

Mondragón Gómez Raquel, Gutiérrez Hernández Guadalupe, Cañas Martínez Vianey, Soto Hernández Itzia  
 correo: raquel.mondragon@imp.edu.mx

## Introducción

Los datos de las investigaciones epidemiológicas muestran que la prevalencia de consumo de cualquier droga ha incrementado a lo largo de los años, del 3.3% (2011) al 6.4% (2016) en población de 12 a 17 años en México, además, la edad de inicio de consumo ha disminuido.

Por otro lado, según los resultados, aquellas personas que han estado expuestas a la prevención antes del consumo reportan menor porcentaje en el uso de cualquier droga en comparación con aquellas que no han recibido ningún tipo de prevención.

## Objetivo

Conocer los principales componentes y estrategias de las campañas que se han desarrollado en medios digitales del mundo para prevenir consumo de drogas.

## Metodología

Se realizó una revisión de estudios publicados en las bases de datos, Journal of Medical Internet Research JMIR, Sciencedirect, Elsevier, Ebsco Host, PubMed, Sage y Springer. Las palabras clave en la búsqueda fueron: prevención, campaña, consumo de drogas, internet, TIC, use drug, ICT, media campaign. La búsqueda se realizó de octubre del 2017 a enero del 2018 como parte del diseño de una campaña en medios digitales para adolescentes y responsables de crianza que realiza el Instituto Nacional de Psiquiatría "Ramón de la Fuente Muñiz".

## Resultados

Se revisaron 17 campañas preventivas, la mayoría implementadas en Estados Unidos por instituciones gubernamentales de salud:

- 6 dirigidas a la prevención del consumo de alcohol en menores de edad
- 6 orientadas al uso de drogas sin prescripción médica
- 3 enfocadas al consumo de drogas en general
- Las restantes dirigidas a ansiedad y salud mental

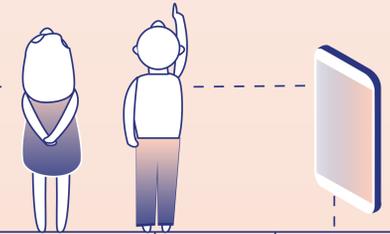
En cuanto a su público objetivo:

- 5 fueron para jóvenes y sus padres
- 5 para adolescentes
- 3 para padres de familia
- 2 para población general y una para la industria del alcohol

Respecto a los medios utilizados:

- 4 usan página web
- 8 mezclan página web más redes sociales
- 4 emplean redes sociales
- 1 usa página web, redes sociales y aplicación móvil

En su mayoría las campañas tienen objetivos como concientizar, informar, promover y reducir el uso de sustancias para mejorar la salud mental



Ante estos datos es necesario seguir realizando acciones preventivas en México. Además de las intervenciones tradicionales, actualmente, existen tres nuevas tendencias que involucran a los participantes y medios: primero, el e-mental health que involucra el uso de internet y tecnologías como las aplicaciones móviles con el objetivo de suministrar información; detectar, evaluar y supervisar ciertos padecimientos mentales, así como brindar apoyo social. Sus ventajas son mejor accesibilidad, reducción de costos e interactividad. En segundo lugar, la web 2.0, es decir una segunda generación de sitios web, los cuales están basados en el modelo de una comunidad de usuarios y que abarca diversas redes sociales como blogs, wikis, podcast y servicios multimedia interconectados. Algunos de sus principios son la gratuidad, facilidad, personalización, etcétera. Y por último, la colectividad inteligente donde el control y la supervisión están en manos de sus miembros. Además, hay quienes sostienen que ese tipo de colectividad captura, construye y reserva conocimiento para extenderse a sí misma y a su entorno. Diseñar una campaña de este estilo implica diferentes pasos como realizar un benchmarking, es decir, una comparación referencial sobre las diferentes campañas que existen.

Nombre y año	Categoría	País e institución responsable	Objetivos	Público(s)	Medio(s)	Links
Generación Rx	Informativa e intervención	EUA	Prevenir el uso indebido de medicamentos recetados	Jóvenes 12-25 años	Página web (P) Facebook, Twitter y Youtube	<a href="http://genrx.us/">http://genrx.us/</a>
Dose of Reality Campaign	Prevención e intervención. Uso de analgésicos	México, financiada por SAMHSA	Educación sobre los riesgos asociados al uso indebido de analgésicos	Adolescentes y padres de familia	Página web (P) Facebook, Twitter, Instagram, app	<a href="https://www.doseofrealitynm.com/">https://www.doseofrealitynm.com/</a>
North Dakota Prescription Drug Abuse Campaign	Informativa	EUA Dakota del Norte	Educación al público sobre el uso indebido y abuso de medicamentos recetados, a través de folletos, juegos y hojas informativas	General	Página web (P)	<a href="https://prevention.nd.gov/">https://prevention.nd.gov/</a>
Prescription for Prevention: Stop the Epidemic	Informativa	EUA Ohio	Concientizar sobre el uso indebido y abuso de medicamentos recetados mediante anuncios publicitarios	General	Youtube	<a href="http://portsmouthcityhealth.org/prescription-for-prevention-stop-the-epidemic/">http://portsmouthcityhealth.org/prescription-for-prevention-stop-the-epidemic/</a>
Good Drugs Gone Bad de 2009	Prevenir a través de información	EUA	Informar a los adolescentes sobre el peligro del uso indebido y abuso de drogas recetadas, a través de una película, carteles presentaciones de power point, folletos y un libro de ciencia ficción	Adolescentes	Página web (P) Facebook	<a href="http://www.gooddrugsgonebad.com">http://www.gooddrugsgonebad.com</a>
Bell Lets' Talk	Salud mental	Canadá	Hacer conciencia de la salud mental y reducción del estigma a través de twitter	Adolescentes y jóvenes	Página web	<a href="https://letstalk.bell.ca/en/">https://letstalk.bell.ca/en/</a>
Living the Example	Uso de drogas	EUA	Facebook	Jóvenes	Facebook (P) Página web, twitter, Instagram, youtube	<a href="http://www.livingtheexample.org">http://www.livingtheexample.org</a>
Above the Influence	Consumo de drogas	EUA	Ayudar a los adolescentes a resistir la presión de pares a través de publicidad en internet, en específico en Facebook.	Adolescentes	Facebook (P) Página web, twitter, Instagram, youtube	<a href="https://abovetheinfluence.com/">https://abovetheinfluence.com/</a>
NIDA for Teens	Consumo de drogas	EUA	Educación sobre el uso indebido de drogas, a través de un blog, videos y hojas informativas	Adolescentes Padres de familia Docentes	Página web (P) Twitter, Facebook, youtube, Instagram, Flickr y podcast	<a href="https://teens.drugabuse.gov/">https://teens.drugabuse.gov/</a>

Nombre y año	Categoría	País e institución responsable	Objetivos	Público(s)	Medio(s)	Links
Too Smart to Start	Consumo de alcohol Intervención	EUA	Estimular las conversaciones entre jóvenes y adultos sobre el consumo de alcohol en menores de edad	Adolescentes Padres de familia Docentes	Página web (P) Facebook, Twitter y Youtube, linkedIn	<a href="https://www.urc-ohs.com/projects/too-smart-start">https://www.urc-ohs.com/projects/too-smart-start</a>
We Don't Serve Teen	Consumo de alcohol	EUA	Proporcionar materiales sobre el consumo de alcohol en adolescentes, a través de comunicados de prensa, cartas al editor y anuncios en radio	Escuelas, organizaciones sociales e industria del alcohol, padres de familia	Facebook, twitter y linkedIn	<a href="https://www.consumers.ftc.gov/features/feature-0028-we-dont-serve-teens">https://www.consumers.ftc.gov/features/feature-0028-we-dont-serve-teens</a>
Nombre no identificado	Ansiedad	Estados Unidos	Disminuir la ansiedad en estudiantes de licenciatura estando en contacto con ellos a través de un grupo privado de Facebook y promoviendo el ejercicio.	Jóvenes (licenciatura)	Facebook	<a href="https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5741822/">https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5741822/</a>
Be a Jerk	Alcohol en menores de edad	EUA Hawái	Crear un ambiente donde el alcohol esté menos disponible para los jóvenes, y cambiar las actitudes de la comunidad hacia el consumo de alcohol por menores de edad.	Jóvenes	Facebook e Instagram	<a href="http://www.beajerk.org/">http://www.beajerk.org/</a>
Parent Media Campaign (Maine)	Alcohol en menores de edad	EUA	Crear conciencia sobre el consumo de alcohol por menores de edad, a través de anuncios de radio y pósters	Padres	Página web (P)	<a href="http://www.maineparents.net">www.maineparents.net</a>
Reality Check	Alcohol en menores de edad	Massachusetts Cambridge Prevention Coalition	Reducir el consumo de alcohol por menores de edad.	Jóvenes y Adultos	Página web	<a href="http://www.cambridgepublichealth.org/lifestyle/substance-abuse-prevention/index.php">http://www.cambridgepublichealth.org/lifestyle/substance-abuse-prevention/index.php</a>
Ups and Away and Out of Sight	Uso indebido y abuso de drogas recetadas	EUA	Alentar a los adultos a mantener los medicamentos fuera del alcance de los niños pequeños y a enseñarles sobre la seguridad de los medicamentos, a través de folletos y póster	Padres y cuidadores	Página web (P)	<a href="https://www.upandaway.org/es/">https://www.upandaway.org/es/</a>
Speak Now	Alcohol en menores de edad	EUA	Alentar a los padres y cuidadores a hablar con sus hijos sobre el consumo excesivo de alcohol.	Padres y cuidadores	Página web (P) Facebook	<a href="https://www.hableahoracolorado.org">https://www.hableahoracolorado.org</a>

P= Principal medio

## Conclusión

Las campañas analizadas tienen diferentes objetivos como reducir el consumo en los adolescentes, sensibilizar sobre el problema, cambiar actitudes, etc. Anteriormente las campañas, hacían uso de radio y televisión; sin embargo, se aprecia un crecimiento en las que emplean páginas web o redes sociales; en su evaluación se han mostrado resultados positivos asociados a la reducción del consumo de drogas, intención de consumo o niveles de ansiedad. En México, son escasas las intervenciones de este tipo, y cada día son más las personas que reportan el uso de redes sociales, es por ello que se desarrolla una campaña a través de estos medios en la que se pretende fortalecer las habilidades socioemocionales y de crianza positiva a través de una serie animada y diferentes GIF.

Referencias  
 Villatoro-Velázquez JA, Resendiz-Escobar E, Mujica-Salazar A, Bretón-Cirett M, Cañas-Martínez V, Soto-Hernández I, et al. Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017: Reporte de Drogas. Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz, Instituto Nacional de Salud Pública, Comisión Nacional Contra las Adicciones, Secretaría de Salud. Ciudad de México, México: INPRFM, 2017  
 Klein, B. & Suellen, C. (2010). Preferences for e-mental health services amongst an online Australian sample. Journal of Applied Psychology.  
 Ferri, M., Allara, E., Gasparrini, A. & Faggiano, F. (2013). Media Campaigns for the prevention of illicit drug use in young people (review). Cochrane Database