinación con la propaganda limitan la prevención del consumo de drogas legales. Asociada a esta idea se declaran los criterios de Becoña (2002) cuando plantea “De ahí que la percepción del riesgo que tienen los adolescentes como el resto de la población sobre el tabaco y el alcohol sea baja, a diferencia de las drogas ilegales” (p.225).

Tanto a nivel internacional como a nivel nacional existen variados Proyectos, Programas y organizaciones que se encargan del enfrentamiento a las drogas en sentido general.

En Cuba existe el grupo de Trabajo Preventivo Nacional que involucra a diversos Ministerios como: Interior, Jurídico Salud Pública y Educación entre otros, para estos efectos. Con una estrategia de Tolerancia 0. No obstante se continúa con acciones dirigidas hacia esos propósitos, que cada vez deben ser variadas y creativas divulgadas por cualquier vía de comunicación para que alcance a toda la población, con énfasis en los jóvenes.

Becoña (2002) señala “Casi todos los programas preventivos tienen un componente orientado al análisis de la publicidad del alcohol y del tabaco y a cómo hacerles frente a sus mensajes y desmontar las falacias que suelen subyacer a los mismos” (p.225). No obstante, la autora del presente trabajo considera que deben diversificarse aún más los procedimientos de enfrentamiento a esta situación en correspondencia con el avance científico técnico de la sociedad.

Todas las instituciones educacionales constituyen un espacio favorable para formar en los estudiantes una representación social que tribute a las drogas legales e ilegales y de este modo influir en la percepción del riesgo en ellos, conjuntamente con su formación profesional.

La Universidad de Ciencias Pedagógicas en su estrategia de formación inicial y permanente tiene previsto estos propósitos, en tanto le concierne garantizar la adecuada preparación del personal docente y de este modo, satisfacer los requerimientos de la sociedad y de la escuela cubana. Existe en la Facultad de Educación Infantil, concretamente en el departamento de Educación Primaria, una estrategia que le proporciona al docente en formación, su preparación para el cumplimiento de un conjunto

de acciones, en aras de que estos conocimientos contribuyan a la percepción temprana en los escolares estas manifestaciones.

A continuación, se presentan los contenidos de una muestra de memes seleccionados, donde se ponderan mitos que contribuyen a distorsionar las representaciones sociales, conformando una mentalidad adaptativa y su creciente aceptación (expresa o virtual), a la normalización del consumo de alcohol y tabaco, en especial entre los grupos juveniles o aquellos que de forma directa o indirecta están más familiarizados con su existencia.



Figura 1. Mujer disfrutando el consumo de vino.

La actitud relajada y placentera que consiguiera revelar la imagen de la (fig. 1.) puede conformar ideas falsas, sobre el consumo de alcohol (relaja), comparándola con la satisfacción por la ejecución de los ejercicios yogas, por lo que se simboliza a este consumo como superior a la ejercitación corporal. Esta representación puede dar origen a expectativas populares con respecto a supuesta bondades como: ayuda a desinhibirse, aumentar la seguridad en sí mismo, relaja y ayuda a olvidarse de los problemas González y Donaire (2015) afirma al respecto (...) “en realidad, salvo un patrón estrictamente social, los efectos que se creen son justamente opuestos es decir provocan inhibición, depresión, tendencia a aislarse socialmente, reducción de la autoestima, problemas familiares, laborales entre otros” (p.71 y 72).

También se reflexiona que esta representación puede reflejar el mito el alcohol daña por igual a hombres y a mujeres. Lo cual es falso, porque está demostrado que el alcohol González y Donaire (2015) declara “(...) daña más a las mujeres debido a que

generalmente tienen un tamaño y peso corporal menor y poseen menos cantidad de agua en el cuerpo, lo que ocasiona que el alcohol circule en la sangre en mayor concentración”. (p.28). Por ello, cuando un hombre y una mujer beben la misma cantidad de alcohol, ella se embriaga más fácilmente, los efectos del alcohol le duran más tiempo y tiene mayor posibilidad de sufrir daños en el hígado.

También está implícito la falacia que refiere. Tavera y Martínez (2012) “Las bebidas suaves, llamadas de moderación (vino, cerveza) embriagan menos. Falso porque los efectos que produce el alcohol son los mismos, si se toma una bebida llamada de moderación que otra más fuerte”. La embriaguez ocurre cuando se sobrepasa la cantidad de alcohol que puede transformar el hígado en una hora. (p. 27).



Figura 2. Frida Kahlo, famosa pintora mexicana del siglo xx.

En la (Fig 2). Aparece la idea que las mujeres exitosas consumen alcohol, posiblemente como promoción, producto del empleo de una campaña de publicidad con la imagen de la artista mexicana para representar la idea anteriormente analizada.



Figura 3. Mujer multiconsumidora reticente a sugerencias.

La figura femenina es muy empleada en estas infografías en la (Fig. 3) se muestra el consumo de dos adicciones tabaco y alcohol, ahora asociándose al mito: Fumar tiene efectos relajantes con respecto al alcohol ya fue analizada anteriormente. Con respecto al tabaco se puede declarar, falso, porque la nicotina que contiene este, es un estimulante que aumenta la tensión y la ansiedad. La relajación que se siente al fumar no es por el cigarrillo, sino por las circunstancias que se asocian al acto de fumar. “Si le preguntaran a un exfumador cómo se siente, seguramente dirá que más relajado, menos tenso y que puede dormir mucho mejor”. Tavera y Martínez. (2012). La tranquilidad desaparece cuando bajan los niveles de nicotina, es un estimulante, lo que difícilmente pueda tener propiedades relajantes y traen consigo afectaciones respiratorias. Puede considerarse, que representa otra fantasía sobre el criterio de que: Hay personas a las que el cigarrillo no le hace daño. Ello es falso, el cigarro perjudica la salud de todos los que lo consumen y de quienes están alrededor. “Lo que sucede es que el grado del daño y el tiempo en el que éste se manifiesta varían en cada sujeto”. (p. 27).

Desde la imagen, puede interpretarse como mensaje la independencia de las mujeres adultas para adjudicarse la decisión personal de asumir las adicciones, sin importarles los criterios de los que la rodean. Pudiera considerarse también, cierta resistencia al cambio.



Figura 4. Tres maneras humorísticas sobre el efecto de la ingestión de alcohol.

Los memes que aparecen en la (Fig. 4) poseen un matiz humorístico, pero carecen fundamentos científicos, contribuyen a crear una representación distorsionada de la realidad al ofrecer una información falsa. Para su desmitificación. De acuerdo con González (2015) cuando refiere:



(...) las vías que sigue el alcohol para su neutralización luego de su consumo es de un 20 % que se absorbe en el estómago y el resto en el intestino, del 90 al 98 % se metabolizan fundamentalmente en el hígado, (...) una vez ingerido es insignificante la cifra que permanece en el estómago, además, existe una discreta producción endógena de la alcohol derivado de la acción bacteriana en el tubo digestivo, aún en personas abstemias (...) hecho que explica filogenéticamente, la existencia de receptores específicos para el alcohol en nuestro sistema nervioso (p.131).

El contenido de este meme es falso, en tanto no es posible comparar la porción insignificante la de alcohol que permanece en el estómago, con el daño que se le provoca al hígado después de la ingesta. Además, se infiere que, si existe una producción endógena de alcohol, ésta es suficiente para combatir las bacterias.

Existen otros memes, que reflejan la imagen de evasión de la depresión consumiendo bebidas alcohólicas asociado a la automedicación o estimulación.



Figura 5. Dos memes que asocian a la bebida el efecto de curar o estimular.

Existen memes (Fig. 5) que reflejan la imagen de evasión de la depresión consumiendo bebidas alcohólicas, asociado a la automedicación. Esta es una representación falsa porque el alcohol es depresor del sistema nervioso central, no estimulante como ya se expresó en una reflexión anterior y este actúa sobre los centros de control en el cerebro. Lo que sucede es que la persona se desinhibe y se atreve a actuar de forma distinta. Es criterio de la autora de este texto que estos memes solamente no muestran un ingenuo humor, sino, la insinuación a la interacción de las bebidas alcohólicas con medicamentos, otra tendencia que suele manifestarse en los consumidores basados en la potenciación del efecto.



Figura 6. Conciencia de la carencia de autocontrol del consumo de alcohol.

Debe conocerse, que el uso experimental de sustancias adictógenas, puede llevar a un uso casual, este puede derivar en un uso intensivo cuando la persona no es capaz de autorregularse y como consecuencia embriagarse. Por otra parte, puede ser analizada la pérdida del control de la persona sobre sus decisiones, al acceder sin reflexión a las demandas de otros y sin tener en cuenta el daño que puede provocar en sí mismo debido a la presión del grupo social en que se desenvuelve el sujeto, (Fig.6) “(...) ello puede producir una toxicidad motivacional y una pérdida de control... Ello varía de una droga a otra... hay drogas más adictógenas que otras” González y Donaire, 2012, p.7).



Figura 7. Consumo de alcohol asociado a grupos.

Este meme revela fundamentalmente una de las vías dirigida hacia las toxicomanías asociadas a lo socio cultural González (2000) asevera: “Esta es conocida popularmente

en América Latina como la vía de” Las junteras” y se relaciona también con ocupaciones que facilitan el acceso a las sustancias...” (p.24).

Las personas consumidoras que emplean la vía socio cultural, se buscan entre los que tienen costumbres, tradiciones o modas similares, también se reconocen factores ocupacionales que facilitan el frecuente consumo de sustancias y la consecuente adicción, pero en esencia ceden a la presión grupal, con actitudes sociales de tolerancia al consumo. “Revela el tipo de consumo embriagante asociado al grupo, algunos especialistas en el tema expresan que solo lo necesita o buscan la droga cuando están con sus pares.” González, 2005, p. 60).



Figura 8. Estimulación al consumo de alcohol.

A juicio de la autora, los anteriores memes (fig. 8) representan una propaganda intencionada y aparentemente ingenua que invita al consumo de alcohol, justamente en los últimos meses del año cuando la bebida alcohólica es más demandada por ser una etapa considerada en diferentes culturas como festivas. Es criterio de la autora que va implícito el falso mensaje de que beber alcohol es totalmente inofensivo.



Figura 9. Es dependencia.

En la (fig. 9) se alude a una de las manifestaciones que revela el consumo no social: la dependencia, la cual se refiere al grado de adaptación, a la carencia progresiva que se establece por el consumo mantenido de un tóxico; la persona es incapaz de detenerse cuando inicia el consumo, por lo tanto, le resulta casi imposible dejar de consumir el tóxico, carece de libertad de decisión frente a la droga en cuestión. El último meme representa la imagen falsa sobre la imposibilidad que tiene el sujeto de dejar de consumir el tóxico, por lo tanto, simboliza que es mínimo el poder de control, decisión y autorregulación de la persona para rehabilitarse.

Este contenido refleja que el sujeto llega a requerir la cerveza de forma tal, que se incorpora al metabolismo del organismo para amortiguar alguna función corporal o psíquica, de manera que no aparezca un síntoma incómodo en la persona, por ello no la puede abandonar. La respuesta sería ¡NO! Es dependencia.

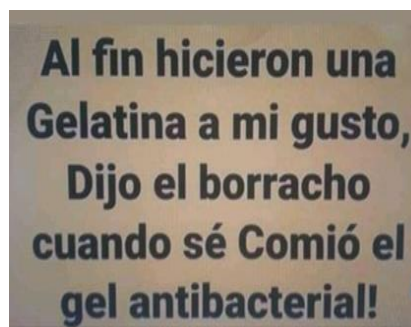


Figura 10. La dependencia.

En la (fig. 10) se continúa manifestando el compromiso del consumidor en la fase de dependencia física o biológica revela que ya no puede estar sin consumir alcohol, porque que se ha convertido en algo esencial en su estilo de vida en la (fig.10) Ello se alude a un tipo de consumo denominado perjudicial muy agravado, la imagen representa que la persona cuando está en esta fase, es capaz de ingerir cualquier sustancia que contenga alcohol.



Figura11. Fase contemplativa.



Figura 12. Fase de Abstinencia

Se debe resaltar que el contenido de los memes en las (fig. 11 y 12) no representa un mito todo lo contrario están basado en el hecho científico del efecto que se produce en el adicto sobrio luego que se le proyectan imágenes filmadas en un video de su comportamiento de su estado de embriaguez.

Se percibe que ha logrado identificar su culpa y sentir arrepentimiento, es una respuesta típica utilizada por el adicto, cuando se autoengaña porque creen que son capaces de controlar su consumo y no se van a manifestar consecuencias negativas por su conducta. Se manifiesta entonces la Fase contemplativa según, González (2005) “En esta etapa ya se establece la conciencia de que hay un problema que debe superarse...” (p.122). También se revela en estos contenidos una etapa crucial de los estados de la adicción la que se conoce como recaídas que al decir de González (2005) “representa el tope del éxito rehabilitatorio” (p.162).

En la (fig 12) se evidencia del pleno conocimiento por el adicto que la única opción para rehabilitación, es la abstinencia y que involucionará si reinicia el consumo. Es una excelente representación de la importancia de prevenir para alcanzar el máximo objetivo que se aspira en esta etapa.



Figura13. Expresión de la fase de recaída.

Estos memes representados (fig.13) expresan humorísticamente la fase de recaída, que significa reiniciar el consumo, error que realiza el adicto por desconocimiento de los mecanismos que dejaron huellas en el sistema nervioso y en todas las células del cuerpo humano. El desconocimiento de estos conocimientos pudiera ser asimilado para el lector que las asociaciones no cumplen objetivos y no es posible rehabilitarse.

Según González (2005) “Es por ello que ante el primer consumo se desencadena el mecanismo (...) expresado por el deseo imperioso de continuar el consumo.” Es necesario enfatizar que ambos podrían ser una sátira de las personas que nunca podrán rehabilitarse (p.123).

## CONCLUSIONES

El estudio de una muestra de memes publicados en las redes sociales sobre el consumo de drogas legales durante el primer trimestre del 2020 permitió demostrar, que la mayoría de ellos revelan un típico sentido del humor sugerente, pero poseen un contenido tergiversado o engañoso acerca del efecto consumo de estas sustancias, pudiendo repercutir en la conformación inadecuada de las representación social de las personas

que creen en ese significado y por lo tanto contribuyen a limitar la consciencia y la formación de actitudes para afrontar los efectos del consumo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Becoña I.E. (2002). Bases Científicas de la prevención de las drogodependencias. Recuperado de <http://www.emcdda.europa.eu>

Becoña I.E. (2007). Bases Psicológicas de la prevención del consumo de drogas. Recuperado de <http://www.papelesdelpsicologo.es>

Flower, V. (2020, 17 de junio). Memes. En Granma, p 8.

González, R y Donaire, I de los A (2015). Alcohol y otras drogas Criterios populares vs verdades científicas. 100 preguntas y repuestas. La Habana, Cuba. Editorial Academia.

González, R. (2012). Misión Rescata de adictos. Guía para la relación de ayuda con toxicómanos. La Habana vieja, La Habana, Cuba. Editorial abril.

González, R (2005). Prevenir, detectar y vencer las adicciones. Ciudad de la Habana, Cuba. Editorial Científico - Técnica.

González, R. (2000) Cómo enfrentar el peligro de las drogas. Santiago de Cuba, Cuba. Editorial Oriente.

Prevención de las adicciones y promoción de conductas saludables para una nueva vida. Guía para el promotor de nueva vida, s/n y s/f. Prevad. Cap. I. Archivo Pdf tamaño 1.04 MB.

Sánchez L. y Balda M L. (2009). Las percepciones sociales como determinantes del consumo de psicoestimulantes entre los jóvenes riojanos. Recuperado de <http://www.fundaciondialnet.unirioja.es>.

Tavera, S y Martínez J.M. (2012) Prevención de las adicciones y promoción de conductas saludables para una nueva vida. Recuperado de <http://www.connadic.gobmx>.