

AS FALSAS NOTÍCIAS SOBRE O NEGÓCIO DA CANÁBIS



Dr. Guillermo Burillo Putze



Dr. Víctor Villanueva Blasco



Dr. Manuel Isorna Folgar

RESUMEN:

Introducción. La captura corporativa es el proceso en el que las decisiones políticas responden a un interés particular de carácter privado, en detrimento del interés público. La industria del cannabis ha desarrollado estrategias de captura de políticas y de difusión de fake news (noticias falsas) con el objeto de fomentar una visión del cannabis como sustancia inocua e, incluso, sanadora de enfermedades, promoviendo así una buena imagen de esta sustancia, de las corporaciones y consumidores, presionando para su legalización. **Objetivos.** (1) Analizar las estrategias de difusión de mensajes y fake news promotoras del cultivo, consumo y regulación del cannabis a través de distintos canales, y (2) explorar el posicionamiento frente al debate legislativo sobre esta sustancia en una muestra de estudiantes universitarios consumidores de cannabis. **Metodología.** (1) Estudio de carácter exploratorio para identificar y analizar las estrategias de la industria y, (2) estudio no probabilístico con muestreo por conveniencia mediante encuesta telemática difundida entre estudiantes de 11 universidades españolas (439 participantes). **Resultados y conclusiones.** La promoción del cultivo y del consumo de cannabis, relativizando sus efectos perjudiciales y presentándolo como una sustancia medicinal, aparece en las distintas estrategias utilizadas por la industria para difundir una imagen positiva del cannabis y de los consumidores. Estos mensajes tienen correspondencia con el posicionamiento de los consumidores, de los que el 82.6 % apoya alguna forma de regulación del cannabis.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las políticas de promoción de la salud relacionadas con el consumo de cannabis son sometidas a una captura corporativa por parte de la industria. La captura de las políticas es el proceso por el cual las decisiones políticas responden al interés particular de una or-

ganización privada en detrimento del interés público, a causa de las acciones intencionadas de agentes privados. Estos colisionan con los objetivos de salud pública de reducción del consumo de cannabis, dada su relación con diversas enfermedades.

El razonamiento prolegalización del cannabis y promoción de su consumo incluye argumentos sobre los supuestos beneficios terapéuticos, reducción de delitos violentos y tráfico ilegal, libertad personal, ingresos fiscales, creación de empleo, oportunidad de negocio, regulación de productos e inocuidad. Sin embargo, teniendo en cuenta los riesgos para la salud que presenta el consumo de cannabis y el conflicto entre la salud pública y los intereses comerciales de estas franquicias, la industria del cannabis ha empleado estrategias y mecanismos de influencia, similares a los empleados por la industria del tabaco y del alcohol con el objetivo de influir sobre la opinión pública y política para reducir la percepción de riesgo sobre su consumo y así aumentar ventas.

Entre sus principales estrategias se destacan la difusión de fake news. Las fake news son noticias falsas difundidas deliberadamente con el objetivo de engañar, manipular, inducir a error, desprestigiar o enaltecer a una institución, grupo o persona, o obtener algún tipo de beneficio económico, ideológico o político.

En los últimos años han proliferado las noticias falsas que proclaman que el cannabis previene y cura todo tipo de enfermedades, como esclerosis múltiple, cáncer, glaucoma, epilepsia, o los trastornos de conducta alimentaria. Incluso, aprovechando la pandemia por el coronavirus (de la COVID-19), hacen creer que podría prevenirlo y curarlo.

Los jóvenes presentan mayor confianza y uso de redes sociales para informarse sobre salud. Por ello, la sobreabundancia de desinformación y de noticias falsas que circulan en internet sobre el cannabis puede producir un efecto pernicioso entre los jóvenes debido a una sobreexposición a noticias falsas y a datos pseudocientíficos.

La industria ha puesto en marcha maniobras de rebranding promoviendo el cambio de la imagen del consumidor problemático y con desarraigo social hacia la imagen del consumidor enfermo de una patolo-

Tabla 1. Relación de videojuegos promotores del cultivo y del consumo de cannabis.

Nombre	Edad mínima	Trama	Gratuito / Pago
Bud Factory Tycoon	No consta	Construye invernaderos para producción de cannabis.	Gratuito
Bud Farm: 420	No consta	Transforma la cosecha de cannabis en golosinas, galletas y otros productos para su venta. Renueva la tienda y consigue ser un empresario de éxito.	Gratuito
Cannabis Grow Box	>17 años	Visita la <i>grow shop</i> y adquiere todo lo necesario para plantar cannabis. Observa cómo crecen las plantas, cosecha y seca la hierba el tiempo que creas oportuno.	Gratuito, pero con anuncios
Gangster Mafia Crime City Thug Weed Game 3 D	No consta	Juego de rol, con personajes mafiosos y violencia. Incluye granja donde cultivar cannabis, contrabando y defensa de la plantación ante policías y ladrones.	Gratuito con anuncios. Ofrece compras
Hempire	>17 años	Cultiva y gana dinero con la venta del cannabis y sus derivados. El objetivo es construir un “imperio verde”.	Gratuito, pero con elementos de pago
Weed Inc: Idle Tycoon	>17 años	Administra la producción de cannabis desde la sala de cultivo, la sala de procesamiento y la tienda. Contrata gerentes, mejora variedades y expande el negocio.	Gratuito, pero con anuncios y ofrece compras
Weed Factory Idle	>13 años	Desarrolla el cultivo de cannabis para sacar el máximo rendimiento y beneficio. Reinvierte los beneficios y haz crecer el negocio.	Gratuito, pero con elementos de pago

gía crónica grave que encuentra en el cannabis un recurso terapéutico. También ha financiado y participado en asociaciones procannábicas, así como en investigación del cannabis. El objetivo es facilitar el cambio de percepción social de esta sustancia, de manera que el cannabis sea socialmente aceptado y obtener apoyo ciudadano. En este sentido, diversas personalidades que sufrían enfermedades han promovido públicamente que se automedicaban con cannabis. Sin embargo, la evidencia científica muestra que los efectos beneficiosos de los cannabinoides extraídos del cannabis se ciñen a paliar cierta sintomatología y únicamente en algunas enfermedades, como la espasticidad muscular en esclerosis múltiple, la anorexia en personas con sida, las náuseas y los vómitos asociados a la quimioterapia para el cáncer, y las convulsiones asociadas con el síndrome de

Lennox Gastaut. Pero en ningún caso ni previene ni cura esta sintomatología. Además, bajo ningún concepto se recomienda por vía fumada.

No es lo mismo un medicamento autorizado por la FDA o la Agencia Europea del Medicamento (EMA), cuya seguridad y eficacia como fármaco ha sido probada, que el consumo del cogollo (hierba) de cannabis ni de derivados o extractos de manera fumada.

Redes sociales como Facebook, Twitter o YouTube permiten que las organizaciones publiquen y compartan sus propios anuncios con un amplio rango de audiencia. A través de estas plataformas, mediante la contratación o apoyo de “influencers” se ha facilitado la promoción del cultivo y del consumo de cannabis; el fomento de una imagen positiva y de éxito del cultivador, del consumidor e, incluso, del vendedor, así como la difusión de noticias falsas sobre sus propiedades medicinales. Los influencers de las redes sociales presentan una vía de contacto directo para que las marcas de cannabis conecten con los posibles consumidores, utilizando imágenes sexualizadas, modelos de aspecto juvenil que comparten reseñas sobre el cannabis, fotos de cogollos, explicaciones sobre el cultivo, formas de consumo y promocionan mercancías y productos derivados del cannabis.

Otras estrategias utilizan el cine, series de televisión y videojuegos para promocionar el cultivo y el consumo de cannabis, relativizando sus efectos perjudiciales o presentándolo como una sustancia medicinal.

Los objetivos de la investigación fueron:

visibilizar los canales y estrategias de difusión de mensajes y de noticias falsas promotoras del cultivo, del consumo y de la regulación del cannabis, y explorar el posicionamiento frente al debate legislativo sobre esta sustancia en una muestra de estudiantes universitarios consumidores de cannabis. La hipótesis de investigación es que el posicionamiento mayoritario de los consumidores frente al debate legislativo sobre el cannabis será favorecedor a su legalización, en consonancia con el mensaje difundido por la industria cannábica a través de las noticias falsas.

MÉTODOLÓGÍA

Para el primer objetivo, la investigación cualitativa siguió un diseño exploratorio utilizando un muestro intencional sobre las interacciones que los consumidores mantienen con los canales de información utilizados por la industria del cannabis.

La selección de los canales se realizó con base en los estudios de referencia sobre las estrategias utilizadas por la industria del tabaco y en las conclusiones obtenidas en un grupo de expertos en el consumo dual de cannabis-tabaco (<https://evictproject.org/>) al que pertenecen los investigadores. Los criterios de inclusión considerados fueron:

- referencia al cannabis a través de mensajes promotores del cultivo, del consumo y/o de la regulación;
- canales de uso predominante en población joven y, c) medios de difusión masiva, no especializados, con acceso abierto y gratuito.

Los canales seleccionados fueron sitios web; películas, series y documentales; aplicaciones móviles, y redes sociales. Las palabras de búsqueda utilizadas fueron “cannabis” o “marijuana”, “industria” y “es-

Tabla 2. Relación de series, películas y documentales promotores del cultivo, del consumo y de la regulación del cannabis.

<i>Nombre</i>	<i>Formato/Canal</i>	<i>Discurso/Trama</i>
13th	Documental YouTube	Aborda el encarcelamiento de personas como consecuencia de la “guerra contra las drogas”.
Cheech & Chong Up in Smoke	Película YouTube	Comedia <i>stoner</i> (subgénero en el que la trama gira en torno al consumo de cannabis).
Disjointed	Serie Netflix	Personajes con sentido del humor abordan el cultivo y la venta del cannabis como un negocio lucrativo.
Grass Is Greener	Documental Netflix	Refleja el desarrollo del cannabis en EE. UU. y su relación con el jazz y el hip-hop, con una mirada condescendiente con el consumo.
Green is Gold	Película YouTube	Después de que el padre de un adolescente va a prisión, este se ve obligado a vivir con su hermano mayor que tiene un negocio de cannabis muy lucrativo.
High Maintenance	Serie HBO	Tragicomedia de un comerciante de cannabis.
Illegal (La vida no espera)	Documental 3Boxmedia	Aborda la lucha de las madres brasileñas para tratar a sus hijos con cannabis terapéutico, una práctica ilegal en Brasil.
Mac and Devin go to High School	Película YouTube	Ofrece información sobre aspectos relacionados con el cultivo y el consumo de cannabis.
Pico de Neblina	Serie HBO	Ante una supuesta legalización del cannabis en Brasil, un joven narcotraficante decide abandonar su vida criminal y comercializar cannabis como lo estipularía la nueva legislación.
Pineapple Express	Película YouTube	Vivencias de un secretario judicial a quien le gusta consumir con regularidad diversos tipos de cannabis.
Reincarnated	Documental YouTube	Historia de un rapero que se sumerge en la cultura rastafari al tiempo que produce un álbum de reggae entre rimas y marihuana.
Rolling Papers	Documental YouTube	Mientras la industria de la prensa escrita estaba en crisis, <i>The Denver Post</i> inauguraba una rompedora sección dedicada a la cultura del cannabis.
Slow Burn	Película YouTube	Ofrece lecciones sobre cómo fumar, qué fumar y cómo distinguir el tipo de cannabis.
Super High Me	Documental YouTube	Aborda los efectos de consumir cannabis de manera intensa durante 30 días. Incluye entrevistas con activistas procannabis, dueños de dispensarios, políticos y pacientes que utilizan la marihuana con fines medicinales.
The Beach Bum	Película YouTube	Comedia donde el consumo de cannabis y otras drogas forma parte de una aventura sin consecuencias negativas.
The Legend of 420	Documental YouTube	Historia de un activista cannábico y jugador de baloncesto quien, tras convertirse en entrenador y ganar todos los campeonatos, fue despedido por causa del cannabis. Relata su uso para el tratamiento de su cáncer.
Weeds	Serie Showtime	Historias y personajes donde prevalecen el sentido del humor y la inocuidad del consumo de cannabis.
Weed the people	Documental YouTube	Realiza un seguimiento a niños con cáncer que reciben tratamientos con cannabis.

trategias”, y su traducción al inglés “industry” o “strategies”. La prospección de información se realizó del 2 de octubre al 22 de diciembre del 2021.

Para el segundo objetivo, se utilizó un diseño no probabilístico con muestreo por conveniencia mediante encuesta telemática, difundida entre estudiantes de 11 universidades españolas a través de redes sociales (i. e. Facebook, Twitter, Instagram) y listas de correo electrónico. Para evaluar el consumo de cannabis se preguntó por consumo alguna vez en la vida y últimos 12 meses; edad de inicio en el consumo, y frecuencia de consumo, ofreciendo las opciones Esporádicamente (menos de una vez al mes), Con regularidad, pero no a diario, y Diariamente. Para conocer el posicionamiento personal con relación al debate sobre el estatus legal del cannabis, se ofrecieron las opciones:

1. Regulación del autocultivo,
2. Regulación del acceso para uso terapéutico/medicinal a través de farmacias,

3. Regulación del acceso para cualquier uso a través de clubs de usuarios,

4. Regulación del acceso para cualquier uso a través de dispensarios (tiendas, estancos, etc.),

5. Prohibición, y

6. No tengo postura definida.

Se formuló la opción de respuesta abierta

“Si lo deseas, indica tus razones”, para recoger la justificación del posicionamiento señalado.

El número inicial de participantes fue de 472, pero fueron eliminados aquellos que presentaban valores faltantes o patrones de respuesta incoherentes. La muestra final quedó compuesta por 439 estudiantes universitarios, de los cuales el 64.2 % (n = 282) reportó consumo de cannabis alguna vez en la vida (62.8 % mujeres; 34.8 % hombres), con una edad media de 24.88 años (DT = 7.96). Los análisis descriptivos se realizaron con el paquete estadístico SPSS-25.

Tabla 3. *Influencers* promotores del cultivo y del consumo de cannabis.

<i>Influencer</i>	<i>Red social</i>	<i>Descripción</i>
Andavolu, Krishna Sai	Twitter	Productor ejecutivo y presentador de la serie documental <i>Weediquette</i> en Viceland, el canal de cable de Vice Media. Relata la cultura y la economía de la legalización del cannabis.
Cervantes, Jorge	theweedtube	Escritor, editor, horticultor y defensor del cannabis. Con más de treinta años de experiencia en el cultivo, en su libro “Marihuana: Horticultura del cannabis” explica técnicas para cultivar cannabis.
CoralReefer DeAngelo, Steve	YouTube YouTube	Matrimonio dedicado a la distribución de cannabis y sus derivados. Empresario, activista y político. Cofundador de empresas y organizaciones dedicadas al cannabis (Harborside, Steep Hill Laboratory, Arc View Group, National Cannabis Industry Association).
Green Flower	YouTube	Empresa de servicios sobre cannabis, incluidos certificados en cannabis medicinal para pacientes que buscan obtener licencia de cultivo.
Haley420	YouTube	Fumadora y activista del cannabis. A través de sus videos se puede aprender a fumar en todo tipo de dispositivos, incluido el “hotbox”. Uno de sus videos más populares, “Smoking in Nature!Parents & Weed”, consiguió más de 550.000 reproducciones.
Hradecky, Joel	YouTube	Creador y protagonista del canal “CustomGrow420”.
Khalifa, Wiz	YouTube	Cantante de rap, compositor, actor, empresario y creador de la semilla Khalifa Kush, también conocida como “KK”.
Ross, Michele	Facebook	Neurocientífica que estudia las adicciones y defensora del uso medicinal de drogas como el cannabis y las setas.
Young, Josh	YouTube	Presenta su web “StrainCentral” como una plataforma para la “educación en cannabis” y habla de sus “potenciales” beneficios.

RESULTADOS

En relación con las estrategias de difusión de mensajes y noticias falsas promotoras del cultivo, del consumo y de la regulación del cannabis a través de distintos canales, se encontraron un total de:

- 7 videojuegos (Tabla 1);
- 18 series, películas o documentales (Tabla 2), y
- 10 influencers (Tabla 3).

Entre las noticias falsas más extendidas, los mensajes se centraron mayormente en los beneficios derivados del consumo para prevenir y curar enfermedades graves (Tabla 4).

En relación con el segundo objetivo, a nivel descriptivo, del 64.2 % (n = 282) de participantes que consumió cannabis alguna vez en la vida, el primer consumo se sitúa en los 16.94 años (DT = 2.71). El 58.5 % (n = 165) lo había consumido en los últimos 12 meses. La mayor parte lo consumía de manera esporádica (66.2 %), pero un 19.5 % lo consume con regularidad aunque no diariamente, y un 14.3 % indicó consumo diario.

Respecto a la posición personal que adoptaron en el debate sobre el estatus legal del cannabis, el 22 % (n = 62) se posicionó a favor de la regulación del autocultivo; el 24.8 % (n = 70) por una regulación del acceso para uso terapéutico/medicinal a través de farmacias; el 16.7 % (n = 47) por la regulación del acceso para cualquier uso a través de clubs de usuarios; el 19.1 % (n = 54) a favor de una regulación del acceso para cualquier uso a través de dispensarios (tiendas, estancos); el 2.8 % (n = 8) apoyó la prohibición, y el 14.6 % (n = 41) no tuvo una postura definida.

Respecto a las razones que ofrecieron los participantes que quisieron justificar su posicionamiento (n = 64), tras un análisis y agrupación por parte de los investigadores para evitar reiteraciones, se concretan en:

- Regulación del autocultivo. No adujeron ninguna.
- Regulación del acceso para uso terapéutico/ medicinal a través de farmacias.
 - Tiene muchos fines terapéuticos por lo que es importante que se valore su uso por estas razones, siempre que un profe-

sional lo considere oportuno, con autorización y administración en farmacias.

- Si su uso moderado tiene características paliativas o beneficiosas considero una administración regulada y controlada por parte de los servicios sanitarios.
- Aunque haya gente que fume “por placer”, muchas personas se podrían beneficiar de algunos de sus efectos, como ayudar a enfermos de cáncer a tener más apetito y obtener más nutrientes para luchar contra la enfermedad.
- Habría más regulación del consumo. Aunque permitirlo legalmente en una población sin conocimientos sería atentar contra la salud pública.
- El dinero de la droga en forma de impuestos para el estado, no para mafias y particulares.
- Sería una forma de controlar este consumo.
- Tener una planta en casa evitaría los “trapicheos” y dinero negro de este negocio.

3. Regulación del acceso para cualquier uso a través de clubs de usuarios.

- Para que ganen dinero negro es preferible que sea legal, tenga impuestos y el país se beneficie.

4. Regulación del acceso para cualquier uso a través de dispensarios (tiendas, estancos, etc.). Muchos países permiten el THC haciéndolo más suave y así se sigue fumando pero no con los mismos efectos.

- Se debería de poder consumir igual que el alcohol, como libre elección, pero tendría que ir acompañado de educación e información.
- El uso responsable de cualquier “droga blanda” como el cannabis no tiene por qué ser malo y se debe tener libertad para tomar la decisión de consumirlo o no.
- Puede ser fuente de ingresos y si se regula bien, no debería haber más problema.
- Me gustaría un producto de calidad con garantías pero que viniese de manos de la empresa privada y no del Estado en forma de impuestos, y que si se venda en farmacias, estancos y clubs.

Tabla 4. Relación de *fake news* relacionadas con el cannabis.

Mensaje	Enlace Web
Cannabis para el tratamiento del cáncer	https://www.facebook.com/cannabiosalud/photos/a.1792682034299319/1818198245081031/ https://m.facebook.com/RHSweed/photos/a.1529490920447934/1727423853987972/?type=3&source=48
El cannabis es ilegal porque cura el cáncer, anorexia, glaucoma, depresión y eso significa pérdidas millonarias para las farmacéuticas	https://www.facebook.com/runa.tiendaonline/photos/cannabis-medicinal-podes-conseguirlo-en-run-tiendaaceites-elaborados-por-econatu/488818945091250/
Enfermedades que pueden ser tratadas con cannabis medicinal: dolores crónicos, fibromialgia, cáncer/tumores, artritis/artrosis, anorexia, trastornos del sueño, cólicos menstruales, depresión/psicosis, diabetes, autismo, epilepsia, alzheimer, parkinson, ansiedad, glaucoma, migraña, fracturas, psoriasis, herpes, vih, lupus. . .	https://www.lamarihuana.com/estudio-cannabis-eficaz-pacientes-demencia-estadio-temprano-tardio/
El cannabis es eficaz en pacientes con demencia en estadio temprano y tardío	https://www.ingenieria.es/alzheimer/
Alzheimer se cura con cannabis	https://www.lamarihuana.com/investigacion-los-pacientes-cannabis-sufren-menos-depresion-ansiedad/
Los pacientes de cannabis sufren menos de depresión y ansiedad	https://www.semillasdemarihuana.info/marihuana-cannabis-mejorar-salud-mujeres/
La marihuana puede mejorar la salud de las mujeres	https://www.lamarihuana.com/nueva-york-dolores-menstruales-podrian-combatirse-cannabis-medicinal/
Los dolores menstruales podrían combatirse con cannabis medicinal	https://www.royalqueenseeds.es/blog-el-cannabis-puede-mitigar-los-sintomas-de-la-menopausia-n426?fbclid=IwAR2ob3eVuZXIN6UMzRxhrRt04GJVqc-sN1UAQw2agpEASdNZ1tWD4BjPJM
El cannabis puede mitigar los síntomas de la menopausia	https://www.lamarihuana.com/los-cannabinoides-protegen-la-aparicion-osteoporosis/
Los cannabinoides protegen la aparición de osteoporosis	https://www.lamarihuana.com/prof-mechoulam-cbd-una-cura-la-diabetes-legal/
El CBD es una cura para la diabetes y debe ser legal	https://www.lamarihuana.com/estudio-la-gente-prefiere-cannabis-medicinal-otros-medicamentos/
La gente prefiere cannabis medicinal a otros medicamentos	https://www.forbes.com.mx/noticias-cbd-componente-del-cannabis-ayuda-a-enfermos-graves-de-covid/
Componente del cannabis ayuda a pacientes graves de COVID a superar la enfermedad	https://www.elfinanciero.com.mx/ciencia/extractos-de-la-cannabis-reducen-la-posibilidad-de-enfermar-de-covid-19-segun-estudio/
Extractos de la cannabis reducen la posibilidad de enfermar de COVID-19	

- La educación es más efectiva que la prohibición, y se trata de una droga menos peligrosa que el alcohol.
- Fin de la criminalización del autoconsumo

5. Prohibición. Debido a la baja efectividad del uso terapéutico del cannabis, su consumo debería prohibirse.

- El acceso al cannabis es fácil. Si no se prohíbe, regularlo podría llevar a consecuencias peores que las actuales. Con la regulación se normalizaría más el consumo y sería todavía más accesible para los jóvenes.
- Todo el tema de los porros está "romantizado".
- No puede ser legal algo que es perjudicial para la salud y que está ayudando al aumento de enfermedades. Es perjudicial no sólo para quien lo fuma, sino para su entorno.
- No tengo postura definida.
- No lo legalizaría porque puede conllevar apología del consumo recreativo. Tampoco es seguro que el consumo medicinal a la larga no cree adicción. Por otra parte, si se regulariza dejará de haber vacíos legales.

- No creo que la mejor opción sea prohibirlo, sino regularlo. Pero dentro de esta opción no sé de qué manera sería más efectivo.

- No me gustaría que se normalizara su consumo hasta el punto de venderlo en estancos, porque los menores de edad podrían consumirlo más fácilmente. Pero si consumes en casa una dosis que te permita hacer vida normal, no creo que hagas daño a nadie más que a ti mismo, al igual que el tabaco.

- Mi pareja es consumidor habitual y en ocasiones especiales le acompaño, él es mi motivo de consumo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El objetivo del presente estudio fue visibilizar las acciones de captura corporativa y fake news promovidas desde la industria del cannabis y grupos afines a la legalización. Asimismo, establecer si existe consonancia entre los mensajes promotores del cultivo, del consumo y de la regulación del cannabis promovidos a través de estas estrategias, con el posicionamiento expresado por estudiantes universitarios consumidores sobre el estatus legal de esta sustancia, y las justificaciones que ofrecen para dicho posicionamiento. A pesar de las limitaciones para establecer una relación causal, se observa consonancia entre el posicionamiento a favor de la regulación del autocultivo, consumo y uso terapéutico/medicinal del cannabis, con los mensajes promovidos por la industria y grupos afines con el objetivo de influir sobre la opinión pública y reducir la percepción de riesgo sobre su consumo.

En el análisis del discurso sobre el cannabis difundido a través de los distintos canales analizados, predomina el mensaje de banalización de los efectos perjudiciales del consumo y se ensalzan los beneficios del autocultivo y del consumo. Algunas propuestas utilizan el humor como estrategia de banalización, otras plantean la legalización del cannabis apoyándose en las “bondades de su consumo” y abordando de soslayo los problemas de salud pública que causa este. Estos mensajes, al menos en la muestra de consumidores del presente estudio, reflejan una consonancia con su posicionamiento sobre la regulación del cannabis. Apenas el 2.8 % aboga por la prohibición, frente al 82.6 % que apoya alguna forma de regulación del cannabis. Asimismo, al analizar los mensajes procannábicos difundidos que fomentan la banalización de riesgos y los potenciales beneficios, tanto en términos de salud como económicos, puede observarse cómo estos tienen su reflejo en los argumentos que utilizan los consumidores para justificar sus posicionamientos favorecedores al autocultivo (22 %). También a posiciones más liberales que faciliten el acceso y consumo de cannabis a través de clubs de usuarios (16.7 %) o a través de dispensarios (tiendas, estancos) (19.1 %).

En el proceso de “normalización” se identificaron varias dimensiones presentes, entre ellas la acomodación social. Es decir, la generación de actitudes liberales hacia el uso recreativo de drogas entre los jóvenes y entre los exusuarios, así como el fomento de representaciones neutrales o positivas del consumo de drogas en los medios y en la población en general. Esta estrategia de reducción de la percepción del riesgo ha sido utilizada en EE. UU. con éxito, lo que se ha asociado con un aumento del consumo.

La permisividad de la publicidad engañosa distribuida en tiendas físicas y en línea, la difusión en ferias, foros, webs y las propias manifestaciones vertidas por: los consumidores en clubs cannábicos, grupos de presión, defensores de su legalización en foros especializados y políticos, han contribuido a crear un estado de opinión favorecedor hacia su legalización y consumo.

La promoción del cultivo y del consumo de cannabis presentándolo como una sustancia medicinal, enmarcando su discurso en narrativas “como proveedores compasivos que están ayudando a las personas necesitadas” y permitiendo “el derecho a una existencia libre de dolor”, han contribuido a difundir una imagen positiva del cannabis y de los propios consumidores. Las noticias falsas difunden la creencia de que el consumo de cannabis tiene potenciales beneficios terapéuticos. La mayor parte atribuye propiedades terapéuticas al cannabis fumado, no a los fármacos cannabinoides aprobados por la FDA o la EMA. Además, estos supuestos beneficios terapéuticos se extienden a enfermedades para las que no existe evidencia científica. Este discurso, presente de manera mayoritaria en las estrategias de captura corporativa y fake news analizadas, se ve reflejado en la postura sobre el posicionamiento de los consumidores que más apoyo tiene, con un 24.8 % a favor de su regulación con fines terapéuticos/medicinales. Sin embargo, queda la

duda de si lo que apoyan es el acceso a fármacos cannabinoides dispensados bajo prescripción o, si víctimas de las noticias falsas, apoyan el acceso a cogollos y resinas de cannabis para su consumo por vía fumada o ingerida. La manipulación informativa que distintos sectores realizan sobre los derivados cannábicos con usos medicinales, difundiendo información sesgada o carente de rigor científico, promueve la falsa creencia del “porro terapéutico”, generando una percepción de equivalencia del uso con fines recreacionales con el uso terapéutico.

Igualmente, el uso medicinal del cannabis, junto con la tolerancia hacia su consumo que existe en España, ha propiciado un proceso de normalización de su consumo. Estos procesos sociales pueden explicar, al menos en parte, que el 47.2 % de la población estaría a favor de la legalización de la venta de marihuana para uso recreativo y el 84 % a favor del uso terapéutico.

Asimismo, a través de diversas estrategias, la industria fomenta una percepción del autocultivo como vía para ganar dinero con la distribución y venta de cannabis. Difunde distintos aspectos del cultivo (i. e. variedades de semillas, cruces para obtener cepas nuevas, equipos de interior), de la venta (subastar, pujar y transacciones), e incluso enseña a producir comestibles derivados (galletas, cookies, pasteles) y otros productos (aceites y extractos) con los que ampliar el negocio. Esto tiene implicaciones directas en el negocio para la industria cannábica. Primero, porque es la que comercializa los productos destinados al cultivo de cannabis y, en segundo lugar, porque la mayor accesibilidad y disponibilidad son importantes factores de riesgo para el consumo y para el desarrollo de una adicción. A este respecto, de nuevo se observa consonancia con la posición de los consumidores, de los cuales el 22 % apoya una regulación del autocultivo, siendo la segunda opción más apoyada.

En conclusión, a pesar de que la evidencia científica ha mostrado que el consumo de cannabis presenta graves problemas para la salud personal y pública, los beneficios económicos de la industria prevalecen frente al bien común promovido desde una perspectiva de salud pública y promoción de la salud. Resulta imprescindible denunciar las estrategias desplegadas por la industria del cannabis, similares a las desarrolladas por el tabaco, e influir en las orientaciones legislativas de los gobiernos. En el presente estudio se observa consonancia entre el posicionamiento a favor de la regulación del autocultivo, del consumo y del uso terapéutico/medicinal del cannabis, con los mensajes promovidos por la industria y grupos afines con el objetivo de influir sobre la opinión pública y reducir la percepción de riesgo sobre su consumo. Es preciso una legislación fundamentada en la evidencia científica y la promoción de la salud pública que dificulte y penalice las estrategias de captura de las políticas públicas y la proliferación de fake news en relación con el cannabis.

La población, consumidora o no consumidora, tiene derecho a información veraz, libre de manipulación a favor de los intereses de la industria.

En cuanto a las posibles limitaciones del presente trabajo, hay que señalar que las características de la muestra limitan la extrapolación de los resultados. Su diseño transversal no permite establecer relaciones de causalidad entre las variables de estudio. Únicamente permite reflejar la consonancia entre los discursos promovidos por la industria cannábica y grupos afines, y las creencias expresadas por un grupo de consumidores. Una limitación de este tipo de estudios es establecer una relación causal entre la exposición a los procesos de influencia directa e indirecta y las creencias generadas en torno al consumo de cannabis y al posicionamiento sobre su estatus legal. Son múltiples las influencias que a lo largo del ciclo vital han podido configurar dichas creencias, tales como la intensidad y frecuencia del consumo, la experiencia previa de consumo, creencias normativas o estigmatizadoras del consumo y los consumidores, actitudes y expectativas frente al consumo. Finalmente, las variables han sido autoinformadas, aunque las medidas de autoinforme han demostrado ser fiables e incluso mejores que otros métodos a la hora de evaluar los niveles de consumo de drogas.